

ЭКСПЕРТНЫЕ МЕТОДЫ В АНАЛИЗЕ УРОВНЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ GR-МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В начале XXI века в России действуют уже тысячи индивидуальных лоббистов и консультантов, сотни GR-подразделений бизнес-корпораций и деловых ассоциаций. Многие из них работают весьма успешно, или же внешне выглядят вполне успешными (и работники HR-служб и кадровых агентств обычно хорошо представляют эту разницу). Но каким образом можно было бы отличить успешного на вид и узнаваемого, благодаря своему виртуальному образу, лоббиста от реально эффективного и результативного GR-менеджера (здесь в интересах конкретного анализа понятия лоббиста и GR-менеджера используются как синонимы, хотя между ними есть и определенные различия)? К чему сводятся критерии, по которым можно было бы судить о подобной эффективности и результативности, «успешности-неуспешности» их профессиональной деятельности? И наконец, в чем состоит роль экспертных методов при анализе хода и результатов той или иной лоббистской деятельности, и оценивании структурных компонентов GR-работы? Эта задача затрудняется, образно говоря, тем, что в отличие от PR, который обычно везде «любит шум и рекламу», GR вообще, и в России в особенности, «любит тишину и конфиденциальность».

Другими словами, проблема более или менее объективного анализа хода и результатов тех или иных лоббистских кампаний, последствий общих итогов GR-цикла для стратегического управления корпорации в целом, или отдельных действий тех или иных GR-специалистов, во многом ещё опирается в отсутствие или дефицит достоверных и валидных данных об их реальной (а не виртуальной) деятельности, пригодных для дальнейшего применения качественных и количественных методов анализа и диагноза их во многом закрытой лоббистской активности. К примеру, в ряде стран, где принят закон о лоббистской деятельности (к примеру, в США, Канаде, и др), имеются зарегистрированные, аккредитованные и сертифицированные GR-специалисты, а также официальная государственная и корпоративная информация, качественные сведения и статистические данные об расходах и доходах, отдельных разделах корпоративных и аутсорсинговых GR-бюджетов, их официальных клиентах и оформленных контрактах, проведенных лоббистских акциях и коммуникациях, продвинутых ими правовых актах и поправках к ним, а также расчеты о полученных в итоге выгодах и не затраченных издержках, и последствиях

всего этого в виде новых конкурентных возможностей фирмы, за счет благоприятного воздействия факторов внешней среды на работу той или иной бизнес-структуры (См., например, в США: Lobbyist Data: Client Industry Ranking).

В современной России сегодня решение отмеченной выше проблемы объективного анализа и оценивания работы лоббистов и GR-специалистов во многом обусловлены отсутствием легализованного института лоббизма, открытых государственных и корпоративных источников информации по данной теме, и пр. публичных данных. Это обстоятельство в свою очередь приводит к известным ограничениям по применению целого ряда количественных методов анализа социологических и статистических данных (к примеру, применяемых при анализе избирательных кампаний, связанных обычно с электоральной социологией и статистикой), поскольку обычно трудно, или практически невозможно получить точные и объективные сведения о затраченных на лоббистскую кампанию ресурсах (например, бюджетных издержках фирмы на свою кампанию, калькуляции полученных ею выгод, и пр.), числе и статусе конкретных ЛПР, лоббируемых GR-специалистами, количестве осуществленных с ними контактов, отдельных акций и видов коммуникации, продвинутых в итоге вариантов госрешений, пр.

В подобных условиях академическим политологам, также, как и практикующим политаналитикам, нередко приходится прибегать к использованию отдельных качественных и экспертных методов анализа лоббистской деятельности. К экспертным методам можно здесь отнести, прежде всего: 1) индивидуальное экспертное интервью, 2) групповой экспертный опрос, 4) комплексирование экспертных концепций, и наконец, собственно саму 3) экспертную оценку (См.: работы Б.Г. Литвака, Е.В. Масленникова, Н.И. Ростегаевой, и др.). В данной статье в основном будет предпринята попытка критического анализа нынешнего состояния и опыта применения только лишь метода экспертных оценок для диагностики лоббистской деятельности в России. В отличие от экспертного интервью и опроса, в первую очередь ориентированных на получение релевантной эмпирической информации («политико-управленческой информации» (policy-relevant information), выполняя функцию описания, по У. Данну), и комплексирования концепций экспертов, ориентированного на получение и интеграцию специальных и мультидисциплинарных концептуальных знаний («политико-управленческих знаний» (policy-relevant knowledge), выполняя функцию объяснения, по У. Данну), экспертная оценка выполняет прежде всего, функцию оценивания условий и хода, результатов и последствий политической и управленческой деятельности, основываясь на использовании оценочных суждений (на базе методологических принципов и аксиологических ориентиров) группы квалифицированных и

компетентных экспертов в определенной предметной области, и опираясь при этом на специальные процедуры сопоставления анализируемых ими объектов и их свойств с четко определенными и релевантными оценочными критериями (См.: работы Е.В. Масленникова, И.М. Слепенкова, и др.).

Наряду с уже ранее созданными рейтингами и прочими групповыми экспертными оценками, ранжированием «наиболее эффективных» федеральных политиков и «наиболее влиятельных» региональных политиков, «успешных политических партий» и «выживаемых губернаторов», а также рейтингованием «поддерживаемых кандидатов» и «доверяемых партсписков» на выборах всех уровней, появились и первые попытки экспертного оценивания работы отечественных лоббистов и GR-специалистов.

Практикующие GR-специалисты, неоднократно обсуждали и критически оценивали различные варианты рейтингования и ранжирования российских лоббистов и GR-менеджеров на своих специальных дискуссионных площадках. Наибольшей критике в профессиональных GR-кругах регулярно подвергается так называемый «рейтинг лучших российских лоббистов», осуществляемый Агентством экономических новостей (АЭН, руководитель С.А. Туранов) и публикуемый ежемесячно в «Независимой газете» (НГ). И это неспроста, поскольку он выглядит достаточно типичным для подобного рода аналитической продукции, и это связано как с неадекватной методологией определения «лоббизма», так и с некорректной методикой оценивания деятельности российских лоббистов, со стороны АЭН. Приведем это исходное и характерное определение – «В российской научной литературе существует несколько подходов к толкованию термина «лоббизм», и мы используем его самую широкую трактовку – деятельность по отстаиванию своих активных интересов. Тем более что именно это понятие лоббизма укоренилось в русском языке и постоянно используется в СМИ. Речь идет о так называемом «цивилизованном лоббировании», не подразумевающим подкуп чиновников или депутатов» (См.: НГ, 16.11.13 г.).

Во-первых, начнем с того, что те самые указанные выше термины «лоббизм» и «лоббирование» есть далеко не синонимы, и здесь надо говорить вовсе не об институте лоббизма, а об эффективности и результативности лоббирования, или же лоббистской деятельности. В методологическом плане, ключевой и системообразующей характеристикой лоббистской деятельности является воздействие негосударственных акторов (или стейкхолдеров) на государственные центры принятия и осуществления решений (и, соответственно, на государственных ЛПП). Но ведь, согласно тому определению АЭН, любой человек (включая даже младенцев), сразу же тогда становится и природ-

ным, и цивилизованным лоббистом, каждый день и час отстаивающим свои «активные интересы» и пр. сущие потребности (например, поесть и выпить). К тому же, если выборный депутат или назначенный госчиновник стал официальным / неофициальным лоббистом у бизнеса или НКО, то это сразу же образует конфликт частных и публичных интересов, ограниченный соответствующими нормами российских законов о госслужбе, депутатской деятельности и коррупции. Поэтому руководитель АП РФ С.Б. Иванов (как и все другие указанные в исследовании АЭН государевы люди, так называемые «первые лица», «регионалы», и «профессионалы») не может быть (а может быть, «не должен быть», по нашим официальным законам), по определению, как ни лучшим (или «очень сильно эффективным», в терминологии АЭН) российским лоббистом, так и никаким лоббистом в России вообще.

Во-вторых, в практической реальности нигде и никогда не бывает «лучших лоббистов». Вообще-то (это даже некий дилетантизм или эвфемизм, как и некий всеобщий «рейтинг лучших спортсменов», вместо итогов реальных соревнований по отдельным видам спорта), поскольку обычно все лоббирование в основном идет по вполне конкретным «разновидностям спорта», т.е. по секторам и отраслям государственной политики (от «табачно-алкогольного» лоббирования - до лоббирования решений для ТЭК или ВПК), и им соответствующим адресным группам интересов. И это затрагивает даже бюджетное лоббирование. И поэтому, уже не первый год, Ассоциация менеджеров России (АМР) и Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти (рук. П.А. Толстых), к примеру, делают лишь свой набор Отраслевых рейтингов GR-специалистов, но никак не один, и не Тотальный.

В-третьих, в методическом плане, по структуре опросной выборки, к подобной экспертизе (по методу шкалированных оценок) должны привлекаться в качестве респондентов не столько просто хорошие политологи, экономисты и журналисты (и уж никак не сами их опрашивающие интервьюеры, как это делают в ряде «рейтинговых агентств»), сколько узкие эксперты в соответствующих отраслях экономики и политики (практикующие GR-специалисты, представители деловых ассоциаций и отраслевых союзов, эксперты-аналитики, специализирующиеся в данных сферах). Б.Г. Литвак выделяет целый ряд «типичных ошибок» в проведении экспертных оценок, к которым он относит следующие (характерные и для рейтинга АЭН) ошибки – использование недостаточно компетентных и информированных специалистов, использование единственной оценочной процедуры, увлечение количественными оценками и нарушение принципов измерения (См. работу Б.Г. Литвака, раздел 1.4). Несколько иного рода методика (с использованием при этом 2-3-х этапов – «лонг-листа» и «шорт-листа») используется в экспертно-оценочной работе, которая проводилась Центром по

изучению проблем взаимодействия бизнеса и государства, в ходе подготовки ряда GR-Конгрессов, где в итоге вручаются премии GR-специалистам, и именно лишь по отраслевым номинациям, а не каким-то идеальным и сверхуниверсальным «лоббистам-по-всем-вопросам».

И, в-четвертых, предложенные в методике АЭН и ряда др. агентств экспертные оценки, с использованием заявленных ими инструментов рейтинговая и графического шкалирования. далеко не всегда выдерживают критику. Прежде всего, потому, что сама эта процедура в социологии называется, скорее, непосредственным экспертным ранжированием (ranking), и не столько метрическим рейтингованием (rating) (См.: работы А.П. Кулакова, Б.Г. Литвака, Ю.Н. Толстовой, и др.). Политический рейтинг в основном опирается на метод массового опроса (реже опроса экспертного, например, «справочное голосование» в парламенте) или на вторичный анализ конкретно-статистических данных, с прямым числовым измерением количества (доли) реальных голосов респондентов (в метрическом плане, абсолютном или процентном исчислении), выразивших персональному политику или политической организации доверие, оказавших им поддержку, или же вполне реально отдавших свои голоса за них на выборах (См.: работы Ю.Н. Благовещенского, Л.А. Седова, Г.А. Сатарова, и др.). Подобное же ранжирование «лоббистского влияния» здесь обычно осуществляется с опорой на метод экспертной оценки, проходя по пути косвенного нечислового измерения и оценочно-графического шкалирования (например, с помощью простой балльной шкалы), после чего ведется подсчет среднего ранга и построение ранжированного ряда, или соответствующей ранговой матрицы.

Именно отсутствие четких и содержательных оценочных критериев создает наиболее уязвимое место в указанном выше исследовании АЭН и ряда др. рейтингов «влияния политиков». Здесь предлагается провести оценочное шкалирование некой абсолютно абстрактной и бессодержательной «эффективности» (работы или влияния), никак при этом не определённой - либо как итоговой «результативности» (оценочный критерий «effectiveness») лоббистских усилий стейкхолдеров, либо как собственно «эффективности» («efficiency») это критерий оценки уровня затраченных средств и ресурсов для получения итоговых результатов и выгод) (См.: работы А.А. Дегтярёва, Д.Б. Цыганкова, и др.), и при этом остается непонятно, к чему же она приложена – к какому из видов негосударственной лоббистской активности (оценке стратегических итогов крупных и комплексных лоббистских кампаний или хода отдельных тактических акций типа «grassroots lobbying»). Далее, авторами выделяется набор не вполне корректных измерителей, с выпадением отдельных порядковых шкальных значений, в предложенной шкале (для федеральных политиков, «первых лиц», выделено

лишь два порядковых шкальных значения – «очень сильная эффективность» и «сильная эффективность», а для «профессионалов» - только «очень сильная эффективность», и сразу же потом почему-то - «средняя эффективность», как это наблюдается в сентябрьском выпуске АЭН (См.: НГ, 15.09.13 г), т.е. выпадают важные иные шкальные значения порядкового ряда (например, пропадает тогда «слабая эффективность» и «очень слабая эффективность»), и таким образом, вообще отсутствует какое-либо упоминание о существовании мало- или просто не-эффективных федеральных лоббистов, хотя кое-где (См.: НГ, 27.02.07 г.) авторы замечают при этом, что те самые 25 «лучших из всех» лоббистов выбирается из массива, который составляют около 240 кандидатов.

Хотелось бы особо обратить внимание на выделенные центром П.А. Толстых критерии, поскольку здесь уже есть, что обсуждать, тогда как в случае АЭН и ряда пр. квази-рейтингов такие операциональные определения являются имплицитно-латентными или никак не сформулированными. Критерии оценки эффективности деятельности GR-специалиста там выделены следующие: количество реализованных в органах государственной власти ключевых корпоративных и / или отраслевых задач; количество предотвращенных и урегулированных нежелательных для компании (отраслевого союза) ситуаций, возникающих в результате действия властей и эффективность осуществления мероприятий по их предотвращению; формирование позитивного имиджа компании (отраслевого союза) в органах государственной власти; интеракции с институциональными субъектами воздействия (отраслевыми союзами и ассоциациями); обеспечение конструктивных интеракций с другими отраслевыми субъектами экономического процесса; координация деятельности других подразделений компании и оказание им содействия при взаимодействии с органами государственной власти; оценка и признание эффективности работы GR-специалиста коллегами в области Government Relations посредством включения в профессиональные оценки (См.: Рейтинг, выполненный под рук. П.А. Толстых). Иное дело, что для обеспечения методической стороны дела, и для осуществления адекватной процедуры сравнения лоббистов, в дальнейшем потребуется добавить в оценочную методику - к совокупности выбранных критериев и балльных шкал, разъяснение вопросов, связанных с оценкой сравнительной важности (и некой иерархизацией) выделенных критериев и формированием правила их выбора (См.: работы Б.Г. Литвака, Н.Г. Ростегаевой, и др.).

В дальнейшей перспективе несомненно потребуется некоторое развитие и усовершенствование данной методологии и методики экспертного оценивания. Для этого необходимо будет обеспечить выполнение основного условия для релевантного экспертного оценивания

лоббистской деятельности - построения адекватной модели оцениваемого экспертами объекта, общей структуры GR-менеджмента, для сопоставления и сравнения общих итогов деятельности различных лоббистов, поскольку дальнейший выбор критериев, индикаторов и шкал во многом зависит от уровня гомоморфности искомой модели по отношению к реальному объекту анализа и диагноза.

Во-первых, вначале для этого надо необходимо построить более или менее адекватную, структурно-динамическую модель лоббистской активности, которая достаточно гомоморфно отражала бы общую структуру деятельности и поведения GR-менеджеров, их стратегию и тактику (вписывающуюся при этом, как функциональная работа по обеспечению благоприятной внешней среды фирмы, в её общекорпоративную стратегию), включающую их ресурсы и действия, а также результаты и последствия их работы. Для их синхронизации здесь можно использовать идею А.С. Автономова о проектном цикле и «алгоритме лоббирования» (несколько конкретизирующем общие понятия лоббистских усилий и GR-кампаний), в рамках которого им выделяется следующие основные фазы: анализ ситуации, выработка стратегии и оперативно-тактическое планирование; функционирование штаба, организация лоббистской поддержки и проведение собственно лоббистских акций, и наконец, контроль за их осуществлением (См.: работу А.С.Автономова). Другое дело, что здесь возникает закономерный вопрос о том, каким образом можно подвести, оценить и сравнить итоги разной работы различных лоббистов и GR-менеджеров в режиме обычного годового цикла (в основном совпадающего с планово-бюджетным циклом работы государственных и корпоративных организаций), поскольку это может не совпадать ни с длинным проектным циклом стратегического управления их фирм и корпораций, ни с собственно более узким циклом планирования GR-стратегии, и тем более, с отдельной тактической фазой какой-либо лоббистской кампании.

Во-вторых, здесь имеется и методологически смежная сторона дела, которая связана, с определением и обоснованием базовых структурных компонентов (необходимых для экспертных сопоставлений и сравнений) стратегии и тактики GR-менеджмента, которая в свою очередь составляет функциональную компоненту и условие для осуществления ещё более общей стратегии корпоративного управления. И здесь можно применить идеи американского политолога У. Дана о базовых компонентах политико-управленческого цикла (которую можно применить для анализа компонентов управленческого цикла GR-менеджера, включающего в свой состав «цепочку» из следующих анализируемых и оцениваемых блоков его деятельности - условий и ресурсов (Policy Inputs) – действий и мер (Policy Outputs) — результатов (Policy Outcomes) –последствий (Policy Impacts).

В-третьих, в подобную методику необходимо также включить систему более или менее четких и обоснованных индикаторов для оценочных шкал экспертов (не допуская использования таких довольно банальных и малосодержательных значений показателей, как «очень сильно эффективно» или «средне сильно эффективно»), а также продемонстрировать как исходный массив оцениваемых участников, так показывать читателям используемые измерители -шкалы, критерии и их индикаторы.

В итоге предпринятого выше критического анализа, трудно не вспомнить о существовании старого (и конечно же доброго и кому-то приятного) компаративного принципа – «(топ-25) молодец среди овец» или же «всё советское (читай, кремлевское) – всё самое лучшее или только отличное», поскольку и сравнивать-то читателю особо не с чем (или не с кем?). А в самом конце заметим, что подобные описанному квази-оцениванию (и становящиеся у нас все более популярными) рейтинги, включающие оценку потенциала и влияния местных «корпоративных лоббистов» - госчиновников, политназначенцев и народных депутатов, смахивают в чем-то на некий «коррупционный прейскурант», где «лоббистские баллы» государственных служащих как-то уже совсем прозрачно намекают заинтересованным акторам на возможную конкретную стоимость и цену чьих-то бескорыстных и нематериальных лоббистских усилий.

Литература

Автономов А.С. Легальное лоббирование как антикоррупционная технология // Бизнес и власть в современной России: теория и практика взаимодействия / Под ред. П.А. Толстых. М.: РАГС, 2010.

Благовеценский Ю.Н. Процедуры построения комплексного рейтинга политиков // Российский монитор: Архив современной политики. М.: ИНДЕМ, 1993. Вып. 2.

Дегтярев А.А. Методы политологических исследований // Политическая наука в России: Интеллектуальный поиск и реальность / Отв. ред. А.Д. Воскресенский. М.: МОНФ, 2000.

Дегтярёв А.А. Проблема определения видов и критериев диагноза в политико-аналитической работе // Оценка политик и новая политическая экономика: инструменты анализа экономических реформ / Под ред. А.Н. Данкова, Д.Б. Цыганкова. М.: ЦЭМИ, 2006.

Кулаков А.П. Измерение в социологии. Новосибирск: НГАСУ, 2005.

Литвак Б.Г. Экспертные оценки и принятие решений. М.: Патент, 1996.

Масленников Е.В. Экспертное знание: Интеграционный подход и его приложение в социологическом исследовании. М.: Наука, 2001.

Описание методологии составления «Общедоверительного рейтинга Топ-1000 российских менеджеров» Ассоциации менеджеров России // <http://amr.ru/upload/metod2013.pdf>

Практикум по социологии / Под ред. И.М. Слепенкова и др. М. МГУ, 1992.

Рейтинг директоров по отношениям с органами власти АМР – 2012. Вып. 13 // http://amr.ru/upload/GR_2012.pdf

Рейтинг директоров по взаимодействию с органами власти – 2012 // Коммерсант (Приложение), 18 сентября 2013 г.

Рейтинг наиболее эффективных отраслевых специалистов по связям с органами государственной власти / Под науч. рук. П.А. Толстых. М.: Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти, 2012. Вып. 4.

Ростегаева Н.И. Экспертные оценки // Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика / Отв. ред. Г.В. Осипов. Т. 4. М.: Наука, 1991.

Сатаров Г.А. Политическая жизнь сквозь призму установок населения: структурные рейтинги // Политический монитор: Архив современной политики. М.: ИНДЕМ, 1992. Вып. 1.

Седов Л.А. Рейтинг президента: опасная тенденция // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения. 1994. №3.

Толстова Ю.Н. Измерение в социологии. М.: ВШЭ, 2007.

Туранов С. Лучшие лоббисты России – январь 2007 года // Независимая газета, 27 февраля 2007 г.

Туранов С. Лучшие лоббисты России – сентябрь 2013 года // Независимая газета, 16 октября 2013 г.

Dunn W. Public Policy Analysis: An Introduction. Upper Saddle River: Pearson - Prentice-Hall, 2004.

Lobbyist Data: Client Industry Ranking // <https://data.cityofchicago.org/Ethics/Lobbyist-Data-Client-Industry>

Дегтярёв А.А.