

Секция «Государственная политика и государственное управление в современной России»

GR-менеджмент российских ассоциаций бизнеса в условиях роста взаимодействия государства и предпринимательского сообщества

Научный руководитель – Пушкарева Галина Викторовна

Махарадзе Давид Михайлович

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Москва, Россия
E-mail: davidmakharadze555@gmail.com

Современные российские ассоциации бизнеса в рамках своей функциональной деятельности обычно выполняют две ключевых роли. С одной стороны, они зачастую являются макроэкономическими регуляторами, устанавливая единые правила взаимодействия для представителей конкретных отраслей экономики между собой, а также формируют некие технические стандарты осуществления своей предпринимательской деятельности. С другой стороны, они являются традиционной группой интересов, объединяя предпринимательское сообщество и активно защищая интересы бизнеса во взаимоотношениях с государством. Для продвижения и защиты своих интересов российские ассоциации бизнеса используют определенный перечень технологий, которые делятся на два технологических блока – лоббизм и GR-деятельность. Лоббизм представляет собой «целенаправленную деятельность по отстаиванию конкретных позиций или интересов ассоциаций бизнеса при взаимодействии с государственными структурами» [1, С. 4438], а GR – это «процесс выстраивания устойчивых и эффективных связей между функциональными группами, компаниями и органами государственной власти в целях продвижения корпоративных и частных интересов в публичной сфере» [2, С. 115].

В последние годы российские ассоциации бизнеса все больше отдают предпочтение GR, поскольку комплексное правовое законодательство, которое регулировало бы лоббирование в России, до сих пор создано не было. Ко всему же, явным маркером успешности осуществления GR-менеджмента, является растущая востребованность GR-специалистов на рынке труда, а также появление соответствующих направлений профессиональной подготовки во многих высших учебных заведениях. При этом стоит сделать определенное дополнение к выше сказанному. В условиях нынешней внешнеполитической и внешнеэкономической нестабильности, государство со своей стороны также заинтересовано именно в выстраивании полноценных и прочных коммуникаций с бизнесом, чему собственно и способствуют конкретные стратегии GR-менеджмента.

Наиболее передовыми стратегиями осуществления своего GR-менеджмента среди ассоциаций бизнеса обладают представители так называемой «большой четверки» - РСПП, Торгово-промышленной палаты, «ОПОРА» России и «Деловая Россия». Все данные ассоциации располагают соглашениями о долгосрочном сотрудничестве с профильными органами государственной власти, большинство из которых отвечают за различные направления экономической политики России.

Организационная структура данных ассоциаций располагает набором комитетов и комиссий, представители которых находятся в тесном взаимодействии с соответствующими структурными подразделениями внешних связей, упомянутых выше органов государственной власти. Помимо этого, представители этих ассоциаций активно участвуют и в общественно-консультативных органах при федеральных органах исполнительной власти. К примеру, «ТПП РФ имеет 31 представителя в 23 из 37 рассматриваемых федеральных

органах исполнительной власти; «Опора России» — 27 представителей в 24 министерствах и ведомствах; «Деловая Россия» — 30 представителей в 23 органах; РСПП — 25 представителей в 18 министерствах и ведомствах» [3, С. 376-378]. Такое широкое участие представителей ассоциаций бизнеса в общественных советах при ФОИВ в целом способствует определенной доли участия ассоциаций в процессах принятия решений. Также российские ассоциации бизнеса активно проводят различного рода конференции и форумы с участием наиболее видных лидеров мнений и руководителей наиболее важных для предпринимательского сообщества государственных органов. Помимо этого, российские ассоциации бизнеса также стремятся проводить многочисленные официальные встречи своего руководства с высшими государственными должностными лицами. А для поддержания высокого уровня своей репутации российские ассоциации бизнеса активно апеллирует к корпоративной социальной ответственности и участию в устойчивом планомерном развитии общества.

Таким образом, ассоциации бизнеса применяя прозрачный разнообразный технологичный спектр GR-менеджмента выстраивают прозрачные коммуникации с государством в условиях роста потребности обоих акторов в прочных связях друг с другом.

Источники и литература

- 1) Махарадзе Д.М. Особенности участия российских ассоциаций бизнеса в системе принятия государственных решений // Вопросы политологии. 2023. №9-1 (97-1). С. 4434-4444.
- 2) Мухаев Р.Т. GR-менеджмент: наука или искусство эффективной публичной коммуникации? (начало) // Знание. Понимание. Умение. 2018. №1. С. 114-128.
- 3) Пилипенко И. В. Особенности представительства бизнеса в общественных советах при министерствах и ведомствах экономического блока Правительства Российской Федерации // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. № 224. С. 363-385.