

Победа за явным преимуществом

«GR использует только законные методы, учитывая при этом интересы общества. Такой подход не имеет ничего общего с односторонним „решением“ вопросов»

ОТМЕЧАЕТ ЭНДИ ГУНДЕР, РУКОВОДИТЕЛЬ ПРАКТИКИ GR ЮРФИРМЫ SAYENKO KHARENKO

К

— Как в мире развиваются модели government relations (GR)?

— Наиболее динамично практика GR (взаимодействие с органами власти) развивалась в США, где все нюансы четко урегулированы и прозрачны. Примечательно, что наиболее сильные GR-практики в США были построены именно на базе юридических фирм в рамках взаимодействия специалистов по government relations и юристов. На мой взгляд, эта модель достаточно логична и успешна, поэтому именно ее наша фирма внедряет на украинском рынке. — **Какие факторы повлияли на выделение услуг по взаимодействию с государственными органами в отдельную практику вашей компании?**

— Sayenko Kharenko уже несколько лет занимается разными GR-направлениями. Фирма известна регулярным участием в работе над ключевыми законопроектными, при этом наши эксперты фокусируются на практических аспектах, пользе для экономики и бизнеса. В данный момент, например, мы участвуем в нескольких инициативах в сфере законодательства, которые касаются проекта закона «О деривативах», а также оценки применения нового Уголовного процессуального кодекса. Кроме того, наши юристы регулярно коммуницируют с представителями государственных структур — от районного и областного советов до органов центральной власти, а также осуществляют сложные проекты в сфере комплаенс (compliance). Наличие такого опыта предопределило выделение всех перечисленных направлений в отдельную практику.

— **Расскажите о том, какие услуги предоставляются в**



ЭНДИ ГУНДЕР

Родился в 1971 году в Лондоне. В 1990 году окончил студии философии в Pontifical Urbaniana University в Риме. В 1997–2008 годах занимал руководящие должности в компаниях GlaxoSmithKline и «Украинская Мобильная Связь» (сейчас бренд МТС). До присоединения в 2013 году к Sayenko Kharenko работал в одной из ведущих международных юридических фирм. Специализация: связи с общественностью и органами государственной власти в Украине и Великобритании. Является также директором Украинского института в Лондоне.

ключевые события, связанные с деятельностью клиента. Например, в 1997 году компания, в которой я в то время работал, создавала сеть сотовой связи в Украине. На тот момент это было достаточно новым явлением как для регуляторов, так и для граждан. На практике мы столкнулись с протестами людей, запретами размещать антенны мобильной связи на домах. Был случай в Карпатах, когда местные жители самовольно снесли одну из базовых станций.

Таким образом, многое зависит от мониторинга окружающей бизнес-среды и законодательной базы. Если компания принимает решение развивать определенный продукт, услугу или производство, то должна четко осознавать возможную реакцию со стороны ключевых стейкхолдеров.

— **Как можно предусмотреть или смоделировать реакцию со стороны общественных групп и государственных органов?**

рамках практики GR и насколько они отличаются в Украине и Великобритании.

— Наша практика GR охватывает исключительно Украину, поэтому вне зависимости от того, кто является нашим клиентом — украинский бизнес или иностранный — консультации касаются вопросов диалога с украинскими органами государственной власти. Объем консультирования и предоставляемых услуг зависит от целей и текущего состояния бизнеса клиента. GR-сопровождение может быть нацелено на поддержание нового продукта, направления бизнеса или производства, а может потребоваться как часть решения уже существующей проблемы. И в первом, и во втором случае процесс разработки консультационного продукта начинается с анализа исходной ситуации и стратегического планирования. И бизнес уже мог убедиться в важности GR-планирования для развивающихся рынков, таких как Украина, ведь правильно проработанная GR-стратегия является важной составляющей успеха.

На последующих этапах проводится отслеживание правового поля и регуляторной политики в релевантных сферах. При этом не игнорируется и общественная реакция на

Для решения этой задачи формируется так называемая карта стейкхолдеров, то есть групп влияния и заинтересованных сторон. Она помогает разобраться, кто, какими методами и на кого может влиять, кто принимает решения. Основываясь на такой информации, стейкхолдерам, к которым, безусловно, относятся и органы государственной власти, наиболее корректным способом доносятся основные сообщения компании-клиента.

— **Отличаются ли запросы украинских и иностранных клиентов?**

— Когда мы создавали практику GR, то ожидали, что основными клиентами станут международные компании, работающие в Украине. Но мы увидели, что украинский бизнес зачастую сталкивается с такими же проблемами, что и иностранный, и обращается к нам с аналогичными запросами.

— **С точки зрения GR-практики всегда ли государство выступает в роли жесткого регулятора?**

— Нет, необязательно. Мы рассматриваем государство в роли контрагента, у которого, как и у стороны коммерческого соглашения, есть свои интересы. Власть в первую очередь заинтересована в развитии и экономическом росте страны. Поэтому мы стремимся использовать принцип win-win, когда обе стороны остаются в выигрыше, не существует победителя или побежденного. Например, инвестор выигрывает от создания прозрачных и недискриминационных условий для его деятельности. В то же время польза для государства заключается в определенном увеличении прироста ВВП, сбора налогов, создании новых рабочих мест.

— **Взаимодействие с какими государственными органами больше всего интересует бизнес?**

— Помимо центральных органов государственной власти, решения которых влияют на всю экономику страны, перечень важных для бизнеса регуляторов зависит от соответствующего сектора экономики (отраслевые регуляторы) и территориального расположения (местные органы власти).

— **В чем ключевое отличие GR от лоббизма?**

— Для термина «лоббизм» на постсоветском пространстве характерны скорее негативные коннотации. Однако в международной практике лоббирование означает продвижение интересов определенных объединений, к которым могут быть отнесены целые отрасли, социальные и бизнес-группы, с целью принятия оптимального политического решения. Задача лоббирования заключается в обеспечении баланса интересов государства, бизнеса и граждан, поэтому его важной составляющей является анализ потенциального экономического и социального эффекта от принятия того или иного решения. По сути, лоббирование — это часть GR, его инструмент достижения цели. GR использует только законные методы, учитывая при этом интересы общества. Такой подход не имеет ничего общего с односторонним «решением» вопросов. И конечный результат зависит от профессионализма и опыта команды.