

Создание Единого Информационного Поля ТПП РФ

Торгово-промышленная палата РФ проводит поистине колоссальную работу по защите и продвижению интересов предпринимательского сообщества. К сожалению, по мнению подавляющего большинства руководителей территориальных ТПП, информированность об этом предпринимателей, мягко говоря, не высока. Это в значительной степени сдерживает рост членской базы системы ТПП РФ, а значит, и формирование того самого гражданского общества, без которого невозможно нормальное функционирование экономики и обеспечение достойного уровня жизни наших граждан.

Как представляется, суть проблемы заключается в непомерно высокой стоимости задействования федеральных СМИ и отсутствии у ТПП достаточного административного ресурса. И это, действительно, серьезные аргументы. Но проблема недостаточной информированности делового сообщества о деятельности ТПП существует, и она должна и может быть решена.

Для ее решения необходимо создать **Единое Информационное Поле ТПП РФ** – четко отлаженную и координируемую систему единовременного информирования предпринимательского сообщества всей страны о мероприятиях, проводимых Торгово-промышленной палатой РФ, работающую через территориальные ТПП и территориальные СМИ.

Предлагается следующий алгоритм решения этой задачи:

1. PR-служба ТПП РФ на регулярной основе (еженедельно, два раза в месяц или ежемесячно) по материалам мероприятий, проводимых в ТПП РФ, по материалам, поступающим из федеральных органов исполнительной и законодательной власти, контролирующих органов и других доступных источников, готовит **Дайджест наиболее значимой** для предпринимательского сообщества оперативной информации проблемного или нормативного характера

Дайджест новостей должен обязательно содержать комментарии, раскрывающие отношение ТПП РФ к указанному событию и ценность его для бизнес-сообщества. Это поможет избежать единообразия, которое может оттолкнуть не привлеченные специально СМИ от дальнейшей публикации новости.

В Дайджест включается информация следующих типов:

- об участии ТПП в разработке законопроектов;
- о новых, измененных или вступивших в силу нормативно-правовых актах, касающихся бизнеса;
- об обращениях государственных властей к торгово-промышленной палате России за помощью;
- о предложениях ТПП вносимых и/или принятых органами государственной власти;
- о крупных или значимых мероприятиях с участием ТПП.

Безусловно, в рассылку могут входить и региональные новости, потенциально имеющие общероссийский резонанс. Поэтому каждая из палат-участниц этой сети может

предоставлять в федеральный центр информационные поводы, с учетом их важности для бизнеса других регионов.

2. PR-служба ТПП РФ направляет Дайджест по электронной почте в территориальные палаты. Срок направления должен быть ограничен 1-3 днями.

3. Территориальные ТПП публикуют материалы Дайджеста в территориальных СМИ также в предельно сжатые сроки. Как показывает практика работы, у большинства территориальных палат имеются реальные возможности размещения своей информации в местных электронных и печатных СМИ, что позволит опубликовать материалы Дайджеста практически синхронно на всей территории Российской Федерации.

Взаимоотношения ТПП РФ и территориальных палат строятся на основе соглашений, в которых оговариваются конкретные средства массовой информации, выбранные для публикации информации о ТПП, сроки и обязательность размещения информации.

Публикации в СМИ (территориальных и федеральных) должна производиться на бесплатной основе, так как информация ТПП носит социальный характер, адресована всему предпринимательскому сообществу и ориентирована на создание благоприятного делового климата в регионах и всей стране.

Таким образом, может быть решена не только проблема собственно информирования делового сообщества об общественно-полезной деятельности федеральной ТПП, но и создан реальный информационный повод для публикации необходимой всей системе ТПП РФ информации в центральных СМИ.

В любом случае, сеть будет эффективна только в случае подключения к ней (в идеале) всех ТПП России. Каждая Торгово-промышленная палата, вошедшая в систему, определяет одного специалиста (исполняющего PR, маркетинговые или журналистские функции). Этот специалист будет регулярно получать подборку информации из федерального центра на свою электронную почту.

Важно, чтобы информация поступала в публикацию **одновременно во всех регионах**. Такой вброс информации обеспечит усиление эффекта, по сравнению с единичной публикацией, и повысит привлекательность новости в глазах первоначально незадействованных СМИ.

В случае создания и успешного функционирования единого информационного поля ТПП РФ система ТПП России приобретет мощный ресурс, способный активно вести формирование общественного мнения в интересах бизнес-сообщества, который, безусловно, будет оценен и востребован многими институтами государства для наиболее эффективного информирования всего населения об актуальных проблемах и наиболее эффективных путях их решений. А наличие обратной связи позволит гибко реагировать на вновь возникающие проблемы и вызовы.

Наши предложения по внедрению Единого Информационного Поля ТПП РФ:

1. Рассмотреть и принять настоящую Концепцию на заседании Ассоциации ТПП ЮФО и направить Концепцию в Ассоциации ТПП других федеральных округов для обсуждения. Срок – ноябрь 2010 года.
2. Подготовить вопрос о создании Единого Информационного Поля ТПП РФ на заседание Правления ТПП РФ. Срок – декабрь 2010 года.
3. Принять Концепцию и начать разработку мероприятий по ее внедрению в системе ТПП РФ.

4. Провести встречу PR-специалистов и других сотрудников ТПП РФ и территориальных палат для выработки конкретного механизма взаимодействия. Срок – январь-февраль 2011 года.

С наилучшими пожеланиями и безусловной верой в успех нашего общего дела,

Председатель Новороссийской ТПП

Игорь Жаринов

ПРИЛОЖЕНИЕ: Структура функционирования Единого Информационного Поля ТПП РФ

СТРУКТУРА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ ТПП РФ

