

ЛОББИРОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

Конференция производителей
электроники России

БОРИС РУДЯК
7 декабря 2006 года

Лоббирование – это хорошо
или плохо?

- Лоббирование - способ коммуникаций и взаимоотношений предприятий со своим интересом с отчужденной государственной властью.
- Лоббирование - это знание кому, сколько и как дать.
- Лоббирование - манипулятивно-психологическое взаимодействие с чиновниками.
- Лоббирование - это деятельность, в ходе которой лишь немногие, наиболее влиятельные группы имеют реальные рычаги влияния на процесс выработки ответственных государственных решений.

- Лоббирование – представление, отстаивание, продвижение интересов предприятий в государственных структурах.
- Лоббирование - набор методов и технологий влияния на процесс выработки ответственных государственных решений.
- Лоббирование - механизм тонкой настройки отношений государства и бизнеса в интересах всего общества.

Лоббирование – это продвижение интересов компаний, совпадающих с интересами государства и общества.

С чего начинается процесс ?

Максимально четкое
проявление, кристаллизация
собственных интересов
компаний.

Следующий шаг

Определение государственных структур и конкретных чиновников интересы которых объективно совпадают с интересами предприятий.

Система продвижения интересов



1. Предмет договора

1.1 Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязательства по оказанию информационных услуг, а именно разработку и сопровождение законопроекта с рабочим названием
" _____ " .

1.2 Срок сдачи работ по договору –
" _____ " _____ 200__ г.

1.3 Работа (разработка законопроекта) выполняется на основе технического задания Заказчика.

**Свои неотъемлемые
интересы можно и нужно
отстаивать самим.**

ЛОББИРОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ
ПРЕДПРИЯТИЙ –

ЭТО ДВИЖУЩАЯ СИЛА
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
РОССИЙСКОГО
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

В презентации использованы материалы:

- С. Сулакшина
- А.Тимченко
- М.Вилисова
- Д.Султанова
- Л.Якобсона