

*Є. Б. Тихомирова,  
доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної  
інформації Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки (м.  
Луцьк)*

### **Концептуальний вимір government relations**

Актуалізація джіар у сучасному суспільстві обумовлена виникненням інститутів громадянського суспільства та бізнесу, які завдяки їхньому розвитку, зростанню, ускладненню розв'язуваних ними завдань все більше потребують співпраці з органами державної влади і управління [1; 3; 4; 5].

Джіар / GR (англ. government relations - взаємодія з органами держ. влади) - це діяльність спеціально уповноважених співробітників великих комерційних структур (GR-спеціалістів) із супроводу діяльності компанії в політичному середовищі з метою побудови довгострокової, комфортної, передбачуваної системи відносин з профільними для компанії політичними стейкхолдерами (групи впливу, що існують усередині чи поза компанією, які треба враховувати при здійсненні відповідної діяльності).

Відмінності джіар: для GR-спеціаліста основним є побудова комфортної, передбачуваної системи відносин з профільними для компанії політичними стейкхолдерами; він відстежує можливості і небезпеки з боку органів влади, інформує керівництво, за необхідності залучає лобістів; технології реалізації замовлення в джіар. Науковці підкреслюють: GR-діяльність спирається на технологічний інструментарій PR, як цілісної системи, що належить до загального менеджменту. Лобіювання - одна з функцій менеджменту GR [2].

Основне завдання GR - запобігати можливим загрозам від діяльності політичних стейкхолдерів і реалізовувати потенційні можливості компанії через її участь у політичних діях. За рахунок джіар-активності компанія намагається досягти економічних результатів політичними засобами.

До основних функцій GR в організації можна віднести: відстеження та аналіз ініціатив органів державної влади, які можуть мати вплив на економічне становище компанії;

проведення моніторингу та комплексного аналізу законодавчих та інших нормативних правових актів, що належать до питань регулювання в сфері діяльності компанії, які можуть вплинути на розвиток бізнесу;

координація налагодження відносин компанії з органами державної влади;

супровід ініціатив компанії в державній сфері (питання ліцензування, роз'яснювальних листів, лобіювання законопроектів, участь у державних тендерах або цільових програмах підготовки, клопотань, повідомлень, оскаржень та ін.); вплив на органи державної влади, коригування їх ініціатив в інтересах компанії; проведення лобістських кампаній;

забезпечення преференцій та державних замовлень для компанії;

застосування стратегічного підходу до вирішення проблем, що впливають на репутацію компанії, який дозволяє забезпечувати лояльність держави і суспільства до компанії; налагодження і підтримання ділових контактів з представниками державних установ, громадських організаційне здійснення економічної діяльності компанії на зовнішніх ринках.

Ключові завдання джіар-фахівця: моніторинг інформації та ініціатив профільних органів державної влади; донесення інформації про компанію до профільного чиновника/депутата з метою врахування її позиції в документі, що розробляється, або при виробленні політичних рішень; вплив і коректування позиції органів державної влади в інтересах компанії.

Зміст роботи у галузі джіар передбачає:

а) аналітичну та прогнозну діяльність в області державної політики загалом та розвитку бізнесу зокрема,

б) знання про всі законодавчі ініціативи виконавчої та представницької влади в області бізнесу, включаючи підготовлювані проекти законів і урядових рішень,

в) міцний контакт з міністерствами і відомствами, з чиновниками, які курирують той сектор економіки, де діє дана бізнес-структура (знання планів роботи, проблематики нарад тощо);

г) вибудовування постійних і ділових відносин зі ЗМІ (преса, радіо, телебачення) - як з редакторами новинних програм, так і з економічними оглядачами (особлива ставка на бізнес-пресу),

д) представництво власних інтересів у громадських та суспільно-державних структурах бізнесу типу Союзу промисловців і підприємців, Торгово-промислової палати та ін., безпосередня співпраця із владою через конференції, «круглі столи», експертизу підготовлюваних законів, урядових рішень і т.д.

Критерієм оцінки результату діяльності GR-структур може бути відсутність серйозних претензій до компанії з боку органів влади; зовнішні умови, сприятливі для розвитку організації, і відповідно досягнуті в результаті сприятливих зовнішніх умов підсумки діяльності цього департаменту, своєчасність роботи GR-департаменту з відстеження законодавчої діяльності органів влади з тим, щоб ідеологія закону і його результати сприяли розвитку компанії, точність прогнозування розвитку подій; повнота сценаріїв розвитку ситуації; грамотність визначення цілей і завдань розвитку компанії відповідно до тієї державної економічної політики.

Література

1. Гросфельд Е.В. Лоббизм и government relations: контуры теории / Е.В. Гросфельд // Грані. - 2011. - № 6(80) листопад-грудень. - С. 137-139.

2. Ильичева Л.Е. Лоббизм и GR: общее, особенное, эффективность технологий [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://lobbying.ru/index.php?article\\_id=7219](http://lobbying.ru/index.php?article_id=7219)

3. Клімович С.О. Дослідження government relations як комунікації між владою та бізнесом: термінологічний аспект / С.О. Клімович // Стратегічні пріоритети. - 2010. - № 1. - С. 82-85.

4. Парух И. GR по-украински // Економічна правда [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://lobbying.com.ua>publ/gr\\_po\\_ukrain-ski/20-1-0-38](http://lobbying.com.ua>publ/gr_po_ukrain-ski/20-1-0-38).

5. Теліпко В. В. Лобізм, Government Relations і Public Affairs: До витоків понять / В.В. Теліпко // Юридичний авангард. - 2009. - січень (№ 1). - С. 33-39.