

УДК 328.184:351:316.77

С. О. Клімович

аспірант
Національний інститут стратегічних досліджень

GOVERNMENT RELATIONS У РФ: МИНУЛЕ, СУЧАСНЕ, МАЙБУТНЄ

*У статті досліджено стан суспільних відносин для бізнесу та органів державної влади РФ.**Ключові слова: державне управління, зв'язки з громадськістю, Government Relations, лобізм, Public Affairs, адвокація, РФ.*

I. Вступ

До сьогодні у вітчизняній науковій літературі не було проведено комплексного аналізу російської галузі Government Relations. Аналіз наукових публікацій в Україні дає змогу зробити висновок, що ця стаття фактично буде першою україномовною, яка вийшла друком, з проблематики матеріалу. Разом з тим, у російській науці з цієї теми у пострадянський період захищено десятки дисертацій. На увагу дослідника також претендують п'ять науково-популярних книг. Дві монографії написані кандидатом політологічних наук П. Толстих: "Практика лоббизма в Государственной думе Федерального собрания Российской Федерации" (2006) [12] та "Практикум по лоббизму в России" (2007). У 2011 р. вийшла книга А. Шатилова та А. Никитина "GR для эффективного бизнеса" (Москва, "Форум"). Цікавою також є робота колективу авторів "GR-связи с государством" за редакцією Л. Сморгунова, Л. Тимофеевої (Москва, 2012). Того ж року світ побачила книга І. Толмачової "Лоббизм по-русски. Между бизнесом и властью".

II. Постановка завдання

Мета статті – дослідити рівень і динаміку розвитку царини Government Relations у Російській Федерації; розглянути значення GR у міжсекторальній взаємодії РФ; пояснити, чому цей аспект варто врахувати українським бізнесменам і громадським активістам у процесі їх конкуренції або співробітництва з російськими корпораціями, а також у разі входу на ринок РФ у контексті захисту українською державою економічних інтересів її громадян за кордоном; проаналізувати юридичне забезпечення російської галузі GR; дати рекомендації щодо подальшого дослідження міжсекторальної взаємодії в Росії.

III. Результати

Дослідники констатують, що роль держави в бізнес-діяльності корпорацій Росії продовжує щороку зростати [14] при одночасному зниженні рівня демократичності й розвитку громадянського суспільства. То ж не дивно, що політичний Public Relations наразі

в кризі, натомість Government Relations бурхливо розвиваються, пройшовши за останню декаду чималий практичний і теоретичний шлях (достатньо сказати, що в Росії у XX–XXI ст. було захищено близько ста кандидатських і докторських дисертацій [12]).

Наразі у РФ, за даними відомого дослідника П. Толстих, працює вже понад тисячу фахівців з GR [10]. За іншою інформацією, це число сягає 2500. Утім, російський ринок GR-послуг все ще далекий від насиченості. Якщо у 2010 р. П. Толстих оцінює його щорічний обіг у 100 млн у.о. [4], то у 2012 р. – уже втричі більше¹.

Колишній голова Агентства ділових комунікацій М. Касьянов вважав, що, за приблизними оцінками, до витрат на GR можна віднести до 20% від внутрішніх інвестицій у Росії і до 20–25% капіталовкладень росіян за кордоном. (За даними Росстату, лише за перший квартал 2007 р. внутрішні фінансові інвестиції організацій становили приблизно 116 млрд у.о., інвестиції у нефінансові активи – 25,8 млрд у.о., зарубіжні інвестиції вітчизняних компаній – 11 770 млн у.о.) [5].

Основні гравці ринку GR-консультування працюють 8–10 років. Їх не більше ніж десять (для порівняння, в Україні мають **постійну** практику, за даними автора, не більше ніж дев'ять). З цього приводу П. Толстих пише: "Інтерес PR агентств до цього напрямку особливо активізувався після 2004 р., коли в Росії була змінена система виборів. Компанії, що раніше активно займалися виборчими технологіями, втратили багатомільйонний ринок виборів керівників суб'єктів Федерації та одномандатних депутатів Державної Думи. Маючи політичні зв'язки, напрацьовані в період виборів, вони сподівалися монетизувати їх через GR-консалтинг. Однак, цього не сталося. ... Це занадто різні види діяльності. GR набагато ближче до юриспруденції" [13].

За спостереженнями віце-президента із взаємодії з держорганами "Лукойл" О. Васи-

¹ Про стан і бюджети Government Relations в Росії // Коридори Влади [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kuliar.com.ua/2012/09/28/pro-stan-i-byudzhet-y-government-relations-v-rosiji>.

ленка, 80% російських фахівців з GR – колишні державні службовці. Дехто в 1990-ті рр. прийшли в Government Relations з банківської сфери та PR. Ці люди мають переважно юридичну або економічну освіту. Фахівець з підбору персоналу Н. Кареліна розподіляє GR-фахівців високого рівня на три категорії: переговорники (їх можна назвати лобістами або бізнес-промоутерами), радники (випрацюють GR-стратегію корпорації) та контролери (контролюють GR-процес) [5].

Автори експертного дослідження “GR і лоббизм в современной России” опитали до трьох десятків GR-фахівців. Було визначено кілька тенденцій, а саме: на Заході лобізм діє в суворіших законодавчих межах, що робить його більш витонченим і технологічним, тоді як російські GR-фахівці діють в умовах законодавчого вакууму. Тут лобізм є персоніфікованим. Крім того, на ринку відсутнє прозоре ціноутворення, немає здорової конкуренції і загальноприйнятої оцінки ефективності діяльності [17].

Директор з регіональних проектів Інституту корпоративного розвитку групи компаній “Ренова” у 1990-ті рр. М. Баширов згадував у 2007 р.: “У корпоративних центрах управління були піарники, силовики, юристи, фінансисты, а джіарників не було. Корпорації намагалися влаштувати “своїх” людей на міністерські та губернаторські пости або зайняти їх самі. Вважалось, що обов’язково треба мати “своє” ТБ, щоб впливати на владу” [5]. У 2000–2003 рр. у країні почався період бурхливого розвитку Government Relations, близьких до класичного розуміння цього виду діяльності. Але після справи ЮКОСу бізнес на велику політику вже не зазіхає [5].

Наразі науковці фіксують найбільші GR-відділи в “Газпромі” (понад 30 осіб), РЗ – (понад 30 осіб), ПАТ “ЕЕС Росії” (47 осіб). За даними російської рекрутингової агенції Staffwell, у 2010 р. кількість запитів на GR-менеджерів збільшилася на 15%, а середня зарплата віце-президента з GR середньої компанії становить 5–7 тис. у. о. на місяць [15].

Щодо асоціацій у РФ, то їх вагомий вплив у середині 2000-х рр. наразі трохи знизився, але, тим не менше, у 2010 р. їх з’явилося в РФ кілька дюжин, тоді як, наприклад, у 2000 р. – лише п’ять [18]. За інформацією відомого українського GR-ника А. Прокопенка, ставлення російських держслужбовців до асоціацій у цілому є кращим, ніж до окремих компаній.

Щодо рівня інституційної сформованості професійної спільноти російських GR-ників, то з 2004 р. проводяться спеціальні зустрічі. А у 2009–2012 рр. відбулося чотири GR-конгреси. В цьому середовищі активно обговорюється ідея створення власної професійної конфедерації [1]. Є навіть у неї назва – Russian Government Relations Association.

Крім того, провідні гравці галузі наразі шукають шляхи для міжнародної сертифікації власних фахівців.

У 2004 р. в державному університеті “Вища школа економіки” відкрилася кафедра “Теорія і практика взаємодії бізнесу і влади”. З 2008 р. в МДУ можна здобути спеціальність “МВА – Зв’язки з державними органами (GR)” [14]. У Російській академії державної служби відкрилися курси підвищення кваліфікації для фахівців з GR у 2010 р. [9].

Крім того, у РФ все ще існує перевага бізнесу на шкоду суспільному інтересу через нерозвинутість тамтешніх ІГС. [19]. Ще один російський тренд – великий бізнес лобіює себе переважно сам, тоді як транснаціональні корпорації частіше звертаються до субпідрядників, згідно з відкритою інформацією провідних агентств у РФ [7].

Починає приділяти уваги GR і середній бізнес, при цьому діє не тільки через асоціації та субпідрядників, а й наймає фахових комунікаторів у штат. Цікаво, що за глобальної економічної кризи чимало маркетингових бюджетів було перекинуто з Public Relations до GR-напрямів, які вступили у боротьбу за державні дотації [4]. Тоді ж представницькі GR-функції тимчасово почали переходити від топ-менеджерів до власників бізнесу.

“Зростання ринку змушує його фахівців постійно підвищувати свої етичні стандарти”, – констатують у “Кесарев Консалтинг” [19]. Однак, існують у російському GR і власні проблеми зростання, і таких чимало. Так, ця професія не має ще легітимації. У цьому контексті галузь повторює шлях Public Relations, яка здобула своє інституційне визнання лише у 2003 р., коли відповідна професія була зареєстрована державними органами РФ. Утім, що парадоксально, поки не все добре власне із самим лобіюванням прийняття федерального закону “Про лобіювання” [8].

Рівень юридичної легітимації російської GR-індустрії станом на 2011 р. регулюється ФЗ “Про громадську палату РФ” від 04.04.2005 р. № 32-ФЗ та конституцією РФ. Законопроекти, що стосуються лобіювання, готувалися робочими групами під керівництвом А. Мішина (1993); М. Зяблюка (1993), В. Лепьохіна (1995–1997 рр.). Наразі в процесі розробки четвертий законопроект.

На думку експертів, опитаних у ході дослідження “Лобізм та GR у сучасній Росії”, прихильниками закону можуть виступати невеликі фірми, наприклад, окремі магазини у сфері торгівлі; персони, налаштовані на “чесну гру”, професійні асоціації та громадянське суспільство в цілому, західні компанії; політичний лідер держави [17].

Цікаво подивитися на об’єкти лобізму. Павел Толстих зазначає: “За моїми оцінками, приблизно 10% парламентарів реально займаються законодавчою роботою в Держ-

думі... Приблизно 5% з діючого складу Держдуми впливають на видаткову частину федерального бюджету" [11]. Цікаво, що в Думі на нульові читання опозицію не пускають. Тут головне – потрібно бути членом фракції "Єдина Росія" [16]. За даними А. Полуніна, наразі ФЗ коштує до 10 млн у.о. (П. Толстих називає у 300 000–1 000 000 у.о.). На думку депутата від КПРФ В. Коломейцева, лобістський потенціал у Думі мають не більше ніж 20 осіб. Лобістські дії може реалізувати дуже вузьке коло людей, які перебувають у прямому контакті з міністерствами та адміністрацією президента РФ. Це, перш за все, голови комітетів Держдуми від "Єдиної Росії" [9]. Підготовка депутатських запитів у РФ коштує 5–30 тис. у.о.

Фахівці з GR у виконавчій владі працюють у робочих групах і координаційних радах при органах влади, як і в Україні [5]. Вони також працюють у галузі держзакупівель і тендерів. Розмір компенсації за допомогу в забезпеченні потрібних результатів у більшості випадків вимірюється відсотком від суми контракту. Як правило, це 5–7%. Іноді він сягає 10%. [4]. Працюють комунікатори й над антирейдерською діяльністю, ангажуючи парламентарів відкривати в спірних будівлях громадські приймальні, що закривають доступ до них з боку силових органів [2].

Зростає увага GR і до судової гілки влади РФ. Крім публічних комунікаційних технологій, експерти ІАВС відзначали посилення ролі правового вирішення питань: судова практика, прокурорські та податкові перевірки тощо, що також є частиною адміністративного ресурсу [17].

Що стосується GR у регіонах, то стан справ тут значно гірше, ніж у центрі, навіть у Санкт-Петербурзі, де найбільше лобі мають забудовники, тютюнові корпорації та власники пивзаводу "Балтика" [3]. Ілля Лепіхов, радник генерального директора Кольської гірничо-металургійної компанії, зазначає: "Влада в кожному регіоні або групі регіонів влаштована дуже по-різному. Тому фахівець з GR у Башкирії – це людина з абсолютно певним набором якостей, фахівець з GR в Іркутській області – це інший набір якостей, у Тамбовській області – третій тощо. Мені доводилося працювати в декількох регіонах, і я б сказав, що відмінностей у діяльності було більше, ніж спільного" [5].

IV. Висновки

1. Доведено, що царина Government Relations у Російській Федерації бурхливо розвивається як якісно, так і кількісно. Тому значення GR стає дедалі більшим. Цей аспект варто врахувати вітчизняним ФПГ та НГО у процесі їх конкуренції або співробітництва з російськими корпораціями, а також у разі входу на ринок РФ.

2. Проаналізовано юридичне забезпечення діяльності російських GR-ників. Стан справ з легітимацією діяльності суб'єктів та об'єктів лобізму дає змогу зробити висновок, що процес цей має бути перманентним і прозорим.
3. Перспективним для подальших розвідок є вивчення стану справ у відносинах українських ФПГ і НГО з інститутами центральної влади Російської Федерації.

Список використаної літератури

1. Боров А. В. Формирование института лоббизма в Российской Федерации в контексте международного опыта регулирования лоббистской деятельности [Электронный ресурс] / А. В. Боров // Румянцев и партнеры. – Режим доступа: http://www.rumyantsevconsulting.ru/downloads/borev_paris.pdf.
2. Денисов Д. Прогулка в лобби [Электронный ресурс] / Д. Денисов // Лоббирование в Украине. – Режим доступа: <http://lobbying.com.ua/publ/18-1-0-13>.
3. Дорогов А. Лоббизм по-питерски [Электронный ресурс] / А. Дорогов // Lobbying.ru. – Режим доступа: http://lobbying.ru/content/sections/articleid_6553_linkid_35.html.
4. Дорогов А. Служебный роман с властью [Электронный ресурс] / А. Дорогов // GR Research & Consulting Centre. – Режим доступа: <http://www.gr.ru/main/press/smi/465>.
5. Готова Н. Спецсвязи решают всё [Электронный ресурс] / Н. Готова // ProPR. – Режим доступа: <http://propr.com.ua/ru/public/view/11584>.
6. Зущик Ю. Лоббизм в Украине [Электронный ресурс] / Ю. Зущик // OpenSecrets.org. – Режим доступа: <http://www.ucipr.kiev.ua/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=3479>.
7. Никитина В. Тень закона. Как и почему страной управляют лоббисты [Электронный ресурс] / В. Никитин // Аргументы и Факты. – Режим доступа: <http://www.aif.ru/money/article/34502>.
8. Плигин В. Н. Выступление [Электронный ресурс] / В. Н. Плигин // GR-конгресс. – Режим доступа: <http://www.gr-congress.ru/videos/254/>.
9. Полунин А. Лоббист с большой Госдумы / А. Полунин // Свободная пресса. – Режим доступа: <http://svpressa.ru/politic/article/42033/>.
10. Толстых П. А. Выступление [Электронный ресурс] / П. А. Толстых // GR-конгресс. – Режим доступа: <http://www.gr-congress.ru/videos/253/>.
11. Толстых П. А. Онлайн-конференция для "АиФ" [Электронный ресурс] / П. А. Толстых // Lobbying.ru. – Режим доступа: http://lobbying.ru/content/sections/articleid_6811_linkid_58.html.

12. Толстых П. А. Практика лоббизма в Государственной думе Федерального собрания Российской Федерации / П. А. Толстых. – Москва, 2006. – С. 4.
13. Толстых П. А. Развитие технологий лоббизма и GR: новые направления деятельности в рамках РАСО [Электронный ресурс] / П. А. Толстых // Lobbying.ru. – Режим доступа: http://lobbying.ru/content/sections/articleid_5777_linkid_64.html.
14. Толстых П. А. Рейтинг наиболее эффективных отраслевых специалистов по связям с органами государственной власти России / П. А. Толстых. – Москва, 2008. – С. 3–4.
15. Шустер Е. Государевы люди [Электронный ресурс] / Е. Шустер // Lobbying.ru. – Режим доступа: <http://www.lobbying.ru/Dokuments/Otdel%20kadrov.pdf>.
16. Чечель А. Иностранцы жалуются [Электронный ресурс] / А. Чечель // Lobbying.ru. – Режим доступа: http://lobbying.ru/content/sections/articleid_5976_linkid_64.html.
17. GR и лоббизм в современной России: результаты исследования [Электронный ресурс] // IABC-Russia. – Режим доступа: http://www.communicators.ru/library/researches/rlob_res.
18. STRATFOR о стратегических тенденциях 2011 года [Электронный ресурс] // Лоббирование в Украине. – Режим доступа: http://lobbying.com.ua/load/stratfor_o_strategicheskikh_tendencijakh_2011_goda/10-1-0-20.
19. 2010: State of Government Affairs in Russia. From Jungle to FCPA/UKBA Compliance [Электронный ресурс] // Кесарев Консалтинг. – Режим доступа: http://www.kesarev.ru/images/stories/articles_attachment/state_of_government_affairs_in_russia.pdf.

Стаття надійшла до редакції 02.09.2014.

Климович С. А. Government Relations в РФ: прошлое, современное, будущее

В статье исследуется состояние общественных взаимоотношений бизнеса и органов государственной власти РФ.

Ключевые слова: государственное управление, связи с общественностью, Government Relations, лоббизм, public affairs, адвокаты, РФ.

Klimovych S. Business-Government Relations in Russia: Past, Present, Future

Until now, the domestic scientific literature has not yet been a comprehensive analysis of the Russian branch of Government Relations. Article explores the level and dynamics of Government Relations' sphere in the Russian Federation; considers the value of GR in Russian intersectoral collaboration; explains why this aspect should be taken into account by Ukrainian businessmen and civil society activists in the process of competition or cooperation with local corporations, as well as in the case of entry to the Russian market in the context of protecting the economical interests of Ukrainian citizens and industries abroad; it analyses the legal security of the Russian branch of GR; makes recommendations for the further investigation of cross-sectoral cooperation in Russia. Scope of Government Relations in the Russian Federation is booming in both qualitative and quantitative terms. Therefore the value of GR is growing. This aspect should be considered by domestic corporations and NGOs in the process of competition or cooperation with local corporations, as well as in the case of entry into the market of the Russian Federation; Status of legitimacy activities of subjects and objects of lobbying suggests that this process is not transparent although visible trend is positive; It would be good for future research to further explore affairs with intercourse Ukrainian business and NGO institutions with central governmental authorities of the Russian Federation. Analysis of scientific publications in Ukraine suggests that the article is actually the first Ukrainian-language, published on the problems of the material. Nikolay Kasyanov, former Chairman of the Agency of Business Communications (Russia) held – it is estimated that to the cost of GR can be attributed to 20% of domestic investments in Russia and up to 20–25% of the investments by Russians abroad.

Key words: public administration, public Relations, government Relations, lobbying, public affairs, advocacy, Russia.