

Секция «Репутационные риски и стратегические коммуникации в условиях экономической и политической нестабильности»

Особенности формирования GR-стратегий российских компаний в современных экономических и политических условиях

Соколов Алексей Олегович

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет политологии,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: WWWSOCOL121@yandex.ru

Развитие общества, изменения, происходящие в политико-экономических системах, привели к необходимости трансформации моделей взаимоотношений между государствами, частными компаниями и гражданскими институтами. На смену традиционным формам общественного взаимодействия пришли принципиально новые модели, в основе которых лежит признание всеобщей взаимозависимости и ответственности. К их числу относятся и быстро развивающееся направление коммуникационного менеджмента - «связи с органами государственной власти» [2].

Сегодня GR-стратегии выступают в качестве неотъемлемого элемента общекорпоративных планов долгосрочного развития подавляющего большинства крупных компаний. Вместе с тем, сложность процессов, происходящих на внутреннем и внешнем рынках, рост конкуренции, зависимость коммерческих структур от решений, принимаемых в политической сфере, а также присущая рыночной среде неопределенность требуют выбора наиболее эффективных стратегий.

Усугубляют ситуацию и изменения, происходящие в политической сфере. Относительно устойчивая модель двухполярного мира в конце XX в. прекратила свое существование, но возникшая на ее месте система однополярного евроатлантического лидерства фактически не выдержала «испытания властью». Другая причина нестабильности - глобализация. Казавшиеся раньше исключительно позитивными процессы расширения и углубления экономических отношений между странами привели не только к росту эффективности мирового хозяйства, но и к увеличению диспропорций, значительно большим масштабам финансово-экономических потрясений, которые стали распространяться практически по всему миру. Не внушает оптимизма и казавшаяся еще недавно наиболее успешной рыночная модель хозяйствования. Основанная на идее всеобщей конкуренции она регулярно приводит к финансовым кризисам, масштабы которых в последние два десятилетия неуклонно возрастают. В сложившейся ситуации можно с уверенностью утверждать, что нестабильность становится той реальностью, в которой миру предстоит существовать ближайшие десятилетия.

Но любая неопределенность порождает как большие риски, так и большие возможности. Если в стабильной ситуации шансы компаний в конкурентной борьбе ограничиваются количеством накопленных ресурсов и характером их использованием, то в ситуации неопределенности возможности развития могут возникать под влиянием не только экономических, но и политических факторов. В качестве примера можно привести возможности, открывшиеся перед российскими пищевыми предприятиями после введения санкций в 2014 г.

В полной сказанное касается и модели выстраивания отношений с властью, особенно актуальной для российских компаний. Как известно, в XIX - начале XXI вв. центром мирового экономического развития в силу ряда причин были страны евроатлантического мира - США и Западной Европы. России традиционно было сложно продвигать свои интересы на этой территории. Одна из причин - слабость лоббистских и GR-структур. По

мнению А. Белецкого: «... российские PR-компании и лобби-пулы существенно опоздали к разделу сфер влияния [1].

Многие российские ТНК обращаются к услугам специализированных агентств, но эффективность такого сотрудничества как правило, невелика. Большинство специалистов сходятся во мнении, что основная причина подавляющего большинства «неудач» российских ТНК - негативный имидж компаний, низкий уровень информированности об их деятельности, практически полное отсутствие лоббистской практики на международной арене [4]. Действительно, наша страна не имеет собственных GR-агентств в странах присутствия или в странах, представляющих интерес для российского бизнеса, не имеет налаженных контактов с властями государств, принимающих решения. Все возникающие проблемы решаются ситуативно.

Анализ сложившейся в первые десятилетия XXI в. ситуации позволяет с достаточной долей уверенности сделать вывод о том, что центр активности мирового бизнес-сообщества в ближайшие годы будет неуклонно смещаться в сторону Китая. Россия поддерживает в целом дружественные отношения с Китаем, и ситуация неопределенности дает огромный шанс для российского бизнес-сообщества занять более прочные позиции в Азии. Речь идет не о формировании системы межстрановых отношений, а именно о специализированных GR-структурах, которые постепенно, в расчете на стратегическую перспективу будут создавать отношение к стране и ее бизнес-сообществу, которое в перестроенном мире позволит России занять достойное ее потенциалу и масштабам место.

Решение этой задачи не под силу одной фирме. Не будет эффективным оно и при попытке формирования исключительно государственных структур по продвижению интересов. Это именно тот случай, когда должно быть обеспечено государственно-частное партнерство. Подобного рода институты GR должны использовать весь комплекс опосредованных GR-стратегий: сопряженных с активной PR-деятельностью по улучшению имиджа страны, а также подключающие инструменты «мягкой силы».

Еще одно возможное решение - создание структур, объединяющих бизнес-сообщество ЕАЭС. Вряд ли от таких организаций следует ждать мгновенной отдачи, но при условии эффективной и взвешенной аналитической, информационной, исследовательской, коммуникационной работы, уже в ближайшей перспективе у России есть все шансы добиться успеха. С еще большей долей уверенности можно утверждать, что при отсутствии такой работы, а концентрации только на политической составляющей, наша страна рискует утратить позиции даже в тех сферах, на которые сегодня уверенно рассчитывает.

Резюмируя проведенный анализ можно утверждать, что современная ситуация отличается нарастающей неопределенностью, вызванной масштабными изменениями, происходящими в мире в политической и экономической сферах, что порождает как многочисленные риски, так и не менее масштабные возможности и именно GR-деятельность в ее стратегическом аспекте может стать той точкой отсчета, которая позволит в условиях перестроенного экономического и политического пространства создать более благоприятные условия для российского бизнеса.

Источники и литература

- 1) Белецкий А. С. О международном лоббизме. 20.05.2005 // Профессиональный PR-портал Советник.ру. <http://stra.teg.ru/library/38/1/3>
- 2) Кулакова Т. А. Вовлечение в публичность: связи с правительством // Исторические,

философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 1 (51). Часть 2.

- 3) Косачев К.И. «Мягкая сила» и европейское измерение российской внешней политики. <http://old.rs.gov.ru/sites/rs.gov.ru/files/bryussel-zaydel.pdf>
- 4) Паршин П. Б. Проблематика «мягкой силы» во внешней политике России. <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=265418>