

## GR-УПРАВЛІННЯ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОГО ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В КОРПОРАЦІЯХ

Метою даної 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 в процесі досягнення цілей діяльності корпорації.

*Ключові слова:* Всесвітня торговельна організація (ВТО), пряме та непряме лобіювання, стратегічні комунікації, Схема торгівлі викидами Європейського Союзу (EU ETS), “розумові центри”, фінансовий менеджмент, GR-управління.

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.

*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.

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).

Головна мета діяльності корпорації – це отримання прибутку, прирощення вартості. В процесі досягнення даної мети фінансові менеджери повинні активно взаємодіяти не тільки з різними суб'єктами та підрозділами в середині самої компанії, а й активно налагоджувати комунікації із представниками навколишнього бізнесового середовища.

В даному випадку 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 і 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 даного питання є ототожнення понять лобіювання та GR як у вітчизняній літературі, так і іноземних джерелах. В 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 даної тематики представлені більш широко і серед них слід відмітити роботи таких авторів як: О. Лербінгера, К. Шееба, Л. Цеттера, Ч. Мака та інших.

Метою статті є виявлення сутності GR-управління як важливої складової фінансового менеджменту корпорації.

Діяльність корпорації нерозривно пов'язана із процесами управління потоками фінансових ресурсів. Саме питання, пов'язані із залученням та використанням фондів фінансових ресурсів ставлять основу фінансового менеджменту. Дані процеси відбуваються з використанням відповідних інструментів планування та контролінгу.

Проте функціонування фінансового відділу корпорації концентрується не тільки на фінансових аспектах, оскільки залучення та використання фінансових 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 (див. рис. 1).

Сьогодні фінансовий менеджер повинен не тільки відповідати за залучення та використання фондів фінансових ресурсів, а й бути в змозі координувати

цілу низку інших операцій в межах компанії з метою забезпечення максимальної ефективності в процесі створення вартості.

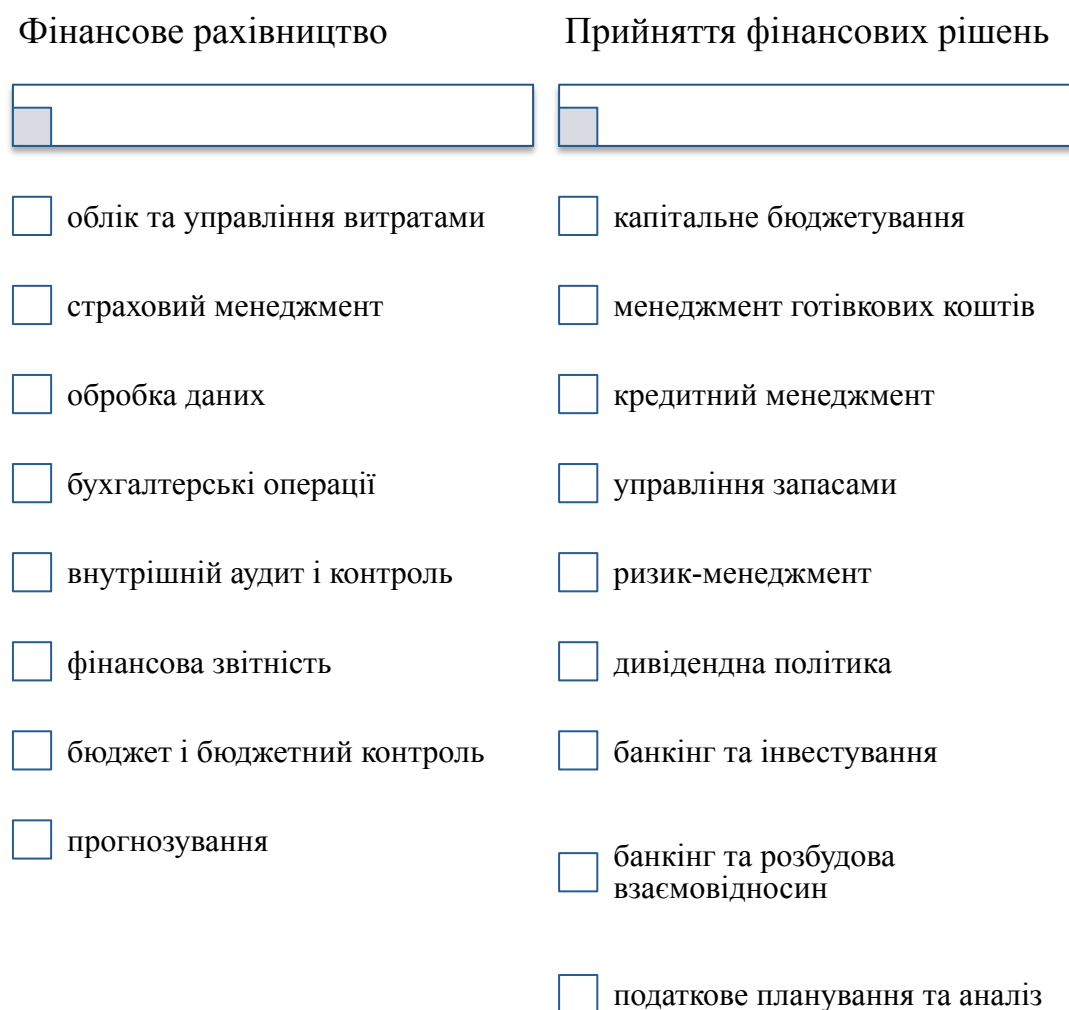


Рис. 1. Організаційна структура фінансового відділу корпорації [1, Р. 5].

Особливої ваги набувають також потенційні ризики, які можуть перешкоджати реалізації запланованих заходів та досягненню поставлених цілей. З цією метою необхідно вчасно розробити комплекс необхідних дій задля попередження, зниження або уникнення можливих збитків. Також постає необхідність у своєчасному та точному аналізі потенційних ризиків,

віднесення їх до різних категорій в залежності від джерела походження та ступеня небезпеки.

Прийняття фінансових рішень передбачає тісну взаємодію із зовнішніми суб'єктами. В першу чергу, йдеться 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 й як отримувач податкових платежів. Питання оподаткування є актуальними як на етапі фінансового планування, так і в процесі здійснення операційної діяльності. Держава в особі законодавчих та регулюючих органів створює рамкові умови для діяльності компаній, що дає їй можливість як прямо, так і опосередковано впливати на умови та результати діяльності останніх.

Враховуючи вагомий вплив засобів масової інформації на стан фінансових ринків, корпорації змушені активно взаємодіяти з представниками засобів масової інформації. Будь-які негативні новини можуть нанести 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. Через це, особливе місце у відносинах корпорації з зовнішнім світом займає держава, яка може виступати в ролі різних суб'єктів і тому є важливим агентом.

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

Фактично, мова йде про два найбільш узагальнені напрямки провадження зовнішніх корпоративних відносин, які безпосередньо стосуються відносини з урядом (GR): лобіювання, нормативна та регуляторна діяльність (regulatory affairs).

Регуляторна діяльність передбачає, в 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 у країнах з федеративним устроєм), консультування підрозділів компанії з питань існуючих технологічних обмежень за визначеним колом перспективних проектів. Здебільшого, дана 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. В даному випадку компанії окрім впорядкування власної діяльності у відповідності до існуючого законодавства мають можливість приймати 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 у залученні третіх сторін з метою впливу на урядові установи [4, Р. 238].



Рис. 2. Форми GR у відповідності до світової практики [2, Р. 12].

Особливістю трактування лобіювання є наявність різних точок зору. Зокрема, на думку О. Лербінгера (лектор Бостонського університету, 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 в повній мірі розкриває сутність процесу управління GR.

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

Фінансова підтримка кандидатів у президенти або депутатів є одним з вагомих інструментів впливу на прийняття необхідних для компанії рішень у майбутньому. Про вагомість таких внесків свідчать результати передвиборної 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. Обама, які перевели на рахунки кандидата а президенти 722,4 млн. дол., що на майже 300 млн. більше за відповідний показник кандидата від Республіканської партії США М. Ромні [6].

Враховуючи специфіку формування фондів фінансових ресурсів кандидатами на виборні посади в країнах з демократичним способом прийняття рішень, існує високий ступінь ймовірності того, що після вступу на посаду політики не будуть переслідувати виключно суспільний інтерес, оскільки фінансова допомога, отримана на проведення передвиборної кампанії.

Практика проведення президентських кампаній в США свідчить про існування чіткої тенденції у захисті інтересів окремих галузей економіки представниками різних політичних сил. Так, республіканська партія в часи перебування при владі активно підтримувала концерни нафтогазової промисловості, надаючи їх адміністративну та фінансову підтримку. Зокрема, згідно з інформацією, яку було оприлюднено піз 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, ніж віце-президент А. Гор (Демократична партія). Зокрема, мова йде про майже 3 млн. дол. підтримки від компаній нафтогазового сектору та сектору видобутку природних ресурсів. З цієї суми 1,9 млн. дол. були внесками компаній нафтогазового сектору. 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 з 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 у нафті, якщо на ринку виявлялася їх нестача. Також дані запаси могли б слугувати вагомим фактором для стримування стрімкого зростання цін на енергоносії шляхом врегулювання 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 отримуються суттєву фінансову підтримку з боку американської влади. Найбільш вагомим прикладом такої підтримки є започаткування адміністрацією Б. Обама будівництва "розумної мережі" [9, Р. 11]. Даний 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 із змінами погодних умов), замовлення отримали компанії Google та Cisco.

Спільною ланкою в історії фінансування передвиборних 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. Вже 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 з 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 вирішенні відповідних спорів у спеціалізованих органах при міжнародних організаціях. Історія розвитку такої взаємодії у ХХ 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 в США, була зосереджена на загальнодержавному рівні (здебільшого мова йде про фірми з Нью-Йорку). Особливістю було також те, що юридичні фірми з різних штатів становили конкуренцію найбільш могутнім фірмам з “міста великого яблука”, оскільки корпорації (клієнти юридичних фірм) вважалися “національними одиницями”, а предметом розгляду було національне законодавство. Проте з прийняттям Закону про холдинг-компанії у комунальному господарстві (Public Utility Holding Company Act, 1935 року) юридичні фірми (зокрема фірма Baker & Botts з міста Хьюстон) змушені були перебудувати свою діяльність, оскільки даним нормативно-правовим актом передбачалося підпорядкування окремих підрозділів великих комунальних підприємств та компаній з виробництва і постачання електроенергії законодавству штатів за місцезнаходженням. Метою даного законодавчого акту 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 введення його в дію розпочала активну взаємодію з 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 рівні міжнародному, зокрема за участі міжнародних організацій. Відправною точкою такої взаємодії можна вважати 1947 рік, коли в дію вступила Генеральна угода про тарифи і торгівлю (General Agreement on Tariffs and Trade). Згідно з цією угодою, країни можуть подавати позови на дії країн-учасниць ГАТТ, які призводять до порушення визначених в угоді прав. Для цього в межах ВТО (Всесвітня Торговельна Організація) створено спеціальний Орган з урегулювання спорів (Dispute Settlement Body). Даний орган дозволяє ефективно протидіяти проявам торговельних конфліктів (суб'єктами яких є конкретні корпорації) та попереджати ескалацію торговельних воїн.

Сторонами спорів в межах ВТО є уряди країн, проте безпосередніми позивачами є постраждалі від протиправних дій окремих країн-учасниць компанії. Задля захисту інтересів окремих компаній і країн в 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 в США (Corporate Average Fuel Economy (CAFE) призвели до позову з боку корпорацій Daimler та BMW, проти дій уряду США. Для захисту інтересів європейських корпорацій було задіяно офіс в 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 передвиборну кампанію корпорація лише може сподіватись на

врахування власних інтересів в майбутньому, а робота юридичних фірм є спробою захистити передбачені вже існуючим законодавством права, то лобіювання дозволяє прийняти 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 державними влади про прийняття рішень, що дозволяють набути певних преференцій. Прикладом ефективного прямого лобіювання була зустріч напередодні інавгурації Президента США Б. Клінтона з головою Ради економічних консультантів та представниками сектору 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 передвиборних обіцянок можлива була лише за умови підвищення рівня податків, що в підсумку могло погіршити результати учасників фінансового ринку. Рішення, яке було прийнято задовольнило всіх: на доходи від операцій з 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 у 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 в процесі прийняття нормативно-правових актів, так і напередодні виборів.

Так, найбільш актуальним є приклад із запровадженням на території ЄС системи “cap 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. Пошук причин привів до виробничої та господарської діяльності як виробників, так і домогосподарств. Сьогодні, численні дослідження з цього приводу розділили світ на два табори: одні схиляються до думки, що зміни клімату є наслідком впливу антропогенного фактору (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 у підписаному 1997 року в м. Кіото (Японія) Протоколі до Рамкової конвенції ООН зі зміни клімату (на сьогоднішній день цей документ ратифікували 191 країна світу). Даний 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 даними активами і 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 компанії, що дозволило зняти напругу навколо екологічної катастрофи та зменшити фінансові втрати BP [15, P. 101].

Пожертви з боку корпорацій слугують способом для ствердження їхньої соціальної відповідальності, сприяють у створенні позитивного іміджу серед громадськості, дають можливість розраховувати на підтримку уряду та фінансових установ. В даному контексті можна згадати ситуацію, описану в романі Т. Драйзера “Фінансист” з трилогії “Бажання”. Так, герой роману, який став прототипом реального бізнесмена Ч. Єркаса, 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 і 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 відомих на той час постатей з галузі промисловості, права та вищої освіти. Основною метою даного “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 приймали 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 стала необхідність проведення фіскальних змін у США. Попри свою першочергову роль дорадчої установи інститут приймав активну участь у законотворчій діяльності та надавав правову допомогу лобістським групам.

На сьогоднішній день активна співпраця корпорацій з представниками наукових кіл дає можливість активно розвивати спекулятивні операції, забезпечувати стабільність фінансових ринків та прихильність урядів різних країн. Все це відіграло особливо згубну роль напередодні фінансової кризи 2008 року, коли напередодні її початку 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. Проведене дослідження показало, що необхідною умовою ефективного фінансового менеджменту корпорації є управління відносинами з урядом та іншими державними органами влади. Зокрема, мова йде про важливу роль використання різних форм GR у досягненні цілей фінансового менеджменту.

Питання взаємодії корпорації з урядом відбувається в декількох формах, які дозволяють прямо чи опосередковано впливати представникам бізнесу 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 дана діяльність дуже часто йде в розріз із суспільними інтересами, 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, Otto. 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: <http://www.fec.gov/disclosurep/national.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 106<sup>th</sup> Congress Second Session, Vol. 146, Part 9. – Washington: United States Government Printing Office, 2000. – P. 1273.



9. Richard J. Campbell. Smart Grid and Cybersecurity – Regulatory Policy and Issues / CRS Report for Congress, June 15, 2011. – P. 11.
10. Tony Seba. Solar Trillions - 7 Market and Investment Opportunities in the Emerging Clean-Energy Economy. – 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. Kossoy Alexandre, Ambrosi Philippe. State and Trends of the Carbon Market 2010. – 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. Финансист: роман / Теодор Драйзер; пер. с англ. М. Волосова; вступ. ст. Л. Сумм. – М.: Эксмо, 2012. – 704с.