



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

КОНЦЕПЦИЯ

за насърчаване на
участието на бизнеса и
гражданите в процесите
на прилагане на местни
политики, изпълнение и
мониторинг



Разработена в рамките на изпълнение на Дейност 3 от проект BG05SFOP001-2.025-0032-C01 „Партньорското взаимодействие между местна власт и бизнес за подобро местно икономическо развитие“

Юли 2023 г.

www.eufunds.bg

Проект „Партньорското взаимодействие между местна власт и бизнес за подобро местно икономическо развитие“, Договор за ПБФП № BG05SFOP001-2.025-0032-C01, финансиран от Оперативна програма „Добро управление“ 2014-2020 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд.



СЪДЪРЖАНИЕ

1. ВЪВЕДЕНИЕ.....	2
2. ЦЕЛ И ОБХВАТ НА КОНЦЕПЦИЯТА.....	4
3. ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ.....	7
4. МЕХАНИЗМИ И МОДЕЛИ ЗА ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ.....	7
4.1 Информирание.....	9
4.2 Консултиране.....	9
4.3 Ангажиране или активно участие.....	11
4.4 Модели на взаимодействие.....	11
5. ПРОЦЕДУРА ЗА ОДОБРЕНИЕ И ИЗМЕНЕНИЕ.....	13
6. ПРИЛОЖЕНИЯ.....	13
Приложение 1 – Карта за планиране, организиране и провеждане на информационни кампании;.....	13
Приложение 2 – Карта за планиране, организиране и провеждане на срещи с бизнеса.....	13



1. ВЪВЕДЕНИЕ

Концепцията за насърчаване на участието на бизнеса и гражданите в процесите на прилагане на местни политики, изпълнение и мониторинг е разработена в рамките на изпълнението на Дейност 3 по проект „Партньорското взаимодействие между местна власт и бизнес за подобро местно икономическо развитие“, изпълняван от Фондация „Микрофонд София“ в партньорство с Община Кърджали.

Основната цел на проекта е насочена към укрепване на партньорството между местната власт, бизнеса и гражданите при формулиране и изпълнение на политики на местно ниво.

Специфични цели на проекта са:

- Насърчаване на диалога и участие на бизнеса при изпълнение на политики от страна на местната власт;
- Подобряване взаимодействието между местната власт и обществото.

Разработването на концепцията е естествено продължение на останалите дейности по проекта, а именно проведеното анкетно проучване сред представители на местния бизнес и гражданите, както и извършения анализ на възможностите за подобряване взаимодействието между бизнеса и местната власт в сферата на местното икономическо развитие на община Кърджали.

Основният фокус на концепцията е насърчаване на участието на бизнеса и гражданите при изпълнение на политики от страна на местната власт, както и осъществяване на мониторинг от бизнеса и гражданите, в процесите на прилагане на местни политики.

Независимо, че тези механизми са застъпени в част от разработените и прилагани стратегически документи на местно ниво, се отчита, че ефективността им не се проследява в хода на прилагане, съответно има възможност за подобряване, което да се отрази на бъдещата работа на местната администрация.

Сътрудничеството и взаимодействието между бизнеса и местната власт може да разкрие допълнителни възможности за стимулиране на икономическо развитие и повишаване на заетостта и стандарта на живот на гражданите, в т.ч. и подобряване на качеството и разширяване на публичните услуги и др.



Това може да бъде постигнато с насърчаване на взаимодействието, базирано на разработени процедури, които да се прилагат от страна на администрацията.

Концепцията е разработена в периода от април 2023 до юли 2023 г. от екип, включващ експерти от Фондация „Микрофонд София“ и Община Кърджали:

Фондация „Микрофонд София“:

- Експерт „Проучвания“ – Ангелина Бабунска;
- Експерт „Обработка на данни и анализи“ – Райна Тимчева;

Община Кърджали:

- Експерт „Икономическо развитие“ – Надежда Цветкова;
- Експерт „Планиране“ – инж. Александра Римпопова.



2. ЦЕЛ И ОБХВАТ НА КОНЦЕПЦИЯТА

Концепцията има за цел да даде структурна рамка на взаимодействие между участниците в процеситена прилагане на местни политики, тяхното изпълнение и последващ мониторинг. Също така да предложи адекватен на нуждите инструментариум, с примерни образци и практически препоръки за постигане на по-ефективно взаимодействие сред заинтересованите страни.

Тъй като разглежданите процеси имат дългосрочен характер, предмет на разработка е концепция, даваща по-голяма свобода за прилагане, а не тясно структуриран документ, с което да се осигурява гъвкавост при прилагането му.

По своята същност Концепцията има рамков характер, без детайлизиране на предвидените механизми или подкрепящите ги процедури. В този смисъл, разработената по проекта Концепция създава ориентир за потенциалните механизми за взаимодействие, като тя не следва да се приема за окончателен документ, ограничаващ взаимодействието между бизнес и местна администрация в сферата на местното икономическо развитие.

Идеята на концепцията е тя да може лесно да бъде допълвана и променяна при необходимост след края на проекта, като запази своята основна характеристика - да осигурява такива механизми и приложно поле, които да способстват за ефективното взаимодействие между бизнес и местна администрация в сферата на местното икономическо развитие.

Концепцията е насочена в сферата на взаимодействие за местното икономическо развитие, но предложените инструментариум и подход могат да се мултиплицират и в други сфери, в които общината като орган на местно самоуправление има нормативно определени отговорности и функции - образование, култура, околна среда и др.

Разработените образци са примерни, подлежат на разглеждане и съгласуване, като промени в тяхното съдържание, структура и обхват са предмет на решение на прилагашата институция - общинската администрация, и не следва да се съгласуват със заинтересованите страни, освен по изрично желание на администрацията.



При идентифицирането на подходящите механизми и модели на взаимодействие експертния екип се водеше от резултатите и препоръките от изпълнените предходни дейности по проекта:

Дейност1) Провеждане на анкетно проучване сред граждани и фирми в община Кърджали;

Дейност 2) Анализ на възможностите за подобряване взаимодействието между бизнеса и местната власт в сферата на местното икономическо развитие на община Кърджали.

Получените резултати от анкетното проучване показват, че са налице различия между гражданите и бизнеса относно оценката им за партньорството с местната власт. По всички теми, включени в изследването, гражданите са по-активни в търсене и реализация на партньорство с местната власт.

Между гражданите и бизнеса съществуват значителни разлики в оценката им по отношение степента на партньорство с местната власт. Бизнесът остава по-критичен във всички изследвани области на политики, прилагани в община Кърджали.

Представителите на бизнеса, участвали в проучването считат, че местната власт не успява и не използва пълноценно механизми за тяхното активно включване в процесите на планиране, изпълнение и наблюдение на конкретни политики. Местният бизнес посочва като задоволително партньорството в сферите на културата и спорта, и управление на общинската собственост и приложимите процедури - средна оценка от 3,03¹. Недостатъчно е партньорството по отношение „Определяне на форми на подкрепа за насърчаване на неправителствения сектор на местно ниво“ (средна оценка от 3,57) и „Предоставяне на нови услуги от публичен интерес“ – средна оценка от 3,54.

Гражданите оценяват най-високо партньорството си с местната власт по отношение на провежданата социална политика (средна оценка - 2,49) и в сферата на образованието (средна оценка - 2,53). Обратно, гражданите считат, че слабо/задоволително е взаимодействието с местната власт в сферите на околната среда (средна оценка - 3,03) и местните данъци и такси (средна оценка – 2,92).

¹Най-висока оценка е 1; добра 2; задоволителна 3; недостатъчна /слаба/ 4



Резултатът от оценката за степента на партньорство подсказва, че двете целеви групи имат желание за по-активно сътрудничество с местната власт. Оценката на бизнеса за степента на партньорството показва, че към настоящия момент възможностите за взаимодействие с местната власт не се използват пълноценно, както и че усилията от двете страни в тази посока са недостатъчни.

Също така следва да се отбележи, че като цяло младите хора са по-неудовлетворени от партньорството с местната власт. При мъжете, интересът към темата за активно партньорство между местната власт и гражданите нараства с възрастта. Те изказват по-голяма удовлетвореност от партньорството си с местната власт.

За засилване на партньорството между бизнеса и гражданите от една страна и местната власт от друга, част от препоръките на анкетираните лица са насочени към:

- ✓ създаване на експертни групи по сектори, съставени от представителите на бизнеса и общинска администрация;
- ✓ разширяване на формите и начините за информиране на гражданите и бизнеса за плановете за развитие на общината;
- ✓ улесняване на достъпа до документи и дигитализация;
- ✓ по-активно търсене на предложения, в т.ч. и отчитане на свършена работа;
- ✓ организиране на обществени съвети, срещи и събрания по населени места и др.;
- ✓ по-голяма прозрачност и отчетност при работата на администрацията;
- ✓ регулярни проучвания и допитвания до мнението на гражданите и бизнеса по различни теми;
- ✓ подаване и получаване онлайн на необходима информация, документи и плащания;
- ✓ улесняване на административните услуги;
- ✓ периодично обучение на служителите в общинската администрация за правилно прилагане и стриктно спазване на законодателството;
- ✓ публикуването на повече информация във връзка с управлението на общинската собственост;
- ✓ актуализиране на регистрите за общинската собственост, отдаване под наем или стопанисване на обектите от частни лица;
- ✓ активно търсене на инвеститори и осигуряване на улеснен достъп до необходимите документи.



3.ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ

Заинтересовани страни от прилагане на предвидените механизми в Концепцията са:

- **Структурите на общинската администрация** - в качеството им на орган, прилагащ политиките на местно ниво;
- **Общински съвет** - като избран орган, работещ на местно ниво, и изразяващ интересите на общността;
- **Бизнес структури**, вкл. и браншови, работодателски и синдикални организации;
- **Представители на местния бизнес**;
- **Структурите на гражданското общество** – неправителствени организация и неформални граждански сдружения;
- **Медии.**

4.МЕХАНИЗМИ И МОДЕЛИ ЗА ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Участието на бизнеса и гражданите в подготовката на програми, планове и стратегии, както и тяхното прозрачно изпълнение и граждански контрол, е основен белег за демократичност на обществото и ключов елемент на доброто управление. Активното партньорство на заинтересованите страни на местно ниво е основен двигател за устойчивото развитие на общината.

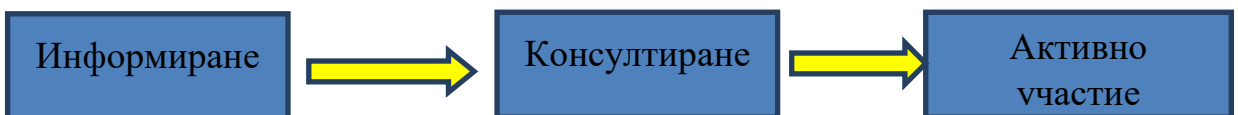
Привличането и участието на бизнеса и гражданите в процеса на управление значително увеличават възможностите на местната власт за вземане на по-адекватни решения, отговарящи на обществения интерес и пълноценното използване на потенциала за развитие на Община Кърджали, включително привличане на инвестиции.

Гражданското участие при вземане на решения е директно свързано с прилагането на част от принципите на доброто демократично управление, съдържащи се в Европейската стратегия за иновации и добро управление на местно ниво:



- **Отзивчивост** - да се осигури непрекъснато във времето посрещане на нуждите и законно обоснованите очаквания на гражданите от страна на местните власти;
- **Ефикасност и ефективност** - да се гарантира постигане на целите чрез оптимално използване на наличните ресурси;
- **Откритост и прозрачност** - да се осигурява обществен достъп до информация и да се улеснява разбирането за това, как се решават обществено значимите въпроси;
- **Етично поведение** - да се гарантира, че общественият интерес е поставен над личните интереси;
- **Иновации и отвореност за промени** - да се гарантира, че се извлича практическа полза от въвеждането на нови решения и добри практики;
- **Устойчивост и дългосрочна ориентация** - да се взимат под внимание интересите на бъдещите поколения;
- **Стабилно финансово управление** - да се гарантира целенасочено и продуктивно използване на обществените фондове;
- **Човешки права, културно разнообразие и социално единство** - да се гарантира, че са защитени всички граждани и е зачетено човешкото им достойнство, както и това, че никой от тях не е дискриминиран или изключен от обществения живот;
- **Отчетност** - да се гарантира, че избираемите представители на властта и назначаемите общински служители поемат и носят отговорност за своите действия.

Механизмите за взаимодействие между местната власт, гражданите и бизнеса на практика се прилагат чрез три основни инструмента за осъществяване на партньорства - информиране, консултиране и активно участие.



фигура 1: Инструменти за осъществяване на партньорства



4.1 Информиране

Резултатите от проведеното анкетно проучване показват, че местната власт предоставя информация на гражданите и бизнеса за свои решения, действия или резултати от взети решения и действия, но следва да се търси разширяването на формите и начините за предоставянето ѝ.

Към момента участието на гражданите се изразява до получаването на информация от страна на местната власт. Те не участват активно в анализа на ситуацията, избора на приоритети и алтернативни решения. Въпреки пасивния характер на този вид партньорство, то все пак има своята роля, за да се премине към по-активните форми на общуване.

4.2 Консултиране

Този инструмент позволява да се търси и получава обратна връзка от бизнеса и гражданите по определени въпроси, намерения и/или решения.

Основната цел на консултиране на подготовката и изпълнението на политики от местната власт в община Кърджали е да успее да достигне до всички заинтересовани лица и да вземе предвид тяхното мнение.

Процесът, който предхожда консултирането е значително по-труден и сложен от самото консултиране. Необходимо е добре да се обмислят каналите, по които да се достигне до голяма част от населението, тъй като то е пръснато в различни населени места. Освен това е необходимо хората да бъдат мотивирани да вземат участие в процеса и да изявят своята гражданска позиция.

Администрацията следва да търси начини за активното участие на заинтересованите страни в процеса на изясняване на различните алтернативни решения/възможности, тяхното приложение и крайни резултати. При този вид общуване вече информацията е двупосочна – от общината към заинтересованите страни и обратно. Нещо повече, при този тип общуване се използват техники, при които да се „осигури“ обратната връзка от гражданите. Чрез този инструмент се получават предложения за подобряване на процеса на вземане на решения. Използват се техниките и подходите за проучване и отчитане мнението на гражданите.

При консултацията е много важно процесът да е открит и гражданите да са убедени, че от тяхното участие ще има полза. Процеси, които се провеждат



формално т.е. игнорират се направените предложения от страна на заинтересованите страни, водят на практика до обратен ефект - незаинтересованост и липса на участие на гражданите. Обратната връзка е изключително важна, било то индивидуална или обобщена в електронен вид.

През последните години има реализирани редица инициативи и проекти, които активираха процеса на комуникация, но е необходимо непрекъснато да се поддържа връзка за всички актуални теми на местната общност.

Резултатите от проведеното анкетно проучване показват, че трябва да се дадат повече възможности на всеки гражданин да изрази своето становище по важни актуални въпроси. Тук основната отговорност се пада на местните кметове по населените места да разпространяват информацията и да мотивират хората да изразяват своята активна позиция по актуални теми на общността.

За ефективността на процеса по консултиране от изключително значение е избор и начина на провеждане на консултационна процедура.

Понякога е трудно да се достигне чрез Интернет до някои заинтересовани страни като малките предприятия, потребителите и малцинствените общности, още повече, че в някои населени места на общината достъпът до интернет е ограничен.

Важно е да се поеме ангажимент за контакт с представителите на бизнеса и гражданите, неправителствените организации и сдружения, за да се достигне до по-широк кръг групи, което да позволи събирането на повече и по-полезна информация за формулиране на добри решения.

Част от тези форми са посочени като предпочитани и препоръчителни от представителите на местния бизнес и гражданите, участвали в анкетното проучване, а именно:

- ✓ Анкети проучвания;
- ✓ Публични обсъждания;
- ✓ Обществени проучвания;
- ✓ Фокус групи.



4.3 Ангажиране или активно участие

Ангажирането е процес, основаващ се на партньорство с местните органи, при което бизнеса, гражданите и техните организации вземат активно участие в процеса на разработване на конкретни дейности и политики. Заинтересованите страни вземат участие още на ниво определяне на проблема/ите, съвместно с общината дефинират проблемите, приоритизират ги и търсят най-доброто решение. На практика те участват в процеса на вземане на решения на местно ниво, при определянето на местни политики, на приоритетите на общината, визията и плановете за действие.

4.4 Модели на взаимодействие

При изготвянето на настоящата концепция, екипа от експерти проучи и анализира стратегическите и нормативните документи на Община Кърджали, както и прилаганите подходи и практики за привличането на бизнеса и гражданите в процеса на формиране и изпълнение на местни политики.

През 2013 г. Община Кърджали разработва и приема като вътрешни процедури два модела – един за мониторинг на изпълнението на политики и втори за консултиране на политики.

Тези модели са резултат от изпълнението на проект “Ефективно взаимодействие между заинтересованите страни в Община Кърджали за формиране, изпълнение и мониторинг на общински политики”, Договор за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ А-10-13-22 от 06. 12. 2011 г, който се финансира по Оперативна програма „Административен капацитет”, подприоритет 1.3 "Ефективна координация и партньорство при разработване и провеждане на политики", бюджетна линия BG051P0002/10/1.3-04. съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд.

В периода 2013-2023 г. тези модели се използват от администрацията при структуриране и провеждане на консултации със заинтересованите страни при подготовката и изпълнението на местни политики в различни сфери на обществения живот.

Резултатите от анкетното проучване, проведено по проект „Партньорското взаимодействие между местна власт и бизнес за подобро местно икономическо развитие“, показват че между местната власт, бизнеса и неправителствените организации има изградени партньорски взаимоотношения, но те се нуждаят от по-нататъшно развитие и укрепване.



Като основни препоръки към местната власт в изпълнението на Дейност 2 по проекта „Анализ на възможностите за подобряване взаимодействието между бизнеса и местната власт в сферата на местно икономическо развитие на община Кърджали“ са изведени:

Препоръка 4: Насърчаване на сътрудничеството с местния бизнес чрез предоставяне на навременна и достъпна информация и техническа подкрепа от страна на Общината

Препоръката е насочена към местната власт и общинските служители за предоставяне на повече информация, чрез различни информационни канали, включително чрез организиране на срещи с местни предприемачи за възможности за финансова подкрепа с публични средства.

Препоръка 5: Провеждане на регулярни срещи с бизнеса, разяснение на инвестиционните стимули на национално и местно ниво

Препоръката е насочена към запознаване на местния бизнес с възможните стимули при реализация на инвестиционни намерения чрез организиране на информационно разяснителна кампания за реда за издаване на сертификат за инвеститори, както и стимулите, от които могат да се възползват потенциалните инвеститори. В същото време, местните предприятия са сравнително слабо запознати с възможните стимули предвидени в Закона за насърчаване на инвестициите и Наредбата за насърчаване на инвестициите с общинско значение в община Кърджали и издаване на сертификати клас В.

За подпомагане на изпълнението на тези препоръки в Приложение 1 към концепцията е представена Карта за планиране, организиране и провеждане на информационни кампании, а в Приложение 2 е представена Карта за планиране, организиране и провеждане на срещи с бизнеса.



5.ПРОЦЕДУРА ЗА ОДОБРЕНИЕ И ИЗМЕНЕНИЕ

Концепцията е съгласувана и одобрена от страна на партньорите в проекта, като с оглед нейната цел и обхват, ще бъде достъпна до всички заинтересовани страни на интернет страниците на партньорите.

Нейното изменение може да става с разработване на документ, представляващ следваща версия (напр. Концепция - версия 2 от ХХ. ХХХХг.), и не се предвижда изрично одобрение на всяка нова версия, с оглед отворения характер на документа.

6.ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1 – Карта за планиране, организиране и провеждане на информационни кампании;

Приложение 2 – Карта за планиране, организиране и провеждане на срещи с бизнеса.



Приложение 1 – Карта за планиране, организиране и провеждане на информационни кампании

№	Етап	Стъпки за изпълнение	Препоръки
1	Планиране	<ol style="list-style-type: none">1. Структуриране на тема/въпрос/политика;2. Идентифициране на заинтересованите страни, които имат отношение по темата;3. Определяне на информационните канали, които ще се използват за предоставяне на информацията;4. Определяне на период на провеждане;5. Определяне на отговорни лица за провеждането на кампанията.	<p>При подготовката на кампанията е важно да се отговори на въпросите:</p> <p>Защо да се провежда кампанията?</p> <p>Към кого е насочена тя?</p> <p>Как да се достигне до по-широк кръг от заинтересовани страни?</p> <p>Необходими ли са допълнителни ресурси – експерти и финансови средства?</p> <p>Колко време е необходимо за провеждането ѝ?</p> <p>Кога е най-подходящо да се проведе с цел привличане на обществен интерес?</p> <p>Кой ще организира и проследи провеждането ѝ?</p>
2	Организиране	<ol style="list-style-type: none">1. Подготовка на информационните материали;2. Осигуряване на избраните комуникационни канали;3. Осигуряване на възможност за обратна връзка от заинтересованите страни;4. Осигуряване на необходимите ресурси – експертни, финансови и др.	<ol style="list-style-type: none">1. Информационните материали е препоръчително да са написани на ясен и достъпен език, като по възможност се избягва жаргон, съкращения и акроними (ако не могат да се избегнат необходимо е да се включи речник на термините). В тях трябва да се посочва ясно обхвата на темата/въпроса, по какви въпроси се търсят мнения, търсят ли се варианти.2. Съдържанието и визуалните елементи на материалите следва да се съобрази със спецификата на избраните информационни канали.3. При избора на комуникационни канали е необходимо да се



			<p>вземе в предвид спецификата на отделните заинтересовани страни, както и функционалните възможности на отделните канали.</p> <p>В случай, че ще се провеждат информационни срещи и обсъждания е необходимо да се организират предварително логистично. При онлайн събития да се гарантира възможност за включването на по-голям брой участници и да се ангажира достатъчно време за провеждането им. При присъствени срещи да се осигурят подходящи зали, оборудване и кафе пауза. Част от логистичната подготовка е и изпращане на покани до заинтересовани лица, както и ангажиране на модератор, протоколчик, разработване на презентации и отделни материали.</p> <p>4. За осигуряване на обратна връзка е необходимо да се посочват ясно как да се изпращат мнения и предложения, както и имената, телефонните номера и електронните адреси за задаване на въпроси относно съдържанието и допълнителна информация.</p>
3	Провеждане	<ol style="list-style-type: none">1. Публикуване на информационните материали, в определения начален срок;2. Уведомяване на заинтересованите страни за началото на кампанията;3. Провеждане на планираните срещи и/или обсъждания;	<ol style="list-style-type: none">1. При определяне на периода на провеждане е важно да се даде достатъчно време на заинтересованите страни за запознаване с информацията, както и изказване на мнения и предложения. Продължителността на кампанията е в пряка зависимост от обществената значимост на темата и от кръга заинтересовани страни.2. При провеждането на срещи и обсъждания е важно да се гарантира възможността всеки присъстващ да изкаже своето мнение



		<p>4. Периодично уведомяване на заинтересованите страни за хода на кампанията и крайния ѝ срок;</p> <p>5. Събиране на информация от обратната връзка от заинтересованите страни.</p>	<p>или предложение.</p> <p>3. Периодичното уведомяване за хода на кампанията ще гарантира задържането на контакта със заинтересованите страни по темата.</p> <p>4. При обработване на обратната връзка от заинтересованите страни освен обобщаване на постъпилите мнения, предложения и коментари е особено важно да се регистрират и електронните адреси/пощи на респондентите. Създаването и поддържането на регистър с контактната информация на различни заинтересовани страни значително облекчава своевременната комуникация при следващи кампании или допитвания.</p>
4	Отчитане на провеждането	<p>1. Анализ на резултатите от получената обратна връзка;</p> <p>2. Информирание на заинтересованите страни за резултатите от кампанията, включително и от обратната връзка.</p>	<p>1. Анализът на получената обратна връзка често се пропуска след приключването на информационната кампания, но той дава възможност за оценка на ефективността на проведената кампания. Не винаги получените мнения и коментари кореспондират пряко с темите/политики, предложени за обсъждане и консултации, но дават възможност да се определят въпроси и теми, които вълнуват местната общност и следва да бъдат взети под внимание в ежедневно дейност на администрацията.</p> <p>2. Публикуването на резултатите от проведената кампания осигурява прозрачност и отчетност на дейността на администрацията. Също така дава на заинтересованите страни сигурност за двупосочност на комуникацията – мнението им се отчита и взема под внимание.</p>



Приложение 2 – Карта за планиране, организиране и провеждане на срещи с бизнеса

№	Етап	Стъпки за изпълнение	Препоръки
1	Планиране	<ol style="list-style-type: none">1. Идентифициране на ключови теми/въпроси за обсъждане;2. Определяне на формат на срещите;3. Идентифициране на заинтересованите представители на бизнеса и бизнес организации;4. Определяне на периодичност/график на провеждане;5. Определяне на начин на провеждане;6. Определяне на контактни лица за провеждането на срещите.	<ol style="list-style-type: none">1. При подготовката на срещите е важно да се очертаят ключовите теми/въпроси, които ще бъдат предмет на дискусия и обсъждане. От съществено значение е активното взаимодействие при подготовката на стратегически и планови документи, както и при формирането и мониторинга на изпълнението на местни политики.2. От спецификата на темите/въпросите зависи избора на формат на срещите и тяхната периодичност. При обсъждането на политики и приоритети е особено важно да се получи мнението на представителите на бизнеса от различни сектори, като за по-голяма ефективност срещите би следвало да се провеждат по икономически сектори.3. Периодичността на срещите следва да се определи съвместно от местната власт и бизнеса.
2	Организиране	<ol style="list-style-type: none">1. Подготовка на материали и проекти на документи по обсъжданите теми;2. Осигуряване на подходящи зали, оборудване, модератор и др.;3. Подготовка и изпращане на покани на потенциалните участници;	<ol style="list-style-type: none">1. Материалите е препоръчително да са написани на ясен и достъпен език, като по възможност се избягва жаргон, съкращения и акроними (ако не могат да се избегнат необходимо е да се включи речник на термините). Те следва да дават достатъчно изчерпателна информация по обсъжданите теми/въпроси.2. С цел потенциалните участници да имат възможност предварително да се запознаят с темите, които ще се обсъждат,



		<p>4. Осигуряване на необходимите ресурси – експертни, финансови и др.</p>	<p>подготвените материали следва да бъдат неразделна част от поканата за срещата. Желателно е участниците да са предварително информирани за продължителността на срещата.</p> <p>3. При избора на начина на провеждане, време и продължителност на срещите е необходимо да се вземе предвид ангажираността на участниците.</p>
3	Провеждане	<p>1. Срещите започват в посочения час.</p> <p>2. Следва се обявения дневен ред.</p> <p>3. Представяне на кратка информация по темата на срещата;</p> <p>4. Предоставяне на възможност участниците да дискутират по темите;</p> <p>5. Обобщаване на резултатите от дискусиите и план за последващи действия;</p> <p>6. Искане на обратна връзка от участниците.</p>	<p>1. Препоръчително е срещите се извършват по предварително определения съвместно график, както да започват и завършват в определения час.</p> <p>2. При провеждането им е важно участниците да се придържат към основния тематичен фокус на срещата /тук е важна ролята на модератора/.</p> <p>3. Воденето на протокол ще подпомогне документирането на предложенията, изказани по време на дискусиите, както и оформянето на решения от срещата.</p>
4	Отчитане на резултатите от срещите	<p>1. Изготвяне на информация с резултатите от проведената среща;</p> <p>2. Информиране на участниците.</p>	<p>Ползите от проведените срещи с представителите на бизнеса от различните сектори може да се окажат недостатъчни, ако резултатите не се документират и обобщават.</p> <p>Предоставянето на информация за резултатите ще подпомогне мотивирането на представителите на бизнес за включването им в процеса на планиране и изпълнение на местните политики.</p>



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“ 2014-2020, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от екипа, изготвил анализа и не е задължително да отразява позициите на Фондация „Микрофонд–София“ и Община Кърджали, и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на ЕС и Управляващия орган.

----- www.eufunds.bg -----

Проект „Партньорското взаимодействие между местна власт и бизнес за подобро местно икономическо развитие“, Договор за ПБФП № BG05SFOP001-2.025-0032-C01, финансиран от Оперативна програма „Добро управление“ 2014-2020 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд.