



СТОПРОЦЕНТНОЕ
ЛОББИРОВАНИЕ

СЕРГЕЙ
СУШИНСКИЙ
РОМАН
НАСЛОННИКОВ



100%

Роман Масленников

Стопроцентное лоббирование

«Автор»

2015

Масленников Р. М.

Стопроцентное лоббирование / Р. М. Масленников — «Автор»,
2015 — (100%)

ISBN 978-5-457-70554-8

Однажды в жизни предпринимателя наступает момент, когда бизнес становится не просто любимым делом, а делом всей жизни – и средством, и целью. И когда его начинает «кошмарить», дело просто так не бросишь. На бизнес уже завязано множество ресурсов: сотни сотрудников, налаженная система маркетинга, продаж и сбыта, но главное – тысячи, десятки тысяч, сотни тысяч покупателей, которым не объяснишь вот так сходу, почему закрылась лавочка. Если ваш бизнес средний, активно развивается в России 5–8–10 лет – значит, он не просто нужен людям. Ваш бизнес – социально-ответственный, хотите вы того или нет. И тут на него кладет глаз государство... Но это не повод и не сигнал «класть» на бизнес вам! Этой книгой мы хотим показать вам, уважаемые предприниматели, новую сторону общения со слугами народа. Да-да, по-другому общаться с государством можно. «Стопроцентное лоббирование» поможет вам понять азы лоббирования. И после прочтения этой книги вы сможете, если захотите, самостоятельно начать продвигать и отстаивать интересы. Кому адресована книга Предпринимателям и бизнесменам – представителям среднего и крупного бизнеса (фармацевтическая и фармакологическая отрасли, автопромышленность, отрасль ИТ, телекоммуникаций и высоких технологий, «нефтянка»), а также политикам, НКО, фондам, общественным организациям (охрана здоровья, антитабачное движение, движение против аборт, движение «Пролайф», борьба с наркотиками, борьба с наркоманией) и частным лицам, интересующимся решениями данных вопросов. Книга 100 % для вас, если ваши задачи таковы: лоббирование интересов, продвижение законодательной инициативы, экспертиза законопроекта, проведение законопроекта до вступления в силу, связи с законодательными органами власти, связь с Государственной Думой, связь с Советом Федерации, связь с парламентом, связь с Администрацией президента, связь с президентом России, связь с правительством РФ. Для каких целей предназначена информация в книге: защита бизнеса, защита частного предпринимательства, защита общества, защита здоровья, защита граждан, защита прав человека, защита нации и национальных интересов, содействие в обеспечении государственной безопасности и охраны правопорядка. Пиар и лоббирование – сила синергии людей, желающих жить в справедливом и комфортном мире. Единая Россия – в том взаимодействии, которое создаётся промышленниками и предпринимателями, общественниками

и государственниками, благотворителями и меценатами, врачами и учителями и всеми заинтересованными гражданами.

ISBN 978-5-457-70554-8

© Масленников Р. М., 2015

© Автор, 2015

Содержание

Предисловие	6
10 советов, с чего начать лоббистскую кампанию	8
10 советов по поиску информации и научных данных	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Сергей Сушинский, Роман Масленников

Стопроцентное лоббирование

Предисловие

Однажды в жизни предпринимателя наступает момент, когда бизнес становится не просто любимым делом, а делом всей жизни – и средством, и целью. И тогда просто так бизнес уже не бросишь, потому что надоело, разонравилось, стало невыгодно и др. На бизнес уже завязано множество ресурсов: сотни сотрудников, налаженная система маркетинга, продаж и сбыта, но главное – тысячи, десятки тысяч, сотни тысяч покупателей, которым не объяснишь вот так сходу, почему закрылась лавочка. Если бизнес средний, здоровый, активно развивается в России 5–8–10 лет – значит, он не просто нужен людям. Ваш бизнес – социально-ответственный, хотите вы того или нет. Просто так не свернешься ни по своей, ни по чужой воле, надо биться до конца.

Почему я с самого начала заговорил о том, что иногда хочется бросить бизнес? Кто может сказать бизнесу «стоп», кроме самих владельцев и потребителей? Конкуренты? Да, возможно. Но если правила игры понятны, каждый имеет свою долю рынка и зарабатывает столько, сколько может зарабатывать и вкладывать ресурсы. Кто еще? Конечно, наше любимое государство! Напрашивается один вопрос: зачем? Но отвечать на него мы здесь не будем, все рассказала Айн Рэнд в своей книге «Атлант расправил плечи». Книга хорошая, но...

Как пиарщик и как философ я понимаю, что своим появлением и успехом у читателей книга русско-американского (!) автора сформировала некий стереотип, будто государство только и делает, что рубит бизнес на корню без видимых причин, выкачивает все соки из предпринимателей и выбрасывает их на свалку. Что за вандализм? После чтения Айн Рэнд бизнес и начинать не хочется. А если на вас наехали чиновники, то единственное желание – бросить все и уехать, чтобы дауншифтить и орать из-за границы: «Хватит «кошмарить» бизнес!»

Этой книгой мы хотим показать вам, уважаемые предприниматели, другую сторону общения с государством и его слугами – вернее, слугами народа на самом деле. Да, по-другому общаться с государством можно: не убегать, не прятаться, не закрываться и даже не давать взятки. Как? А вот как: выстраивать диалог.

Государство – слепая и глухая к чаяниям одного человека, одной личности, одного гражданина машина (хотя и тут есть варианты). Но если потребность есть у большинства, если есть общественный запрос, то вы просто обязаны создать диалог, прояснить позицию, донести ваши аргументы, чтобы быть услышанным. Однажды мой знакомый московский чиновник произнес такую фразу: «Столице все равно, что строить: десятую детскую площадку, двенадцатый каток, парковку или парк. Кто громче и объективнее попросит – тем и дадим. Денег в государстве всегда много. На хорошие дела их точно не убавится». Есть даже такая строчка в бюджете – на внезапные расходы.

То есть не надо ахать и становиться «пикейным жилетом», мчаться в «три выхода» – Домодедово, Шереметьево или Внуково – и улетать в Лондон, чтобы оттуда государство, Россию, клясть на чем свет стоит. Надо не просто попытаться, но и выстроить диалог с государством. Диалог! А не знание, куда занести бабла, чтобы приняли нужное решение. Бизнес зачастую не понимает и не обязан, в общем-то, до определенного момента развития понимать, как это все устроено – реальный процесс принятия решений: коалиции, сдержки и противовесы, учет общественных интересов, аналитика, Grass Roots Lobbying (технология лоб-

бирования, подразумевающая использование инициатив разных групп поддержки) и многое другое. Этим, собственно, мы и занимаемся профессионально.

Надеемся, наши советы прольют свет на этот новый для вас уровень общения с властью.

*Роман Масленников,
кандидат философских наук,
генеральный директор PR-агентства «Простор: Пиар и Консалтинг»,
управляющий партнер фирмы «Московская Лига Лоббистов»*

Люди, желающие улучшить жизнь в своей стране, поделились на три группы. Первые опускают руки, чувствуя своё бессилие, вторые входят в радикальные группы, а третьи строят гражданское общество.

Формирование гражданского общества прежде всего молодым поколением – цель, значение которой невозможно переоценить. Это понимает и власть, и общество. Но готова ли власть ослабить вожжи, чтобы ускорить интеллектуальный рост общества? А главное – хочет ли этого общество? И если хочет, что нужно сделать, чтобы добиться необходимых решений, законов, модернизации любой сферы жизни?

С этих слов начинается книга «Лоббирование от А до Я», написанная в 2014 году. В неё вошел почти весь опыт прошедших 8 лет моей деятельности: история принятия антитабачного закона и борьба за антиспайсовый закон, а также множество наглядных схем и чётких алгоритмов действий. Пришла пора написать книгу гораздо меньше и проще, так чтобы её смог быстро прочесть любой человек. Эта книга перед вами.

Здесь нет никаких рисунков, схем и секретов, но эта книга поможет вам понять азы лоббирования. И после её прочтения вы сможете, если захотите, начать продвигать и отстаивать интересы.

Есть ли какая-то общественно значимая задача, которую вы хотите решить? Если задачи нет, можете смело делать обычные дела: работать, заниматься семьей, творчеством, досугом, общением с друзьями и тому подобными процессами – и этим также внесёте вклад в общее дело. Если задача есть, вам стоит найти научные подтверждения существования этой проблемы и научно обоснованные пути её решения.

Далее вам стоит понять, решается ли проблема с помощью изменения законов или достаточно улучшить деятельность исполнительной власти. Если нужен закон – напишите его или поправки к существующему (если закон на эту тему действует, и требуется только его доработка). Для того чтобы закон был принят, нужно убедить в его необходимости президента России. Если не удалось – убедите министра. Если и это не вышло, то депутата (лучше нескольких). Если все депутаты молчат, начните говорить об этом в СМИ. Если все ранее испробованные методы не сработали, устраивайте разрешённые законом мероприятия, превращая их в кампанию, а она, в свою очередь, рано или поздно превратится в политику.

*Сергей Сушинский,
президент фонда «Защита нации»,
член Координационного совета при Минздраве России,
член Экспертного совета при ФАС России,
управляющий партнер фирмы «Московская Лига Лоббистов»*

10 советов, с чего начать лоббистскую кампанию

1. Чтобы начать лоббировать интересы своей компании или отрасли, необходимо провести анализ научных источников, общественно-политической ситуации по этому вопросу, произвести поиск литературы, которую, возможно, на эту тему уже писали. Нужно делать упор на научную литературу с достоверными источниками, найти научные данные по этой теме, понять, каким социальным группам будет выгодно ваше решение, а каким будет невыгодно, если решение, нужное вам, не будет принято.

2. Учитесь писать краткие письма размером в одну страницу формата А4, так чтобы шапка письма и ваша подпись также уместились на одной стороне листа.

3. В письме должна быть постановка проблемы: что спровоцировало вас написать это письмо. Это должна быть социально значимая проблема.

4. Отсутствие прибыли или убытки не являются весомым аргументом для тех, кто будет читать. А вот снижение заработной платы рабочих на вашем предприятии вследствие повышения налогов или каких-то ограничений, введённых государством – это существенная причина.

5. В вашем письме должны быть понятные и наглядные цифры, желательно ссылки на соответствующие постановления, законы, данные Росстата, заключения центров по изучению общественного мнения и т. д. То есть письмо должно быть экспертным.

6. В письме нужно выдерживать дипломатический или парламентский стиль. Не рекомендуются выражения, показывающие панибратские отношения, фриivolность, старый стиль речи или, наоборот, обилие терминов и новых слов. Речь должна быть понятной и связной, предложения – короткими и точными.

7. Ваше письмо должно быть актуальным. Поэтому стоит перед его написанием проверить положение дел в законодательстве, соответствующие нормативные акты, а также свежие опросы общественного мнения, высказывания первых лиц государства, экспертов и политиков по вашей теме.

8. Определите, какой государственный орган ответственен за нужное вам решение. Если речь идёт о законодательстве, то установите, какой комитет Государственной Думы сможет вам помочь и какое профильное министерство также может выступить на вашей стороне.

9. Чтобы быть уверенным в том, что ваше письмо актуально, а также чтобы укрепить его вес, вам стоит найти заинтересованные стороны. Если письмо касается не только вашей компании, но отрасли в целом, то проверьте, существуют ли союзы или ассоциации, которые отстаивают интересы отрасли в органах власти. Проверьте, насколько они эффективны, знакомьтесь и предлагайте свою помощь.

10. Если ваша задача касается социальной проблемы, то стоит найти соответствующие НКО, общественные организации, которые смогут вместе с вами объединиться для решения общей задачи.

10 советов по поиску информации и научных данных

1. Активно пользуйтесь поисковиками, как зарубежными – Google и Yahoo, так и российскими – «Яндекс», «Рамблер», в том числе и дополнительными опциями поиска (по документам, файлам и т. д.). Неизвестно, что из этого поможет вам найти то, что вы ищете, причём неважно, в российском или зарубежном сегменте – на любом языке.

2. Привлекайте для решения своей задачи тематические компании, НКО, общественные организации. Спрашивайте совета, просите помочь найти исследования по вашей проблеме. Не бойтесь задавать вопросы.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.