



Лоббинг – социальная технология и механизм защиты и продвижения интересов субъекта хозяйственной деятельности в органах реальной государственной власти и управления.

Сейчас лоббирование является средством достижения реального в экономическом смысле “конкурентного преимущества”. Лоббирование -эффективнейший способ конкурентной борьбы, приносящий более 1000% прибыли за одно действие. Это способ решить проблемы бизнеса быстро, бескровно и цивилизованно. Это лучше, чем выстрел, лучше, чем взятка. Это эффективней и выгодней.

Лоббисты - профессиональные посредники, консультанты по конкурентным отношениям (competition relations)

GR-специалист (специалист в области [government relations](#)) - наемный сотрудник компании, отвечающий за сопровождение ее деятельности в органах государственной власти, представляющий интересы компании в политической среде, отслеживающий возможные угрозы для компании от деятельности профильных политических стейкхолдеров, реализующий комплекс специальных мер, чтобы предотвратить реализацию этих угроз, а также ищущий потенциальные возможности для компании через ее участие в политических действиях.

Второе место списка самых востребованных профессий будущего десятилетия заняли **G R-менеджеры - специалисты**

по связям с государственными структурами. (Из журнала Forbes).

Функции лоббирования

- Защита и продвижение интересов субъекта хозяйственной деятельности
- Выполнение роли прослойки между имеющими власть и имеющими деньги (функция «социальной смазки»)
- Средство политического проектирования
- Способность компании к инициативе в управлении своими интересами

Объекты и уровни лоббирования

- Высший (Всеукраинский: Министерства и ведомства)
- Средний (региональный)
- Начальный (предприятия, VIP-клиенты)

Лоббирование - НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ АКТИВ в системе сбалансированных показателей (ССП)

Существует два вида нематериальных активов:

- Методы, технологии и стандарты, используемые для оптимизации бизнес-процессов – то есть все то, что повышает эффективность бизнеса за счет производства товаров/услуг за меньшее время, с меньшими издержками и с более высоким качеством, чем у конкурентов
- Методы, технологии и стандарты, используемые для управления "лояльностью" групп потребителей, инвесторов, а также значимых для бизнеса (регулирующие органы; ассоциации; поставщики и др.) - то есть все то, что повышает эффективность бизнеса за счет увеличения оборота и капитала предприятия.

Этапы лоббирования:

- постановка цели лоббирования;
- поиск посредника (того, кто будет разрабатывать и реализовывать стратегию);
- уяснение им цели, согласие или отказ от заказа, уточнение цели;
- сбор информации о держателе и оценка ситуации;
- разработка стратегии, выбор каналов информации;
- воплощение и достижение цели;
- выполнение обязательств претендентом.

Процесс лоббирования

- Заявка. Формирование группы лоббирования
- Разработка сценария лоббирования
- Расчет бюджета лоббирования

Бюджетирование лоббирования

Расчет бюджета лоббирования:

При поступлении заявки, поставленная цель лоббирования должна быть четко сформулирована (она должна быть сформулирована позитивно, должна быть конкретной, также конкретно должны быть оговорены временные моменты, цель должна четко определять результат, а, кроме того, предусматривать ресурсы и препятствия на пути к достижению), реалистична не сама по себе, а по отношению к данному ВИП-клиенту и конкретной ситуации.

1 вариант. Цель требует только выхода на клиента для заключения сделки.

В этом случае бюджет будет состоять из определенной суммы (разовой выплаты) или % от продаж, которые будут совершаться в дальнейшем. Все условия должны будут оговорены в Договоре на услугу по Лоббированию.

Аутсорсинг - пакеты GR-службы

Добавил(а) Administrator

20.11.09 09:27 - Последнее обновление 25.05.10 10:29

2 вариант. Для достижения цели потребуется формирование группы лоббирования, разработки сценария лоббирования.

В этом случае бюджет будет состоять из определенной суммы (разовой выплаты) или % от ожидаемой прибыли или продаж, которые будут совершаться в дальнейшем. Все условия должны будут оговорены в Договоре на услугу по Лоббированию. Оценка услуг по лоббированию по договоренности.

Распределение вознаграждения в группе лоббирования будет осуществляться в зависимости от вклада (вклад каждого будет определяться на общем собрании группы).