

Pozicije u javnim poslovima



Piše: Aleksandra Hristov

U današnje vreme, veoma važan aspekt javnih poslova je uticaj na javnu politiku u lokalnom okruženju. Većina kompanija, ali i društvenih organizacija, ima veliki interes u formiranju politike donošenja zakona i načinima njihovog izvršenja. Taj interes proizilazi iz činjenice da odluke koje se donose utiču na njihovo poslovanje, odnosno funkcionisanje u okruženju i ostvarivanju ciljeva. Samim tim, razumevanje političko-zakonodavnog okruženja i pravilno reagovanje na takvo okruženje je neophodno. Analizu je neophodno kreirati u odnosu na svaku okolnost.

Zato, kada hoćete da artikulišete neko pitanje, koje je bitno za vašu organizaciju, o tome morate da razmišljate u širem kontekstu, jer će na taj način razmišljati donosioci odluka. Ono što je vama bitno nije u vakuumu, odnosno, mnogo činilaca utiče na to kako će se vaše pitanje razmatrati. Zato je razumevanje i adekvatno odgovaranje na širi politički kontekst krucijalno i to mogu da rade samo iskusni specijalizovani konsultanti, koji su multidisciplinarni u svom pristupu.

Istraživanje pozicije

Kada govorimo o pozicijama političara, postoji jedno pravilo, a to je da su njihove pozicije jasno određene mestom gde sede.

„Prava želja za razumevanje drugog čoveka je verovatno jedan od najznačajnijih uloga koju možete da date-kreirate, a to je ključ za svaki drugi ulog“, kaže Stephen R. Covey - sa Jon M. Huntsman School of Business - Utah State University.

Zato je neophodno da onaj ko se bavi lobiranjem provede neko vreme u pripremanju za sastanke sa donosiocima odluka. Nije dovoljno imati kontakte, kako se to često kod nas smatra, da bi se uticalo na donosiocima odluka. Potreban je dugoročan i sistemski pristup, koji pažljivim praćenjem i adekvatnim reagovanjem može da donese rezultate. Zapostavljanje istraživanja koje se odnosi na specifičnost/

specifičan položaj svakog donosioca odluke, sa kojim se uspostavlja kontakt i odsustvo zapisivanja onoga što je bitno, obično ne dovodi do željenih rezultata. Svaka organizacija treba da uloži napor, sredstva i angažuje stručne ljude, da bi unapred predvidela faktore koji utiču na donošenje odluka, pre nego što se pokuša uspostaviti komunikacija sa zvaničnicima. To je uvek dobro investiran novac. Istraživanje pozicije predstavnika unapred će izazvati značajnu

istoriji i interesima specifičnih donosilaca odluka, njihovom osoblju, njihovim biračima...

Ovo saznanje doneće vam sledeće prednosti:

- Omogućiće sadržajan odnos sa donosiocima odluka;
- Pomoći će vam da identifikujete i povežete se sa donosiocima odluka, koji će biti pobornici vaše ideje, ili se već nalaze u poziciji koja prirodno podržava vaše pitanje;

Pažljivim praćenjem i razumevanjem faktora koji određuju poziciju donosioca odluka bićete u mogućnosti da utičete na javnu politiku i očuvate svoje interese.

konekciju, omogućiti efikasnu komunikaciju i smanjiti verovatnoću da se načine neadekvatne i irelevantne reakcije.

Istraživanja koja mogu da urade stručni ljudi, a čiji se puni efekti mogu osetiti u periodu lobiranja, ne samo da će povećati vaše šanse da utičete na donošenje odluke, nego će vam pomoći da uspostavite, razvijete i održite dobru komunikaciju i dobar odnos sa donosiocima odluka.

Ako hoćemo da damo primer iz svakodnevnog života, onda možemo da napravimo poređenje sa nekim ko ide na put kolima i već se sprema za mnogobrojne aktivnosti koje će preduzeti prilikom boravka na mestu destinacije, bez ispitivanja kako će do destinacije da stigne. Kreće, a ne zna kakvo je vreme, kakav je saobraćaj, kojim putevima treba da ide.

Vreme koje se uloži na pripremanje puta malo je u odnosu na vreme koje se gubi kada nastanu problemi zbog nepripremljenosti, kao što je gubitak vremena ako se promaši auto put i krene u pogrešnom pravcu. Sve je to neophodno unapred isplanirati. Smatra se da treba provesti bar istu količinu vremena na istraživanje svih aspekata i relevantnih faktora, koji se odnose na donosiocima odluka, koliko i na samu komunikaciju sa njima.

Vodiči pozicije

Na donošenje odluka / zakona utiče veoma mnogo faktora, koji su najčešće van uticaja većine organizacija. Pažljivim praćenjem i razumevanjem tih činilaca bićete u mogućnosti da utičete na donosiocima odluka i očuvate svoje interese. U teoriji javnih poslova postoje takozvani vodiči pozicije (position drivers), sile koje oblikuju i utiču na javnu politiku. Ključ tumačenja vodiča pozicije je saznanje o

- Pomoći će vam da napravite prioritete i projektujete vreme i napore koji su potrebni da uspostavite kontakt sa donosiocima odluka, koji su vam najpotrebniji;
- Pomoći će vam da komunicirate perspektive i zahteve na način koji će vam omogućiti da vas čuju i slože se sa vašim pitanjem;
- Olakšaće proces odabira donosioca odluka, koji može da bude najprijemčiviji za vaše zahteve;
- Pomoći će vam da predvidite različite scenarije i vašu poziciju u odnosu na njih, kao i da procenite šanse za uspeh i oblikujete zakonodavne rezultate;
- Smanjiće verovatnoću irelevantnih, čak i suprotnih stavova vezanih za vaše pitanje;

Dok ne probate da se nekome približite ne možete znati koliko je pristupačan, ali da biste mu pristupili, morate zakucati na prava vrata.

Različiti specifični odlučujući faktori ili position drivers, treba da budu proučeni pre nego što se uspostavi lobistički kontakt.

Ova vrsta istraživanja mora da bude deo svakog akcionog plana lobiste. Takođe, pre neposredne komunikacije, treba da se više puta proveriti da li u međuvremenu ima nekih promena.

Planiranje vremena za razmatranje, kako razmišljaju donosioci odluka i kakva je njihova pozicija (politička, državna, profesionalna i lični background), može da napravi ogromnu razliku u postizanju rezultata.

7P - Sedam vodiča pozicije

Sedam faktora koji određuju poziciju donosioca politike zakonodavstva su:

1. Profile – profil
2. Previous experience – prethodno iskustvo
3. Positions – pozicije
4. Press / public opinion – štampa - mediji / javno mnjenje
5. Promoters – promoteri
6. Priorities – prioriteti
7. Personal experience – lično iskustvo

Da bismo vam pokazali kako ovi faktori utiču na donošenje zakona, vezano za predmet (važno pitanje) vašeg interesovanja (eng: issue), predstavljamo neka od pitanja na koja morate odgovoriti, pre nego što se obratite donosiocima odluka.

U ovom broju ćemo se detaljnije baviti profilom.

Profil

Nabrojaćemo neke od primera generalnih pitanja koja treba uzeti u obzir, pre nego što se uspostavi kontakt sa donosiocima odluka:

1. Kakva je demografska struktura područja koju on predstavlja?
2. Koliko je razvijeno tržište i koja vrsta tržišta?
3. Po kojim proizvodima, događajima itd. je to područje poznato?
4. Kakva je istorija tog područja?

Takođe je neophodno odgovoriti na mnogobrojna pitanja, koja se tiču vašeg pitanja koje želite da artikulišete, pre nego što uspostavite

kontakt sa donosiocem odluka. Neka od tih pitanja su sledeća:

1. Da li su vaši interesi, organizacija ili klijent prisutni na određenoj teritoriji na kojoj treba da lobirate i na koji način?
2. Koliko je vaše pitanje važno na teritoriji gde treba da se lobira?
3. Da li već postoji zakon, podzakonska akta... vezani za vaše pitanje?
4. Ko su ostali članovi, od kojih zavisi donošenje određene odluke, vezane za vaše pitanje?
5. Koji je stav pojedinih donosioca odluka u odnosu na vaše pitanje?
6. U kojim odborima / telima se oni nalaze?
7. Koji su odnosi među donosiocima odluka (u odnosu na vaše pitanje)?

Aleksandra Hristov
Konsultant za strateške komunikacije
www.hristovconsulting.com