

PR-захист бізнесу під час рейдерського захоплення: загальні положення та алгоритми рішень

Калініна М. П.,
Канд. філол. наук,
доц. кафедри реклами та
зв'язків з громадськістю
Інститут журналістики
Київського національного
університету Імені Тараса
Шевченка

У статті досліджено питання можливостей інструментарію публік релішнз під час рейдерського захоплення бізнесу та під час корпоративних війн. Автор пропонує нестандартні підходи в побудові комунікацій під час подібних криз з різними видами громадськості. В статті розглянуто підходи до дослідження рейдерства та його комунікаційної складової, а також комунікаційні стратегії для запобігання рейдерським атакам.

Ключові слова: рейдерська атака; кризові комунікації; PR-захист бізнесу; конфліктний PR; корпоративні війни; імідж; репутація.

PR-Protection of Business in Illegal Takeover: General Provisions and Algorithms of Actions

Kalinina Maryna,
PhD of Philology,
Associate Professor
Department of Advertising
and Public Relations
Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National
University of Kyiv

The article "PR-protection of business in illegal takeover: general provisions and algorithms of actions" studies the issue of possible tools of public relations during illegal takeover of business and the period of corporation wars.

The author offers the innovative approaches in building communications during similar crises with different community groups. The article describes the approaches to the study of illegal takeover, in particular, its communication components. The article discusses also communication strategies that allow avoiding illegal takeover.

Keywords: illegal takeover; crisis communications; PR-protection of business; conflictive PR; corporate wars; image; reputation.

PR-защита бизнеса во время рейдерского захвата: общие положения и алгоритмы действий

Калинина М. П.,
Канд. филол. наук,
Доцент кафедры рекламы
и связей с общественностью
Институт журналистики
Киевского национального
университета имени Тараса
Шевченко

В статье исследуются вопросы возможностей инструментария публік релішнз во время рейдерского захвата бизнеса и периода корпоративных войн. Автор предлагает нестандартные подходы в построении коммуникаций во время подобных кризисов с разными группами общественности. В статье рассмотрены подходы к исследованиям рейдерства, в частности, его коммуникационные составляющие. Также в статье рассмотрены коммуникационные стратегии, позволяющие избежать рейдерских атак.

Ключевые слова: рейдерская атака; кризисные коммуникации; PR-защита бизнеса; конфликтный PR; корпоративные войны; имидж; репутация.

Вступ. Поняття «рейдерство» введено в український діловий та юридичний обіг на початку 90-х років, що було пов'язано із силовим перерозподілом майна, яке раніше вважалося державним. Рейдерству притаманна силова заміна власника, активів та майна компанії або

спрямоване доведення до банкрутства з метою знищення компанії в конкурентному середовищі.

Наукова цінність дослідження полягає в систематизації закономірностей функціонування рейдерства як явища соціальної дійсності. Сформовану базу знань можна використовувати для



підготовки фахівців зі спеціальності «реклама та зв'язки з громадськістю». На базі отриманих даних автором розроблено навчальну дисципліну: «PR-захист бізнесу під час рейдерських захоплень».

Практична цінність дослідження полягає у формуванні готового алгоритму захисту бізнесу в корпоративних конфліктах під час силового захоплення бізнесу, а також під час супроводу судових процесів та кримінальних справ, пов'язаних із рейдерськими захопленнями.

Мета дослідження – систематизувати основні ознаки рейдерських атак та їх комунікаційний складник, окреслити алгоритм комунікаційного захисту. Для досягнення мети треба виділити комунікаційний складник рейдерства, визначити основні групи громадськості, з якою необхідно вести роботу до, під час та після рейдерської атаки, а також сформулювати алгоритм комунікаційної роботи та комунікаційної безпеки компанії.

Теоретичне підґрунтя. На сьогоднішній день рейдерство в Україні невинно активізується. В новинах з'являється інформація про рейдерські захоплення бізнесу та приватної власності громадян. Розкриттям поняття та суті рейдерства, причин його розповсюдження та особливостей займалися С. Анісімов, Т. Бабич, А. Бандурка, М. Бондаренко, М. Грішенков, Є. Дмитрієва, П. Некрасов, О. Осипенко, А. Пиманова, М. Фаенсон. Історію розвитку та наслідки досліджували Ю. Борисов, Н. Гуторова, М. Делягин, В. Ілюхін, В. Ісправніков, М. Ляцунко, В. Мандибура, В. Стадник. Механізми рейдерських захоплень, організаційно-економічні та правові методи протидії розглядали П. Астахов, Д. Беловецький, А. Богати́ков, А. Гуров, Ю. Конєва, І. Мезенцева, С. Симаков, Є. Стрельцова, О. Шустик, А. Федоров, А. Чуясов. Оцінюванням ризику рейдерського захоплення займалися В. Грачов, А. Самодідько, Є. Сидоренко, С. Симов'ян, Р. Кірюшин, М. Кричевський та багато інших. Проте питання регулювання рейдерства в Україні ще недостатньо вивчене [1].

На думку автора, недостатньо розглядати рейдерство лише в юридичній та економічній площині. Повна відсутність комунікаційного захисту бізнесу призводить до зростання рейдерських захоплень і полегшує роботу рейдерів.

Методи дослідження. В роботі проаналізовано наявні в Україні корпоративні конфлікти, пов'язані з рейдерським захопленням бізнесу, синтезовано та описано власний авторський досвід щодо захисту бізнесу та власності під час рейдерських атак. Описано практичні кейси, що розкривають сутність комунікацій під час корпоративних конфліктів, які дали позитивні результати. Розглянуто реальної кризової ситуації у кредитній спілці «Кредитна спілка військово-

службовців України». Часові межі реалізації кейсу: 2009–2016 рр.

Результати дослідження. Автором опрацьовано велику кількість теоретичного матеріалу з юридичного супроводу кримінальних процесів, пов'язаних з рейдерськими захопленнями бізнесу, розроблено, впроваджено та реалізовано проект комунікаційного захисту бізнесу («Кредитна спілка військовослужбовців України») та безпосередньо власника захопленого майна, досягнуто позитивних результатів у вигляді повернення бізнесу власникові та звільненню його від кримінальної відповідальності.

Слово «рейдер» запозичене з англійського бізнес-жаргону. Первинне визначення – corporate raid (er), тобто корпоративний напад, наліт, ворожий напад. Основна мета рейдерства полягає не в закріпленні власності за новим власником, а її подальший перепродаж, який легалізує незаконні дії рейдера. Це важлива інформація, яка істотно впливає на формування алгоритму комунікаційного захисту бізнесу.

Головними причинами самого факту існування рейдерства як явища є:

- нестабільна економічна ситуація дає можливість розширювати бізнес не шляхом купівлі чи поглинань, а шляхом елементарних злочинних захоплень. Крім того, в період економічної кризи загострюється боротьба за клієнта, за ресурси, за активи. Наприклад, задля зниження ринкової вартості бізнесу виникає публічний конфлікт. В таких умовах рейдери та грінмейлери (див. Прим. 1) буквально полюють на активи, що недостатньо захищені. Основною зброєю в таких конфліктах стають методи дискредитації бізнесу та його власника;

- нестабільна політична ситуація, коли владні важелі переходять від одного політичного клану до іншого, і де кожний наступний клан відбирає те, що колись належало попередникам. Державна вертикаль України за 24 роки незалежності сформувала систему вимагання коштів у населення та бізнесу. Інколи відсотки за прикриття рейдерства спрямовувалися на фінансування партійних проектів. На разі країна ще не має політичної волі для стримування цих процесів;

- корумпована судова та правоохоронна система, а також недосконалі закони. Більшість українських законів прописані з можливістю їх подвійного трактування. Правоохоронна система України має в своєму арсеналі низку суто «економічних» статей, спрямованих на зачищення бізнес-спільноти. Зокрема, статті 366 та 191 КК України [3] сформульовані так, що за ними можна арештувати будь-яку посадову, а часом і не посадову особу. Як свідчить статистика аналізу кримінальних проваджень, які відкрива-

лися в Україні з дев'яностих років, понад 90 % власників бізнесу, постраждалих у результаті рейдерських атак, було засуджено саме за цими статтями. Корумпованість правоохоронних органів та судової системи не лишають шансів на законний спосіб вирішення питань власності в суді;

- нехтування представниками бізнесу можливостями публік рилейшнз у вирішенні корпоративних конфліктів. Попри те, що вже кілька років вітчизняні ВНЗ випускають фахових спеціалістів, український бізнес не поспішає відкривати спеціалізовані відділи, які мають займатися не маркетингом, а іміджем, репутацією, комунікацією з аудиторією, передбачати та керувати кризами. За відсутності практичного досвіду, керівники компанії та особи, що займаються комунікаціями, в перші дні рейдерської атаки просто не знають, яких заходів необхідно вживати в таких ситуаціях. Останнім часом PR-відділи скорочуються, а часом закриваються, що миттєво позначається на комунікаціях компанії. Проте навіть корпорації, які мають потужні комунікаційні відділи, часто програють перші битви з рейдерами, оскільки в Україні жодна компанія не має готових антикризових пакетів на випадок рейдерського захоплення і не веде прозору комунікаційну політику. Оскільки рейдерська атака передбачає миттєву реакцію в інформаційному просторі, часто компанії просто не встигають розпочати необхідні дії, зокрема й комунікаційні. Ці комунікації є найбільш важливими, бо саме вони є чинником тиску на корумповану виконавчу, судову та правоохоронну системи [4].

Основні ознаки рейдерства в Україні:

- станом на 2015 р. в Україні діє щонайменше 40-50 спеціалізованих рейдерських груп, які складаються з досвідчених юристів та економістів;
- рейдерство набуло в Україні системного характеру, кількість захоплень сягає 3000 на рік;
- результативність рейдерських атак – понад 90 %;
- за експертною оцінкою, щорічний обсяг сегмента поглинань і злиттів (без приватизації) становить понад 3 млрд дол. США;
- середньостатистична норма прибутку рейдера в Україні, за експертними оцінками, становить близько 1000 %;
- українське рейдерство має відчутну кримінальну складову: протиправні дії чиняться із залученням збройних формувань, а подекуди – навіть співробітників правоохоронної системи» [5].

Найризикованішими сегментами в контексті рейдерських захоплень є: будівництво, нерухомість, фінанси та інвестиції, аграрний бізнес, ретейл, медіа, автобізнес, благодійні фонди з великими обігами коштів та інші. Найуразливішою

є форма управління компанією з кількома власниками, акціонерами, інвесторами, структурами, керування якими здійснюється через правління.

Аналіз діяльності вітчизняних компаній виявив низку недоліків теорії та практики захисту від рейдерства:

- комунікаційна складова процесу майже не береться до уваги, а отже, PR-служби практично не беруть участі в захисті бізнесу. Основні обов'язки покладені на юристів та економістів;

- більшість вітчизняних підприємств, які не входять до складу закордонних холдингів, не ввели до політики своєї роботи укладання планів дій на випадок кризових ситуацій, зокрема на випадок рейдерського захоплення. Запізніле втручання піарників у відбиття рейдерського захоплення часто не приносять необхідного результату, що призводить до фатальних наслідків;

- практики зв'язків із громадськістю на підприємствах дивляться на проблему комунікаційного захисту бізнесу лише в площині медіарилейшнз, а інший сучасний інструментарій PR майже не використовується;

- ототожнення рейдерства з грінмейлерством.

Рейдерське захоплення належить до тривалих, публічних, прогнозованих, ретельно спланованих з боку нападника криз, що мають фіксований у часі фінал.

У рейдерському захопленні часто відіграє головну роль ефект «чорного лебедя» – ефект несподіваної, не прорахованої ситуації. Він може бути як фактором атаки на компанію, так і фактором перемоги над рейдером у вигляді несподіваного креативного виходу.

Роботу з PR-захистом бізнесу в корпоративних конфліктах можна розділити на три стадії: до кризи, власне кризу, конфлікт. Найбільш складною є робота в конфліктному полі. Результат цієї комунікаційної кампанії буде непередбачуваним, оскільки залежатиме від багатьох зовнішніх факторів.

Найбільш легкою та рекомендованою є спланована системна робота із захисту бізнесу в докризовому періоді. З докризовими стратегіями захисту бізнесу додатково можна ознайомитися в [4]. Основною задачею PR-фахівця в цей період є передбачення та прогнозування кризової ситуації, а також розробка комунікаційних планів на випадки виникнення кризової ситуації. Так званий «Протокол дій» дає можливість не просто підготуватися до протидії рейдерам, а в 90 % запобігти рейдерському захопленню.

В першу чергу, запобігти рейдерському захопленню може активна медійна та громадська діяльність компанії та керівництва, спрямована на формування позитивної репутації бізнесу. Якщо рейдерське захоплення таки відбувається та супроводжується арештами менеджменту компа-



нії, медійність керівництва та наявна позитивна репутація стануть у нагоді при формуванні стратегії комунікаційного тиску на силові структури та замовників рейдерської атаки. Основна мета піарника – зробити керівника (власника) бізнесу максимально медійним. Тоді його зникнення одразу викличе суспільний резонанс. На цьому етапі необхідно продумати роботу з ключовими аудиторіями, з якими доведеться спілкуватися у разі ймовірного рейдерського захоплення, і які мають бути лояльними до компанії. Наприклад, у випадку кредитної спілки, це будуть:

- представники медіа;
- вкладники;
- інвестори;
- пайники;
- співробітники;
- партнери;
- засновники;
- правоохоронці;
- органи державної влади;
- громадські організації.

Відповідно, піарник має забезпечити базу для своєї роботи. В першу чергу, це персоніфікована база даних з актуальними контактами. Не виключено, що в майбутньому необхідно буде спілкуватися з кожною людиною окремо. Базу треба структурувати за принципом: лояльні / нейтральні / негативні. Це допоможе уникнути витоку інформації до близької до рейдерів групи, оскільки наявність «групи підтримки рейдерів», так званих скривджених – обов'язковий елемент рейдерства. На докризовому етапі актуально забезпечувати прозорість діяльності компанії, оскільки відсутність офіційної інформації породжує чутки і є вдалим підґрунтям для дезінформації.

Розробляючи алгоритми протидії рейдерській атаці, варто враховувати, що в 90 % випадків відбувається усунення від справ легітимного власника шляхом фабрикування кримінальної справи та арешту з метою подальшого винесення обвинувального вироку. Це буде додатковим навантаженням для PR-кампанії. Фабрикування кримінальної справи проти власника бізнесу та його арешт необхідні для:

- блокування спротиву власника;
- деморалізації співробітників компанії;
- відсутності єдиного центру прийняття рішень;
- тиску на родину та оточення власника;
- посилення атмосфери страху;
- руйнування позитивної репутації бізнесу;
- відкриття «другого фронту» для піарників, юристів та менеджменту компанії.

Для кризової стадії характерна велика аналітична робота, спрямована на дослідження структури рейдерської групи, створення психологічних портретів рейдерів, пошук інформації, що їх

дискредитує; робота з формування лояльної громадськості; залучення медіа, залучення громадських активістів, створення груп тиску. На цьому етапі ще допустиме створення антикризових пакетів. Проте на кризовій стадії вже варто забувати лише про медіарілейшнз. Необхідно звертатися до ресурсів GR (див. Прим. 2) – активно залучати на свою сторону людей, які ухвалюють рішення: представників влади, правоохоронців, суддів (через звернення з позовними заявами до суду та залучення медіа), міжнародні судові та правозахисні організації. 90 % випадків рейдерства не цікавлять пересічних громадян, оскільки не стосуються їхніх особистих проблем. Існує особливий бізнесовий сегмент, який взагалі не викликає співчуття в громадськості. Наприклад, кредитні спілки за жодних умов не викликають позитивні емоції у громадськості. На них заздалегідь, за замовчуванням, повішено ярлик «шахраїв». Тому в цьому випадку розраховувати на лояльність широкого загалу не варто.

Під час кризи варто залучити піарника до процесу переговорів, оскільки фахові навички з комунікації допоможуть зробити цей процес ефективнішим. Діяльність компанії має стати абсолютно прозорою, оскільки тільки впевненість у тому, що бізнес власника ведеться законно, без порушень, стане запорукою лояльного ставлення громадськості.

На кризовій стадії першим сигналом переходу до конфліктної фази є збільшення кількості перевірок різними контрольними органами: від санстанції до податкової та прокуратури. Аналіз кримінальних справ за 2008–2015 рр. показав, що основна стаття кримінального кодексу України, відповідно до якої розпочинають кримінальне переслідування власників бізнесу – 191 КК України: «Привласнення, розтрата майна або заволодіння ним шляхом зловживання службовим становищем», яка передбачає тримання під вартою до 12 років. Перевірки різного рівня спрямовані на те, щоб створити формальну підставу для відкриття кримінального провадження. Це основний сигнал, коли треба давати максимальну публічність ситуації. Відповідно, на цій стадії необхідно тримати напоготові відкритий канал у соціальних мережах, куди варто транслювати в онлайн режимі будь-які дії правоохоронців, використовувати технічні засоби фіксації (відеокамера, смартфони, диктофон), заздалегідь домовитися із журналістами про виїзд на місце подій, мати попередньо заготовлені варіанти заяв для преси тощо.

Необхідно побудувати комунікаційну систему безпеки компанії та перших осіб. На конфліктній стадії робота із громадською думкою не приносить жодного результату, всі зусилля піарника мають бути спрямованими на роботу з окремими



мікрогрупами громадськості, які безпосередньо ухвалюють рішення по справі: судами, прокуратурами, поліцією, ДФС, МЧС тощо з метою унеможливити варіант ухвалення протизаконного рішення. Це має бути системне написання скарг по всій вертикалі прокуратури та МВС (в режимі 2-3 скарги на тиждень), а також зустрічні заяви про злочин, тиск та ймовірні корупційні дії, щоб унеможливити фабрикування кримінальної справи. Коли з'являються скарги та медійні матеріали, посадова особа (судова чи правоохоронна система) потрапляє до публічного кола, до якого, зазвичай, не готова. Якщо людина займається фабрикуванням документів чи легалізує протизаконні рішення, скоріше за все, вона не буде ризикувати.

Необхідно тримати напоготові засоби аудіо та відео фіксації, канали в мережах YouTube, Periscope, Facebook. Бажано, щоб до сайту та сторінок в соціальних мережах мав доступ тільки піарник компанії. Офіційний сайт бажано розміщувати на закордонних ресурсах і користуватися месенджером, в яких листування зашифроване. Власне, на конфліктній стадії роль соціальних мереж зростає, оскільки традиційні медіа часто відмовляють у залученні їхнього ресурсу. Це пов'язано з тим, що рейдерські групи часто працюють під прикриттям осіб, які впливають на редакційну політику.

Робота в конфліктному полі є найбільш складною та характеризується застосуванням жорстких маніпуляційних методик. Зокрема, перформансів, мітингів, звернень, війни компроматів тощо.

Кредитна спілка «Кредитна спілка військово-службовців України» була заснована у 1999 році. До 2008 року мала бездоганну репутацію на фінансовому ринку та на ринку будівництва. КС «КСВУ» очолював колишній кадровий військовий Олександр Йосипович Нагорський. За час існування кредитна спілка реалізувала велику кількість вдалих фінансових проєктів, а також створила будинок для військовослужбовців. В 2002 р. було розпочато будівництво другого будинку – ЖК «Дегтяренко, 22», що в місті Києві. В означеному будівництві кредитна спілка була замовником, проте зміни в законодавстві змусили перерахувати кошти на будівництво на компанію-забудовника АТЗТ «ДВК». Голова правління АТЗТ «ДВК» Андрій Тищенко одночасно обіймав посаду заступника голови правління КС «КСВУ». Обставини склалися так, що менеджмент АТЗТ «ДВК» витратив кошти, а будівництво житлового комплексу зупинилося. Коли КС «КСВУ» ухвалила рішення змінити забудовника та продовжити будівництво, власники АТЗТ «ДВК» вирішили захопити кредитну спілку, змінити її керівництво та довести до

фіктивного банкрутства. Ця схема давала змогу не лише приховати злочинне витрачання коштів, виділених на будівництво, а й уникнути фінансових зобов'язань перед КС «КСВУ» та фізичними особами-інвесторами ЖК «Дегтяренко, 22».

З кінця 2008 р. у кредитній спілці почалися перевірки, які не дали жодної підстави для відкриття кримінального провадження та усунення керівництва від роботи. Тоді слідство почалося відносно партнера КС «КСВУ», кредитної спілки «Маяк».

Рейдерська сторона дуже відповідально поставилася до підготовки основної атаки шляхом введення до наглядових, а згодом і до керівних посад осіб, лояльних до рейдерів. Вони вступали до обох кредитних спілок як звичайні вкладники, а потім починали активну деструктивну діяльність. Спершу вони сформували групу незадоволених вкладників, яка формувала негативну громадську думку відносно обох кредитних спілок. Кризу в кредитній спілці значно погіршила загальна криза в банківському секторі України в кінці 2008 р. Так звана «група незадоволених» в інформаційному полі виграла ситуацію. Оскільки в штатному розкладі КС «КСВУ» та КС «Маяк» не було передбачено посади PR-менеджера та прес-секретаря, комунікаційна робота не велася.

Члени групи отримали доступ до бази даних членів кредитних спілок та почали індивідуальні телефонні бесіди з кожним членом кредитної спілки. Сформована група тиску обіцяла вкладникам КС «Маяк» повернути вкладені гроші в обмін на заяви про злочин, начебто скоєний головою правління КС «КСВУ» Олександром Нагорським, який одночасно на громадських засадах був членом спостережної ради КС «Маяк». Обрана тактика мала успіх, і вже влітку 2009 р. було відкрито кримінальну справу відносно О. Нагорського.

Навіть тоді, коли ситуація перейшла у кризову площину, жодних дій щодо залучення медіа не вживалося. В серпні 2010 р. відсутність комунікаційної діяльності з боку КС «КСВУ» на тлі невдоволення вкладників КС «Маяк» та інвесторів ЖК «Дегтяренко, 22» закінчилася арештом Олександра Нагорського. Рейдери, в особі керівництва АТЗТ «ДВК», скеровано впливали на рішення Апеляційного суду м. Києва не тільки шляхом неправомірних дій, а й шляхом тиску з боку медіа та громадськості. В день визначення санкції в Апеляційному суді міста Києва, під вікнами суду «Група незадоволених» влаштувала мітинг та запросила знімальну групу телеканалу «1+1». Екстремне втручання в ситуацію виявило, що знімальна група прибула на зйомки нелегально, без редакційного відрядження. Згодом канал відмовився транслювати сюжет, об'єктивність підготовки якого не доведена та містить ознаки



недостовірності.

В подальшій роботі було ухвалено рішення обрати основними напрямками комунікаційного впливу недопущення протизаконного продажу ЖК «Дегтяренко, 22» та звільнення з-під варти голови правління.

Для виконання поставлених завдань було розроблено таку стратегію:

1. Тиск на слідство для забезпечення максимальної об'єктивності розслідування, яке з перших днів мало ознаки замовленого. На цьому етапі контролювали діяльність прокурорів Оболонської прокуратури (збирання гласної та негласної інформації про діяльність співробітників прокуратури, хід слідства та законність / незаконність їх дій). Почали робити щотижневу розсилку звернень до прокурорської вертикалі, надіслали понад 40 звернень до депутатів Верховної ради України (деякі з них взяли хід слідства під свій контроль). Це дало змогу надати події соціальної ваги. З того часу до вересня 2014 р. (до часу звільнення Олександра Нагорського) щотижня надсилалося мінімум 3-4 скарги, які заважали слідству фабрикувати кримінальну справу. В результаті, на кінцевому етапі було сформовано 44 томи кримінальної справи та 15 томів скарг на дії правоохоронних та судових інстанцій.

На основі кодифікатора (див. далі) вироблена не тільки правова позиція захисту, а й новинні інформаційні приводи, приводи для написання скарг, виявлені факти, які використовуються для комунікації з медіями. Факти, отримані в процесі роботи над кодифікатором, допомагають в текстах замінити емоційність на доказовість. Цільова аудиторія в подібних комунікаціях краще розуміє мову аргументів та фактів, ніж емоцій.

2. Підготовка юридичних документів. В процесі роботи з рейдерськими захопленнями особливо важливо правильно сформулювати правову позицію захисту, яка надалі стає основним повідомленням кампанії. Для цього піарнику необхідно проаналізувати весь масив юридичної інформації для об'єктивного розуміння слабких та сильних сторін. Окрім того, необхідно паралельно створювати так званий кодифікатор, в якому детально описується кожний документ кримінальної справи із зазначенням сторінки та описом. Саме кодифікатор виявляє помилки слідства та спробу фабрикування справи. Допуск до цих документів має обвинувачуваний та адвокат, отже, до них повинен мати доступ піарник та журналіст.

3. Інформаційна підтримка судового процесу. Було обрано два джерела впливу: соціальні мережі та створення сайту. Сайт створювався на закордонному ресурсі, щоб унеможливити вплив офіційних структур на наповнення. На сайті викладали офіційну інформацію про кожне судове засідання, розміщували інтерв'ю із заарештова-

ним О. Нагорським. Посилання викладалися на форуми з будівництва, де спілкувалися постраждалі інвестори житлового комплексу. На цьому етапі проводилася активна робота щодо інформаційного тиску на суддю Оболонського суду Миколу Місечка з метою надання публічності всім порушенням, яких він припускався під час процесу.

Оскільки під час перебування в СІЗО Олександр Нагорський переніс чотири спроби фізичного усунення, основний акцент робився на забезпеченні його безпеки. Зокрема шляхом фіксації погроз про вбивство та миттєве журналістське звернення з приводу загрози життю до правоохоронних органів. Оскільки медіа не можуть впливати на судове слідство, в цей час активно формувалася громадська думка серед осіб, які повноважні приймати рішення. Вдалося запобігти незаконному перепродажу ЖК «Дегтяренко, 22». У зв'язку з відсутністю зацікавленого чесного інвестора, ЖК переформили на компанію-одноденку, яка мала юридичний зв'язок з АТЗТ «ДВК». З юридичної точки зору, це вже інший правовий статус, який дозволяє притягнути рейдерів до відповідальності. Також у цей період формувалася група лобі, проте цей напрямок із часом довів свою безперспективність.

4. Формування позитивного іміджу. На цьому етапі головною метою комунікацій було звільнення з-під варти Олександра Нагорського. Для цього формувався позитивний образ підприємця, що постраждав за те, що хотів побудувати квартири для військових. Від початку російської агресії було ухвалено рішення надати цій справі політичної ознаки, оскільки на етапі формування кодифікатора було з'ясовано, що члени керівного складу АТЗТ «ДВК» та основні свідки по справі мали безпосереднє відношення до ЛНР та ДНР. Основним повідомленням була інформація про дестабілізацію ситуації в українському війську за рахунок того, що рейдери позбавили військових житла. Означені факти були оприлюднені напередодні слухання справи в Апеляційній інстанції, оскільки саме її рішення є фактично остаточним. В цей час опоненти спробували розмістити оплачену статтю в газеті «Факти» з метою дискредитації О. Нагорського напередодні винесення вироку першої інстанції. Проте життєвий цикл надрукованої статті виявився коротким, а онлайн-варіант провалився через коментарі на користь О. Нагорського.

5. Підготовка до фінального вироку. Покарання, передбачене ч. 5 ст. 191 КК України, яке було висунуто проти О. Нагорського, передбачає покарання – 12 років ув'язнення. Обвинувачення вимагало повні 12 років ув'язнення попри те, що це перший привід. В травні 2014 р. захист підняв питання незаконного тримання під вартою Олександра Нагорського протягом чотирьох

років. На одному з судових засідань у Шевченківському суді його було жорстко побито спецпідрозділом «Грифон». На судовому засіданні 8 травня 2014 р. було вперше в Україні здійснено блокування суду громадськими активістами та самообороною Майдану. Після цього побиття в медіях почали тиражуватися фото побитого арештанта. Також підключено комунікації Європейського суду з прав людини. На цьому фоні було зроблене спільне звернення з Люстраційним комітетом та зроблено кілька відеосюжетів та ТБ [6].

За тиждень до винесення вироку в Апеляційному суді м. Києва в «Судово-юридичній газеті» вийшла публікація про порушення слідчо-оперативною групою та суддею першої інстанції. Загальне критичне медійне тло за кілька днів до прийняття судового рішення та наявність великої кількості скарг на протизаконні дії суддів першої та другої інстанції, висвітлення конфліктної стадії у медіа мали необхідний ефект. 30 вересня 2014 року рішенням Апеляційного суду м. Києва Олександра Нагорського було звільнено з-під варти, а кримінальну справу закрито. Згодом було повернуто контроль над КС «КСВУ».

Висновки. Українському бізнесовому сегменту необхідно навчитися передбачати рейдерські захоплення кодин з можливих варіантів розвитку подій. Це один з найголовних антикризових пакетів, які має розробити PR-служба компанії. У вищих навчальних закладах варто ввести дисципліну «PR-захист бізнесу в корпоративних конфліктах». Суб'єктам підприємницької діяльності необхідно приділяти максимум уваги комунікаційному захисту бізнесу. З точки зору практики, необхідно зауважити, що завдяки правильній комунікаційній стратегії будь-яку кризу можна перетворити з негативу на позитив.

Список літератури

1. Дорошук А. А., Трибуха М. В. Система регулювання рейдерства в Україні. [Електронний ресурс] / А. А. Дорошук, М. В. Трибуха // Науковий портал. Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2011/No1/170-176.pdf>
2. Терещенко Ю. В. Сутність та зміст поняття рей-

дерство. [Електронний ресурс] / Ю. В. Терещенко // Матеріали науково-практичної Інтернет-конференції. – 29.05.2014. – Режим доступу: http://www.legalactivity.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=807%3A250414-12&catid=99%3A3-0514&Itemid=123&lang=ru

3. Кримінальний кодекс України. Чинне законодавство із змінами і доповненнями на 6 липня 2011 року : (Відповідає офіц. текстові) – К. : Алерта : ЦУЛ. С. 71-72, 151.

4. Калініна М. П. Комунікаційні стратегії запобігання рейдерським захопленням бізнесу в контексті PR-захисту бізнесу. [Електронний ресурс] / М. П. Калініна // Міжнародний науковий журнал. Режим доступу: <http://www.inter-nauka.com/issues/2015/8/473>

5. Варналій З., Мазур І. Аналітична записка. Основні передумови та шляхи подолання рейдерства в Україні. [Електронний ресурс] / З. Варналій, І. Мазур // Режим доступу: www.old.niss.gov.ua/Monitor/juli/1.htm

6. Калініна М. П. Судові драми – Військовий. Режим доступу www.youtube.com/watch?v=tMhkWbuF1OU

References

1. Doroshuk, A. & Trybukha, M. (2011), “The system of control over illegal overtaking in Ukraine”, Naukovy Portal [Scientific Portal], available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2011/No1/170-176.pdf>

2. Tereshchenko, Yu. V. (2014), “The essence and meaning of illegal overtaking”, Proceedings of the Juridical Scientific Practical Internet Conference “Contemporary Jurisprudence”, 29 April 2014, available at: http://www.legalactivity.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=807%3A250414-12&catid=99%3A3-0514&Itemid=123&lang=ru

3. The Criminal Code of Ukraine. Current Legislation with Amendments on July 6, 2011, Alerta, TSYL, Kyiv, pp. 71-72, 151.

4. Kalinina, M. (2015), “Communication aspects of raids in the context of PR-business protection”, Mizhnarodnyi Naukovyi Zhurnal “Internauka” [International Scientific Journal “Internauka”], available at: <http://www.inter-nauka.com/issues/2015/8/473/>

5. Varnaliy, Z. & Mazur, I., “Analytical note. Basic conditions and ways of overcoming illegal overtaking in Ukraine”, available at: www.old.niss.gov.ua/Monitor/juli/1.htm

6. Kalinina, M. (2014), “A judicial drama – a military”, available at: www.youtube.com/watch?v=tMhkWbuF1OU.

Примітка

1. Грінмейл (від англ. greenmail – зелена пошта) придбання значної кількості акцій компанії, що створює загрозу її поглинання, з подальшим перепродажем цих акцій; шантаж, вимагання. Класичний грінмейл завжди здійснюється в рамках закону.
2. GR (англ. government relations) – відносини з владними структурами, державними органами влади з регіональними та місцевими органами влади. До цієї сфери також відносять лобіювання.

