

УДК 336:328.184:316.77

СУЩЕНКО ОЛЕКСАНДР,*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів**Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана*

GR-УПРАВЛІННЯ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОГО ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В КОРПОРАЦІЯХ

Метою статті є аналіз сутності GR-управління як складової фінансового менеджменту корпорації. У статті проведено порівняння різних форм GR, визначено їх види та напрямки провадження. Окреслені проблеми та особливості стратегічних комунікацій у процесі досягнення цілей діяльності корпорації.

Ключові слова: Всесвітня торговельна організація (ВТО); пряме та непряме лобювання; стратегічні комунікації; Схема торгівлі викидами Європейського Союзу (EU ETS); "розумові центри"; фінансовий менеджмент; GR-управління.

Постановка проблеми та стан її вивчення.

Головна мета діяльності корпорації - це отримання прибутку, прирощення вартості. У процесі досягнення цієї мети фінансові менеджери повинні активно взаємодіяти не тільки з різними суб'єктами та підрозділами всередині самої компанії, а й активно налагоджувати комунікації з представниками навколишнього бізнесового середовища.

У такому разі держава є важливим гравцем на ринку, оскільки, окрім встановлення умов та обмежень для діяльності корпорацій, вона може виступати як бізнес-партнер. Якщо відносини з бізнес-партнером є регламентованими й зводяться до врегулювання інтересів на договірній основі, то питання впливу на створені державою умови діяльності становить неабиякий інтерес для наукового дослідження, є предметом прискіпливої уваги менеджерів корпорації.

Головною проблемою теоретичного характеру при дослідженні вказаного питання є ототожнення понять лобювання та GR як у вітчизняній літературі, так й іноземних джерелах. У практичній площині недостатньо розкритими залишаються питання виокремлення позитивних та негативних сторін впливу корпорацій на діяльність уряду.

У вітчизняній літературі питанням GR не надається необхідної уваги, проте слід відмітити роботи науковців Є. В. Гросфельда та С. О. Клімовича. Іноземні дослідження з обраної тематики представлені більш широко, і серед них слід відмітити роботи О. Лербінгера, К. Шеєба, Л. Цеттера, Ч. Мака та ін.

Метою статті є розкриття та аналіз сутності GR-управління як важливої складової фінансового менеджменту корпорації.

Виклад основного матеріалу. Діяльність корпорації нерозривно пов'язана з процесами управління потоками фінансових ресурсів. Саме питання, пов'язані із залученням та використанням фондів фінансових ресурсів, становлять основу фінансового менеджменту. Ці процеси відбуваються з використанням відповідних інструментів планування та контролю.

Проте функціонування фінансового відділу корпорації концентрується не тільки на фінансових аспектах, оскільки залучення та використання фінан-

сових ресурсів відбувається в умовах впливу різноманітних факторів. Саме тому діяльність фінансового відділу корпорації можна умовно поділити на два напрямки: фінансове рахівництво та прийняття фінансових рішень (рис. 1).

Фінансове рахівництво

Прийняття фінансових рішень

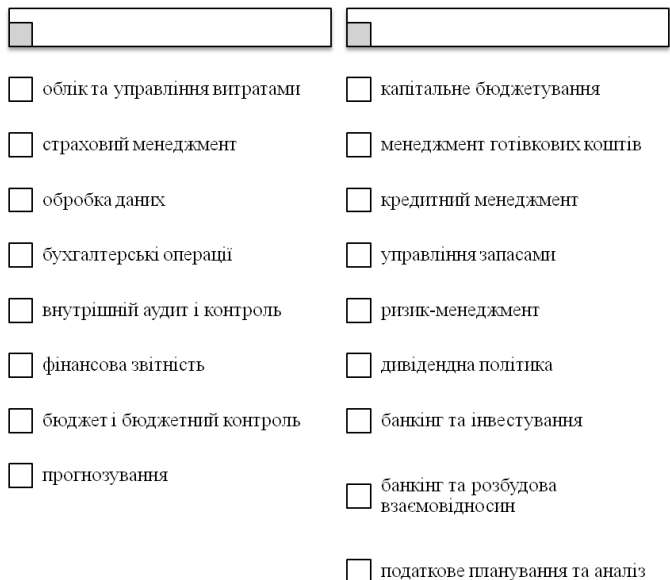


Рис. 1. Організаційна структура фінансового відділу корпорації [1, р. 5].

Сьогодні фінансовий менеджер повинен не тільки відповідати за залучення та використання фондів фінансових ресурсів, а й бути спроможним координувати цілу низку інших операцій у межах компанії з метою забезпечення максимальної ефективності в процесі створення вартості.

Особливої ваги набувають також потенційні ризики, які можуть перешкоджати реалізації запланованих заходів та досягненню поставлених цілей. Із цієї метою необхідно вчасно розробити комплекс необхідних дій задля зниження або уникнення можливих збитків, а також запобігання їм. Постає необхідність у своєчасному та точному аналізі потен-

ційних ризиків, віднесення їх до різних категорій залежно від джерела походження та ступеня небезпеки.

Прийняття фінансових рішень передбачає тісну взаємодію із зовнішніми суб'єктами. У першу чергу, ідеться про постачальників запасів та фінансових ресурсів. При цьому в ролі постачальників фінансових ресурсів можуть виступати банківські установи (позичені фінансові ресурси), приватні та колективні інвестори (залучені фінансові ресурси), держава (надані в межах державних програм фінансові ресурси).

Держава виступає у взаємовідносинах із корпораціями не тільки як постачальник фінансових ресурсів, а і як отримувач податкових платежів. Питання оподаткування є актуальними як на етапі фінансового планування, так і в процесі здійснення операційної діяльності. В особі законодавчих та регулюючих органів держава створює рамкові умови для діяльності компаній, що дає їй можливість як прямо, так й опосередковано впливати на умови та результати діяльності останніх.

Ураховуючи вагомий вплив засобів масової інформації на стан фінансових ринків, корпорації змушені активно взаємодіяти з представниками засобів масової інформації. Будь-які негативні новини можуть завдати суттєвих збитків компанії, яка активно торгує своїми цінними паперами публічно.

Саме тому корпорації планують та управляють взаємовідносинами із зовнішніми суб'єктами. Сам процес управління поведінкою зацікавлених осіб, організацій та державних установ з метою забезпечення досягнення поставлених цілей називається стратегічними комунікаціями [2, р. 5]. А управління такими комунікаціями з органами державної влади можна визначити як GR-управління. Створення позитивної суспільної думки є важливою запорукою провадження урядом необхідної для компанії політики в різних галузях. Тому особливе місце у відносинах корпорації із зовнішнім світом займає держава, яка може виступати в ролі різних суб'єктів, отже, є важливим агентом.

Управління відносинами з урядом можна умовно поділити на три види залежно від рівня влади, із яким доводиться мати справу в процесі зовнішніх корпоративних взаємовідносин: державні GR, федеративні GR та GR на рівні місцевих органів влади.

Фактично ідеться про два найбільш узагальнені напрямки провадження зовнішніх корпоративних відносин, які безпосередньо стосуються відносин з

урядом (GR): лобіювання, нормативна та регуляторна діяльність (regulatory affairs).

Регуляторна діяльність передбачає, у першу чергу, перевірку відповідності діяльності корпорації існуючим нормам права та приписам як національного, так і міжнародного характеру. Також передбачається тісна співпраця з регуляторними органами державного та місцевого рівнів (плюс федерального в країнах із федеративним устроєм), консультування підрозділів компанії з питань існуючих технологічних обмежень за визначеним колом перспективних проектів. Здебільшого така форма зовнішніх корпоративних відносин є характерною для компаній, які представляють фармацевтичну галузь, галузь медичного забезпечення, енергетику та банківський сектор.

Нормативна діяльність державних органів передбачає розробку нормативно-правових актів, які спрямовані на впорядкування діяльності представників бізнесових кіл, визначення умов взаємовідносин з іншими суб'єктами фінансового ринку та формування ефективної системи оподаткування. У цьому випадку компанії, окрім упорядкування власної діяльності відповідно до існуючого законодавства, мають можливість брати участь у покращенні якості та ефективності існуючих нормативно-правових актів, надавати пропозиції з питань розробки нових норм права - реформування правового поля.

Лобіювання можна визначити як вплив на формування державної політики з метою регулювання діяльності уряду та законотворчого процесу [3, р. 17]. Лобіювання може відбуватись у двох формах: прямій та непрямій. Пряме лобіювання передбачає діяльність із безпосередньої взаємодії з урядом з метою забезпечення реалізації інтересів зацікавлених осіб. Непряме лобіювання полягає в залученні третіх сторін з метою впливу на урядові установи [4, р. 238].

Особливістю трактування лобіювання є наявність різних точок зору. Зокрема, на думку О. Лербінгера (Бостонський університет, США), лобіювання є однією з форм GR. Проте існує також альтернативна точка зору Ч. С. Мака (колишній лектор Школи політичного управління Університету Джорджа Вашингтона, США), за якою лобіювання можна ототожнити з поняттям GR [5, р. 1]. На нашу думку, саме перший підхід повною мірою розкриває сутність процесу управління GR.

У світовій практиці виділяють декілька форм GR, які відрізняються методами та інструментами впливу на рішення органів державної влади (рис. 2).

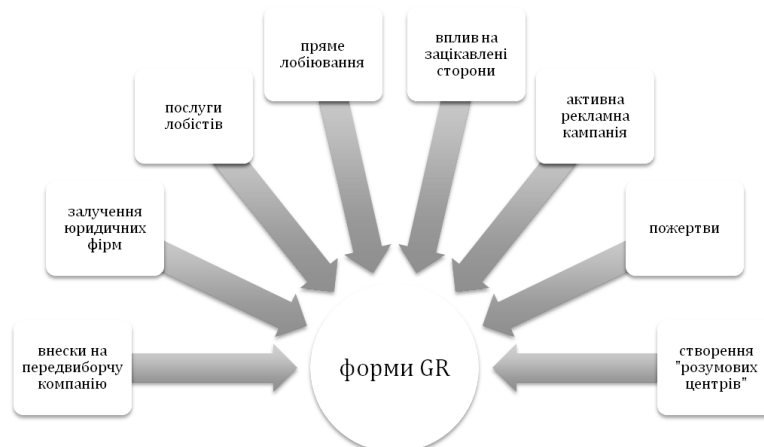


Рис. 2. Форми GR відповідно до світової практики [2, р. 12].

Фінансова підтримка кандидатів у президенти або депутатів є одним із вагомим інструментів впливу на прийняття необхідних для компанії рішень у майбутньому. Про вагомість таких внесків свідчать результати передвиборчої президентської кампанії 2012 року в США. Так, представниками республіканської та демократичної партій було зібрано майже 1,3 млрд дол. Важливим фактом є те, що внески понад 2000 дол. становили 25 % від загальної суми, зібраної всіма кандидатами. Такі внески надходили переважно від заможних громадян або від великих компаній. Найбільшу підтримку продемонстрували прихильники Б. Обами, які перевели на рахунки кандидата в президенти 722,4 млн дол., що майже на 300 млн більше за відповідний показник кандидата від Республіканської партії США М. Ромні [6].

Ураховуючи специфіку формування фондів фінансових ресурсів кандидатами на виборні посади в країнах із демократичним способом прийняття рішень, зауважимо, що існує високий ступінь імовірності того, що після вступу на посаду політики не будуть переслідувати суто суспільний інтерес, оскільки фінансова допомога отримана на проведення передвиборчої кампанії.

Практика проведення президентських кампаній у США свідчить про існування чіткої тенденції в захисті інтересів окремих галузей економіки представниками різних політичних сил. Так, Республіканська партія під час перебування при владі активно підтримувала концерни нафтогазової промисловості, надаючи їм адміністративну та фінансову підтримку. Зокрема, згідно з інформацією, яку було оприлюднено під час слухань у Конгресі США у 2000 році, з'ясувалося, що Дж. Буш (Республіканська партія), отримав від представників нафтових та газових компаній у 15 разів більше фінансової допомоги, аніж віце-президент А. Гор (Демократична партія). Йдеться про майже 3 млн дол. підтримки від компаній нафтогазового сектора та сектора видобутку природних ресурсів. Із цієї суми 1,9 млн дол. були внесками компаній нафтогазового сектора. Керівники енергетичних компаній були другою за величиною промисловою групою донорів, які особисто перерахували понад 100 тис. дол. на кампанію Дж. Буша у 2000 році [7, р. 59]. При цьому одним із перших законів, який був підписаний Дж. Бушем, став нормативно-правовий акт, за яким окремі нафтові та газові компанії отримували податкові знижки на 45 млн дол.

Іншим фактом стимулювання розвитку представників нафтової та газової галузей стало рішення про скорочення стратегічних резервів та Північно-східних опалювальних резервів нафти. Ці резерви повинні були покривати потреби в нафті, якщо на ринку виявлялася їх нестача. Також ці запаси могли б слугувати вагомим фактором для стримування стрімкого зростання цін на енергоносії шляхом урегулювання ринкової кон'юнктури. Ситуація змінилася після приходу до влади демократів, коли адміністрація Б. Клінтона - А. Гора прийняла рішення про підтримку обох вищезгаданих резервів [8, р. 1273].

Натомість прихильністю демократичних сил користуються представники галузей високих технологій та відновлювальної енергетики, які отримують суттєву фінансову підтримку з боку американської влади. Найбільш вагомим прикладом такої підтримки є започаткування адміністрацією Б. Обами будівництва "розумної мережі" [9, р. 11]. Цей проект буде паралельно реалізований на території США, Канади та Мексики до 2030 року. За цей час планується

інвестувати понад 165 млрд дол. (від 8,3 млрд дол. до 18 млрд дол. щороку) [10, р. 229]. Цікаво, що, окрім задоволення інтересів виробників відновлювальної енергії (мережа дозволить згладжувати перепади напруги, пов'язані зі змінами погодних умов), замовлення отримали компанії Google та Cisco.

Спільною ланкою в історії фінансування передвиборчих кампаній представників від Республіканської та Демократичної партій є галузь фінансових послуг. Так, починаючи від Д. Рігена (міністр фінансів за часів Президента Р. Рейгана) керівниками фінансової політики США були колишні працівники провідних інвестиційних банків країни. Сам Д. Ріген до того, як обійняти посаду міністра фінансів, очолював банк Merrill Lynch & Co. Уже за президентства Б. Обами перед початком фінансової кризи 2008-2010 рр. цей пост обійняв колишній голова іншої величезної фінансової установи - Г. Поулсон (виконавчий директор Goldman Sachs 1999-2006 рр.). Навіть попри суттєве зменшення в оплаті праці на посаді міністра фінансів (у порівнянні із заробітною платою на посаді керівника банку), йому вдалося зекономити майже 50 млн дол. податків після продажу своєї частки акцій Goldman Sachs (300 млн дол.).

У випадках, коли дії уряду будь-якої країни наносять збитки або ж певним чином утискають інтереси корпорації, постає необхідність у відстоюванні прав корпорації в судовому порядку або ж у вирішенні відповідних спорів у спеціалізованих органах при міжнародних організаціях. Історія розвитку такої взаємодії у XX сторіччі може бути розділена на два протилежних, проте пов'язаних напрямки: поширення відносин на місцевому рівні та на міжнародному рівнях.

Так, до початку Великої Депресії діяльність юридичних фірм, які захищали інтереси корпорацій у США, була зосереджена на загальнодержавному рівні (здебільшого йдеться про фірми з Нью-Йорка). Особливістю було також те, що юридичні фірми з різних штатів становили конкуренцію найбільш потужним фірмам з Нью-Йорка, оскільки корпорації (клієнти юридичних фірм) уважалися "національними одиницями", а предметом розгляду було національне законодавство. Проте з прийняттям Закону про холдинг-компанії в комунальному господарстві (Public Utility Holding Company Act, 1935 року) юридичні фірми (зокрема фірма Baker & Botts із міста Г'юстон) змушені були перебудувати свою діяльність, оскільки цим нормативно-правовим актом передбачалося підпорядкування окремих підрозділів великих комунальних підприємств та компаній із виробництва й постачання електроенергії законодавству штатів за місцезнаходженням. Метою законодавчого акта було впорядкування діяльності відповідних установ та обмеження їх нерегульованих операцій. Фірма Baker & Botts як представник однієї з таких компаній змушена була спочатку протидіяти прийняттю такого закону, а після набрання ним чинності розпочала активну взаємодію із широким колом фінансових установ та урядовими агентствами на різних рівнях державної влади [11, р. 106].

Наступним важливим напрямком відносин між корпораціями та урядами різних країн стала взаємодія на міжнародному рівні, зокрема за участі міжнародних організацій. Відправною точкою такої взаємодії можна вважати 1947 рік, коли набрала чинності Генеральна угода про тарифи й торгівлю (General Agreement on Tariffs and Trade). За цією угодою, країни можуть подавати позови на дії країн-

учасниць ГАТТ, які призводять до порушення визначених в угоді прав. Для цього в межах ВТО (Все-світня Торговельна Організація) створено спеціальний Орган з урегулювання спорів (Dispute Settlement Body). Цей орган дозволяє ефективно протидіяти проявам торговельних конфліктів (суб'єктами яких є конкретні корпорації) та запобігати ескалації торговельних війн.

Сторонами спорів у межах ВТО є уряди країн, проте безпосередніми позивачами є постраждалі від протиправних дій окремих країн-учасниць компанії. Задля захисту інтересів окремих компаній і країн у рамках відкритого провадження часто вдаються до послуг юридичних фірм, які спеціалізуються на вирішенні спорів такого характеру. Так, можна згадати випадок, коли запроваджені стандарти витрат пального для легкових автомобілів у США (Corporate Average Fuel Economy (CAFE) призвели до позову з боку корпорації Daimler та BMW проти дій уряду США. Для захисту інтересів європейських корпорацій було задіяно офіс у Брюсселі відомої американської юридичної фірми Hogan & Hartson [12, р. 118].

Іншою ефективною формою розвитку відносин між корпорацією та урядом є лобіювання, метою якого є прийняття відповідних урядових рішень або нормативно-правових актів на національному або міжнародному рівні з урахуванням інтересів зацікавлених осіб (компаній). Якщо у випадку з внесками на передвиборчу кампанію корпорація лише може сподіватись на врахування власних інтересів у майбутньому, а робота юридичних фірм є спробою захистити передбачені вже існуючим законодавством права, то лобіювання дозволяє взяти активну участь у прийнятті нового законодавства, змін в урядовій політиці, спрямованих на задоволення інтересів компанії.

Лобіювання може відбуватись як прямим методом, так і за допомогою залучення професійних лобістів. Пряме лобіювання має місце, коли керівництво або уповноважені представники корпорацій особисто домовляються з окремими органами державної влади про прийняття рішень, що дозволяють набуті певних преференцій. Прикладом ефективного прямого лобіювання була зустріч напередодні інавгурації Президента США Б. Клінтона з головою Ради економічних консультантів та представниками сектора фінансових послуг. Предметом перемовин було знаходження компромісу між намаганнями підвищити соціальні стандарти, рівень зайнятості та необхідністю забезпечення податкових преференцій для учасників фінансового ринку. Зрозуміло, що реалізація передвиборчих обіцянок можлива була лише за умови підвищення рівня податків, що в підсумку могло погіршити результати учасників фінансового ринку. Рішення, яке було прийняте, задовольнило всіх: на доходи від операцій із капіталом було надано додаткові податкові знижки, а фінансові корпорації змогли збільшити кількість робочих місць з одночасним збільшенням оплати праці.

Використання професійних лобістів має місце здебільшого в представницьких законодавчих органах влади. Так, у США на професійній основі в Конгресі працюють лобісти з питань оподаткування, послуги яких стали особливо актуальними з огляду на процес реформування податкової системи країни у 2013 році.

Іншою ефективною формою відносин корпорацій з урядом є вплив на окремі зацікавлені групи учасників суспільних відносин, думка яких є важливою

як у процесі прийняття нормативно-правових актів, так і напередодні виборів.

Так, найбільш актуальним є приклад із запровадженням на території ЄС системи "car and trade" через активну участь представників наукової спільноти та громадських активістів. Наприкінці минулого сторіччя увагу світової громадськості привернули проблеми, пов'язані з погіршенням стану навколишнього середовища. Причини цього пов'язували з виробничою та господарською діяльністю підприємств і домогосподарств. Сьогодні численні дослідження екологічного спрямування розділили світ на два табори: одні схиляються до думки, що зміни клімату є наслідком впливу антропогенного фактора (наприклад, звіт Н. Штерна, директора Інституту досліджень змін клімату та навколишнього середовища при Лондонській школі економіки), інші доводять відсутність такого зв'язку і вказують на вплив інших, відмінних від людської діяльності чинників.

На міжнародному рівні під тиском громадських організацій та окремих політичних діячів протидія кліматичним змінам знайшла своє відображення в підписаному 1997 року в м. Кіото (Японія) Протоколі до Рамкової конвенції ООН зі зміни клімату (на сьогодні цей документ ратифікувала 191 країна світу). Протокол дає широкий перелік різних інструментів, які дозволяють за найменших витрат досягти максимального поліпшення стану навколишнього середовища, а головне - компенсувати негативний вплив діяльності одних суб'єктів на умови життєдіяльності інших (негативні екологічні екстерналії).

Сам Протокол передбачає можливість створювати та провадити систему торгівлі дозволами між окремими країнами. Саме це дало можливість у 2005 році запровадити Схему торгівлі викидами Європейського Союзу (EU ETS), яка сьогодні функціонує в межах другого етапу (2008-2012 рр.) [13].

Саме EU ETS становить основу сучасного ринку карбону, на якому обертається дозволів та сертифікатів різного типу на суму майже 140 млрд. євро [14, Р. 9]. Це дало можливість найбільшим власникам дозволів на шкідливі викиди (банківські установи, хедж-фонди, карбонові та екологічні фонди) активізувати торгівлю такими активами й пов'язаними з ними синтетичними деривативами, а державі - простір для подальшого стимулювання бізнесової активності в межах ЄС.

У своїй діяльності корпорації активно використовують такий інструмент, як реклама, який суттєво впливає на позицію споживачів і може відіграти вирішальну роль у процесі прийняття рішення урядом про надання податкових преференцій, державної фінансової допомоги або ж замовлень на постачання продукції.

Важлива роль активної рекламної кампанії мала місце після вибуху у 2010 році нафтовидобувної платформи Deepwater Horizon, яка належить корпорації BP. Зокрема, за допомогою активної рекламної кампанії вдалося пом'якшити негативне ставлення громадськості та урядових установ до діяльності корпорації, що дозволило зняти напругу навколо екологічної катастрофи та зменшити фінансові втрати BP [15, р. 101].

Пожертви з боку корпорацій слугують способом для ствердження їхньої соціальної відповідальності, сприяють створенню позитивного іміджу серед громадськості, дають можливість розраховувати на підтримку уряду та фінансових установ. У цьому контексті можна згадати ситуацію, описану в романі

Т. Драйзера "Фінансист" із трилогії "Бажання". Так, герой роману, який став прототипом реального бізнесмена Ч. Єркса, приймає рішення про виділення 300 тис. доларів (на той час це значна сума) на придбання телескопу та побудову обсерваторії в м. Чикаго (США). Розрахунок був доволі простим, оскільки натомість він отримав у концесію громадський транспорт міста й необхідні кредитні ресурси з боку американських банків [16].

Залучення корпораціями науковців та експертів до відносин з урядом має величезне значення з точки зору отримання обґрунтованих аргументів, які дозволять не тільки виробити ефективну стратегію поведінки, а й відстоювати позиції компанії при прийнятті відповідних нормативно-правових актів.

Ще на початку минулого сторіччя (1916 рік) в США було створено Інститут урядових досліджень (IGR), який поєднав найбільш відомі на той час постаті в галузі промисловості, права та вищої освіти. Основною метою цього "розумового центру" було сприяння проведенню бюджетної реформи в країні. На початку своєї діяльності інститут об'єднував магнатів залізничного транспорту, виконавчого директора компанії AT&T, фінансиста Ф. Каттінга та одного з найбільших виробників побутових товарів Р. Брукінга. З боку наукової еліти в організації брали активну участь президенти Гарвардського та Єльського університетів, університету м. Вісконсін. З огляду на початок Першої світової війни та залучення до бойових дій США у 1917 році на порядку денному постала необхідність проведення фіскальних змін у США. Попри свою першочергову роль дорадчої установи інститут брав активну участь у законотвірній діяльності та надавав правову допомогу лобістським групам.

На сьогодні активна співпраця корпорацій із представниками наукових кіл дає можливість активно розвивати спекулятивні операції, забезпечувати стабільність фінансових ринків та прихильність урядів різних країн. Усе це відіграло особливо згубну роль напередодні фінансової кризи 2008 року, коли провідні науковці у своїх працях вказували на стабільність та позитивні тенденції розвитку світових фінансових ринків, оминаючи увагою дестабілізуючий вплив неорганізованого ринку синтетичних похідних цінних паперів.

Висновки

1. Проведене дослідження показало, що необхідно умовою ефективного фінансового менеджменту корпорації є управління відносинами з урядом та іншими державними органами влади. Зокрема, ідеться про важливу роль використання різних форм GR у досягненні цілей фінансового менеджменту.

2. Питання взаємодії корпорації з урядом відбувається в декількох формах, які дозволяють прямо

чи опосередковано представникам бізнесу впливати на прийняття рішень на державному рівні. Активне використання юридичних фірм, професійних лобістів, залучення науковців та політичних діячів до цих відносин дозволяє корпорації ефективно захищати власні інтереси. Проте ця діяльність дуже часто суперечить суспільним інтересам, що вимагає контролю з боку громадськості з метою недопущення відшкодування приватних збитків за державний кошт.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Sheeba K. Financial Management / Kapil Sheeba. - Navi Mumbai : Repro India Ltd., 2011. - P. 5.
2. Lerbinger O. Corporate public affairs: interacting with interest groups, media, and government / Otto Lerbinger. - New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2008. - P. 5.
3. Zetter L. Lobbying. The Art of Political Persuasion / Lionel Zetter. - Harriman House Ltd., 2011. - P. 17.
4. Bardes, Shelly, Schmidt. American Government and Politics Today. The Essentials 2009-2010 Edition. - Wadsworth Cengage Learning, 2010. - P. 238.
5. Mack, Charles S. Business, politics, and practice of government relations / Charles S. Mack; foreword by F. Christopher Arterton. - Greenwood Publishing Group, Inc., 1997. - P. 1.
6. Офіційний сайт Виборчої комісії США [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.fec.gov/disclosure/pnational.do>.
7. Rutledge I. Addicted to Oil. America's relentless drive for energy security/Ian Rutledge. - London : I. B. Tauris & Co Ltd., 2006. - P. 59.
8. United States of America Congressional Record: Proceedings and Debates of the 106th Congress Second Session, Vol. 146, Part 9. - Washington : United States Government Printing Office, 2000. - P. 1273.
9. Campbel Richard J. Smart Grid and Cybersecurity - Regulatory Policy and Issues / R. J. Campbel // CRS Report for Congress, June 15, 2011. - P. 11.
10. Seba Tony. Solar Trillions - 7 Market and Investment Opportunities in the Emerging Clean-Energy Economy / Tony Seba. - First Beta Edition, 2009. - P. 229.
11. The Cambridge history of law in America / [edited by Michael Grossberg, Christopher Tomlins]. - Cambridge University Press, 2008. - P. 106.
12. Shaffer, Gregory C. Defending interests: public-private partnership in WTO litigation / Gregory C. Shaffer. - Washington : The Brookings Institution, 2003. - P. 118.
13. DIRECTIVE 2003/87/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 13 June 2003 // Official Journal of the European Union, 2003. - P. L 275/32-L275/46.
14. Kosoy Alexandre. State and Trends of the Carbon Market - 2010. / A. Kosoy, Ph. Ambrosi. - Washington DC : World Bank, 2010. - P. 9.
15. Juhasz A. Black Tide. The Devastating Impact of the Gulf Oil Spill / Antonia Juhasz. - New Jersey : John Wiley&Sons Inc., 2011. - P. 101.
16. Драйзер Т. Фінансист : [роман] / Теодор Драйзер ; [пер. с англ. М. Волосова ; вступ. ст. Л. Сумм]. - М. : Эксмо, 2012. - 704 с.

Сущенко Александр,

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов

Киевского национального экономического университета им. В. Гетьмана

GR-УПРАВЛЕНИЕ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЧАСТЬ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В КОРПОРАЦИЯХ

Целью данной статьи является анализ сущности GR-управления как составляющей части финансового менеджмента корпорации. В статье проведено сравнение различных форм GR, определены их виды и направления реализации. Выявлены проблемы и особенности стратегических коммуникаций в процессе достижения целей деятельности корпорации.

№ 4 (124) липень-серпень 2013 р.

Ключевые слова: Всемирная торговая организация (ВТО); прямое и не прямое лоббирование; стратегические коммуникации; Схема торговли выбросами Европейского Союза (EU ETS); "мозговые центры"; финансовый менеджмент; GR-управление.

Sushchenko Oleksandr

*Ph.D. in Economics, Assistant Professor of the Finance Department,
V. Hetman Kyiv National Economic University*

GR MANAGEMENT AS AN IMPORTANT PART OF FINANCIAL MANAGEMENT IN CORPORATIONS

The aim of this paper is to show the essence of GR management as an important part of financial management. In this article the latest researches, focused on certain aspects of GR, are summarized. The author devotes significant attention to the role of the government as a key partner and agent on the market. In this research the importance of a wide range of risks on the market is underlined and their impact on the corporate financing activities is shown. The author upholds different points of view concerning the essence of lobbying and its relation to GR. This paper is focused on comparison between different forms of GR, their types and directions.

It is proved in this research, that relations between corporations and the government in XX century were developing in two opposite directions: on local and international levels.

It is clear that financial contributions, made by the corporations during the election cycle, have significant impact on the government policy and give an opportunity to receive some benefits from the future government. Also, big law firms do have some influence on the government activities and in case if such actions can harm the interests of corporations they can sue an attorney for malpractice. The author shows the ways in which lobbying can serve as a very efficient tool to protect the interests of corporations, manipulate the government policy and initiate some changes in legislation.

Also, the most important problems and specific features of strategic communications in terms of financial and environmental turmoils are explored.

Key words: World Trade Organization (WTO); direct and indirect lobbying; European Union Emissions Trading System (EU ETS); think tanks; financial management; government relations management (GR management).

REFERENCES

1. Sheeba K. (2011), *Financial Management*, Repro India Ltd., Navi Mumbai, p.5. (engl)
2. Lerbinger O. (2008), *Corporate public affairs: interacting with interest groups, media, and government*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., New Jersey, p. 5. (engl)
3. Zetter L. (2011), *Lobbying. The Art of Political Persuasion*, Harriman House Ltd., p.17. (engl)
4. Bardes, Shelly, Schmidt (2010), *American Government and Politics Today. The Essentials 2009-2010 Edition*, Wadsworth Cengage Learning, p. 238. (engl)
5. Mack, Charles S. (1997), *Business, politics, and practice of government relations*, Greenwood Publishing Group, Inc., p. 1. (engl)
6. Federal Election Commission, available at: <http://www.fec.gov/disclosure/pnational.do>
7. Rutledge I. (2006), *Addicted to Oil. America's relentless drive for energy security*, I.B.Tauris & Co Ltd, London, p. 59.
8. United States of America Congressional Record: Proceedings and Debates of the 106th Congress Second Session, Vol. 146, Part 9 (2000), *United States Government Printing Office*, Washington, p. 1273.
9. Richard J. Campbel (2011), Smart Grid and Cybersecurity - Regulatory Policy and Issues, *CRS Report for Congress*, June 15, p. 11.
10. Tony Seba (2009), *Solar Trillions-7 Market and Investment Opportunities in the Emerging Clean-Energy Economy*, First Beta Edition, p. 229.
11. The Cambridge history of law in America (2008), *Cambridge University Press*, p. 106.
12. Shaffer Gr. C. (2003) *Defending interests: public-private partnership in WTO litigation*, The Brookings Institution, Washington, p. 118.
13. Official Journal of the European Union (2003), p. L 275/32-L275/46.
14. Kossoy A., Ambrosi Ph. (2010), *State and Trends of the Carbon Market*, World Bank, Washington DC, p. 9.
15. Juhasz, A. (2011), *Black Tide. The Devastating Impact of the Gulf Oil*, John Wiley&Sons Inc., New Jersey, p. 101.
16. Dreiser T. (2012), *The Financier*, Eksmo, Moskow, p. 704.

© Сущенко Олександр
Надійшла до редакції 22.07.2013