

Розділ 1. Економічна теорія та історія економічної думки

УДК: 005.575 (477)

DOI: 10.31732/2663-2209-2021-62-9-18

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ЦИВІЛІЗОВАНОГО ІНСТИТУТУ ЛОБІЗМУ В УКРАЇНІ

Лисюк В.С.

к.е.н., доцент кафедри економіки та маркетингу, ВНЗ Рівненський інститут слов'язознавства, м. Рівне, Україна, e-mail: lysyukrivne@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3805-6937>

INSTITUTIONALIZATION OF THE CIVILISED LOBBYING INSTITUTE IN UKRAINE

Lysyuk Volodymyr

Ph.D (Economics), Associate Professor of Economics and Marketing Department, Rivne Institute of Slavonic Studies, Rivne, Ukraine, e-mail: lysyukrivne@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3805-6937>

Анотація. В статті досліджено сутність та роль лобізму в інституціональному середовищі, особливості українського лобізму, його вплив на стан економічних процесів. Лобізм (від англ. — «кулуари») — термін, що позначає розгалужену систему контор і агентств монополій або організованих груп при законодавчих органах, що чинять тиск (аж до підкупу) на законодавців і чиновників з метою ухвалення рішень (певних законопроектів, отримання урядових замовлень, субсидій) на користь організацій, що представляються ними. Метою статті є обґрунтування механізму формування цивілізованої моделі українського лобізму. Лобізм у різних формах існує в кожній державі. В Україні він асоціюється з тіньовими формами взаємодії влади і бізнесу й часто є найбільш ефективним і єдиним в нинішніх умовах способом домогтися реалізації групових цілей. Феномен лобізму неоднозначно відображається суспільною свідомістю — від позитивного до негативного сприйняття. З одного боку в Україні відбуваються інтенсивні процеси інституціоналізації груп інтересів, артикуляції й боротьби за їх реалізацію, що в свою чергу об'єктивує феномен лобіювання цих інтересів. З іншого боку термін «лобізм» асоціюється з поняттям протекціонізму, підкупу державних службовців і депутатів, коли спостерігається «ототожнення механізму лобіювання як сукупності силових методів і корупційних дій для досягнення мети». Виходячи з політичної, економічної, соціо-культурної ситуації, яка склалася на сьогоднішній день в Україні, дослідження лобізму, як своєрідного політичного механізму ухвалення рішень, має величезне теоретичне, практичне та прогностичне значення. Тим самим вивчення основних факторів, способів, моделей і механізмів лобіювання в політичній сфері життя українського суспільства сьогодні стає особливо актуальним. Розвиток інститутів громадянського суспільства завжди повинен супроводжуватися включенням їх в процес вироблення та прийняття політикоуправлінських рішень. Це можливе за умови функціонування цивілізованого лобізму у державі. Однак в Україні на сьогоднішній день такий феномен не набув інституціоналізованого характеру, тому що представляє протирічливу, складну, багатофункціональну систему, що розвивається одночасно в сферах тіньової і публічної політики. Запроваджуючи «рамкові» умови функціонування інституції «лобізм», потрібно враховувати його можливі переваги й недоліки.

Ключові слова: формальні інститути, неформальні інститути, лобіювання, відкрите лобіювання, коридорний лобізм, білий лобізм, тіньовий лобізм, інститут цивілізованого лобізму.

Формули: 0; рис.: 3; табл.: 1, бібл.: 12

Annotation. The essence and role of lobbying in the institutional environment, specifics of ukrainian lobbying and its influence on the state of economical processes are researched in this article. Lobbying — a term that denotes the ramified system of the offices and monopoly agencies or organized groups under the legislation that put pressure (up to bribes) on the legislators and officials with the purpose of making decisions (certain bills, acquiring government orders, subsidies) in favor of organizations represented by them. The purpose of the article is to substantiate the mechanism of formation of a civilized model of Ukrainian lobbying. Lobbying exists in every country in various forms.

In Ukraine it is associated with shadow forms of interaction between government and business and frequently is the most effective and in current conditions the only way to achieve the realization of group goals. The phenomenon of lobbying is displayed ambiguous by the public consciousness — from positive to negative perception. On one hand, intensive processes of institutionalising groups of interest, articulation and struggle for their realization are happening in Ukraine which in turn objectifies the phenomenon of lobbying for these interests. On the other hand the term “lobbying” is associated with the term of protectionism and bribing government officials and deputies when “identification of lobbying mechanism as totality of force methods and corrupt actions for achieving the goal” is observed. Based on the political, economical and socio-cultural situation that formed in Ukraine at present the research of lobbying as a peculiar political mechanism of decision making has a huge theoretical, practical and prognostic value. Thus the study of main factors, ways, models and mechanisms of lobbying in the political area of the ukrainian society’s life becomes especially relevant at present. The development of the civil society’s institutes should be always accompanied by including them in the process of making decisions regarding political management. This is possible provided the functioning of civilised lobbying in the country. However such a phenomenon has not acquired institutional nature in Ukraine for today because it represents a contradictory, complicated and multifunctional system that is developing in the areas of shade and public politics at the same time. Introducing the “frame” conditions of functioning of the “lobbying” institution, its possible advantages and disadvantages need to be considered.

Key words: formal institutions, informal institutions, lobbying, open lobbying, corridor of lobby, white lobby, black lobby, institution of civilized lobby.

Formulas: 0; *fig.:* 3; *tabl.:* 1; *bibl.:* 12

Постановка проблеми. Аналіз економічної ситуації в Україні вказує на необхідність наповнення якісно новим змістом існування інституції «лобізм». Існуючий та набираючий сьогодні силу в Україні олігархічний лобізм блокує дійсно потрібні управлінські рішення, перешкоджає задоволенню суспільно-значущих корисних інтересів, сприяючи задоволенню і реалізації чиновницьких інтересів, інтересів олігархату.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розкриттю суті лобізму, його моделей, особливостей дії в різних країнах присвячено багато монографій, наукових статей. Зокрема, представляють інтерес наукові погляди вчених: Євгенієва А., Бучанан Дж., Вульп Б., Браун К., Джексон П., Мішутин С., Нуреєв Р.М., Мельник А.Ф., Длугопольський О.В., Левін Б., Buchanan J.M., Goldstein K.M., Wolpe B.C. та ін.

Однак питанням інституціоналізації лобізму в Україні, становленню його функціонування в «рамкових умовах», розкриття впливу його на стан інституцій тіншової економіки, корупції, рейдерства в суспільстві приділено недостатньо уваги, що й спонукало до написання даної статті.

У дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених, політиків та практиків питанням інституціоналізації лобізму в Україні, становленню його функціонування в «рамкових умовах», розкриттю його впливу на стан інституцій

тіншової економіки, корупції, рейдерства в суспільстві приділено недостатньо уваги.

Формування цілей статті. Метою статті є обґрунтування механізму формування цивілізованої моделі українського лобізму.

Викладення основного матеріалу дослідження. З кінця XIX ст. теоретичним підґрунтям управління національною економікою стає теорія інституціоналізму, центральною категорією та аналітичним інструментом якої є інституція. Інституціональне середовище розглядається як сукупність формальних та неформальних інститутів в їх постійному зв’язку та взаємозалежності.

Формальні інститути (формальні правила) регулюються законами, нормативними актами, складаються з тексту правила, правил його прочитання та вживання цього тексту та процедурного знання того, як і при яких обставинах застосовуватизазначене правило. Формальні інститути регламентують діяльність фізичних і юридичних осіб.

Неформальні інститути (неформальні правила гри) не узаконені, являють собою неписані та незадокументовані в текстах офіційних документів цінностей і звичаїв економічної діяльності. Інститути змінюються в результаті свідомих рішень тих, хто їх використовує, а також, у відповідь на дію еволюційних факторів. Інституційне середовище (правила гри) створює рамкові умови, в яких

взаємодіють економічні суб'єкти в ринковій економіці.

Лобізм існує у всіх країнах світу. Світова практика розрізняє дві базові моделі лобіювання: Американську (США, Канада, Японія); Європейську (Великобританія, Німеччина, Франція).

США є класичним прикладом країни з професійним рівнем лобіювання. Найперший в світі закон про лобіювання був прийнятий в США в 1946 р., згідно з яким лобістів зобов'язували зареєструватися в Конгресі та повідомляти громадськість про інтереси, які вони відстоюють, джерела фінансування їх діяльності та розміри особистого гонорару.

Розвиток професійного лобіювання в Америці відображає уяву американців про бажаність максимальної спеціалізації, тому репутація лобіста в США принципово не відрізняється від репутації адвоката чи найманого охоронця, від яких так само вимагається вміння «цинічно» захищати інтереси конкретного клієнта, не обов'язково поділяючи його погляди.

Еволюція інститут лобізму закономірно призвела до спроби повної легітимізації цього явища. Так, у 1980-х роках суспільні об'єднання та бізнес-структури почали утворювати комітети політичних дій для підтримки на виборах окремих кандидатів чи партій, що надавали широкі можливості для лобіювання.

В 1979 р. була створена Американська ліга лобістів. Підтримка здійснювалася головним чином за допомогою фінансових пожертв на виборчу кампанію кандидата чи партії. Фінансову діяльність таких комітетів і допустимі межі пожертв регулює окремий закон. Після перемоги на виборах кандидата, чия передвиборча кампанія фінансувалася, комітет отримує і моральне, і юридичне право впливати на цього політика. Отже, через лобізм досягається право контролю дій влади.

В 1995 р. у США прийняли новий законодавчий документ «Акт про відкрите лобіювання», який фактично узаконив лобізм як різновид професійної діяльності. У цьому документі лобіст визначається як фізична чи юридична особа, яку найняли

клієнти за винагороду для надання послуг, що включають більш ніж один лобістський контакт [1].

В «Акті про відкрите лобіювання»:

- вказані умови, за яких організація чи окрема особа вважається лобістом з фінансової та податкової точок зору;
- визначені умови реєстрації лобістів;
- регламентовано, які засоби впливу на урядовців дозволені, а які переслідуються законом.

Лобісти в США прагнуть знаходити особисті контакти з «потрібними людьми» з коридорів влади. Характерно, що значна кількість лобістів – екс-політики, котрі використовують свої колишні зв'язки.

Сьогодні лобізм у США набув такого розмаху, що про нього говорять як про потужну індустрію специфічних послуг. Столицею лобістів є Вашингтон, де зосереджені федеральні органи влади, Конгрес, Сенат, суди, юридичні та лобістські фірми, представництва компаній і корпорацій. У вашингтонській індустрії «просування інтересів» працює у п'ятеро більше спеціалістів, ніж у сфері виробництва.

На кожного члена Конгресу припадає в середньому 125 лобістів, а щороку тільки на лобіювання федерального уряду витрачається близько 8,4 млрд.дол. США. Значне місце в структурах американського суспільства займають єврейське, польське, арабське та японське лобі, які, завдяки своїм можливостям, намагаються відстоювати інтереси національних громад і країн, вихідцями яких вони є [2].

Лобізм як атрибут демократичного суспільства характерен і для Великобританії. Законодавство країни схвалює лобіювання, визначаючи лобістів як парламентських агентів. Перед прийняттям певного законопроекту парламент видає так званий «зелений документ», що запрошує лобістів до дискусії навколо нього. За результатами дискусії видається «білий документ», що й виступає основою для законопроекту. Після публікації «білого документу» лобіювання змін у законопроект вже не допускається.

Лобісти, які відповідають за зв'язки із законодавчими органами державної влади, мають кілька загальних цілей:

- поліпшують стосунки з представниками «вищих ешелонів державної влади»;
- відстежують роботу законодавчих та виконавчих органів влади в тих сферах і з тих питань, які справляють найсуттєвіший вплив на життя громадян певного виборчого округу;
- активізують участь виборців у справах державного управління на всіх рівнях;
- впливають на законодавство, яке стосується економічних інтересів виборців певної місцевості та підприємств, що на ній розташовані [2].

У Великобританії діє закон щодо лобізму, згідно з яким член парламенту може офіційно виступати представником комерційних інтересів однієї зі сторін при укладанні угоди (наприклад, відстоювання М. Тетчер інтересів «British Petroleum»). У Британії річний оборот лобістських об'єднань перевищує 500 млн. фунтів стерлінгів [3].

Функціонування лобізму в Україні суттєво відрізняється від американського та європейського. Український лобізм має наступні особливості:

- мафіозний характер, оскільки політичні й економічні еліти є суттєво дистанційованими від пересічних громадян;
- лобізм підмінено відомчістю, корупцією й «телефонним правом». Те що в Україні прийнято називати лобізмом, за кордоном визнається корупцією;
- лобіювання проявляється в зіткненні «олігархічних кланів»;
- поєднання в собі як замовника, так і виконавця;
- суміщення участі багатьох політиків у бізнесі з участю у політиці, тобто лобіювання власних інтересів;
- відсутність законодавчої бази.

Основними технологіями лобізму в Україні є: підкуп депутатів за «правильне» голосування; «найм» кількох депутатів, за

допомогою яких на розгляд ВРУ подається законопроект, який вони публічно відстоюють щодо необхідності його прийняття; «купля» низки публікацій потрібного спрямування у пресі. Як правило, така схема використовується під час просування через парламент рішень у сфері, в якій більшість народних депутатів не компетентна; «завоювання» політичними партіями національного бізнесу; організація пропагандистських кампаній через ЗМІ; психологічний тиск на депутатів; проведення конференцій, форумів за участю представників влади; «проплачені» мітинги та страйки.

Слід відмітити переважання в Україні методів лобіювання через Кабінет Міністрів та Адміністрацію Президента, що зумовлено складністю механізмів проходження законопроектів через ВРУ та ефективністю способів «внутрішнього» лобіювання у Кабінеті Міністрів. Процедура лобіювання через ВРУ є доволі громіздкою, потребує чисельних погоджень на всіх етапах трансформації ідеї законопроекту у чинний текст закону, що проілюстровано на рис. 1.

Замовники закону обирають для лобіювання впливового депутата з профільного комітету. Депутатові-лобісту необхідно заручитися підтримкою в апараті ВРУ та його підрозділах, що оцінюють законопроект, а саме: науково-експертному, юридичному, редакційному, бюджетному комітеті, який аналізує фінансові наслідки запровадження закону. Категорично проти певного закону може виступати кабінет Міністрів, а тому для успішного лобіювання в уряді потрібна «своя» людина [4].

Після роботи у комітеті, законопроект потрапляє на процедуру трьох читань, яка є дуже тривалою і складною, а тому, як засвідчують результати опитування, проведеного журналом «Компаньон», найбільш рентабельним в Україні було і залишається лобіювання через кабінет Міністрів [5].



Рис. 1. Процедура лобіювання законопроектів у ВРУ

Постанови Кабінету Міністрів є ефективнішим засобом, ніж закони, оскільки набувають чинності з моменту підписання і не проходять трьох читань у ВРУ. Вартість такого документу для замовника є значно нижчою. Основним методом лобіювання у Кабінеті Міністрів є «коридорний лобізм» – проштовхування потрібного та відмови від прийняття «непотрібного» рішення. Основні механізми «коридорного лобізму» полягають в оцінці:

- реальної системи функціонування бюрократичного апарату;
- схеми прийняття державних рішень;
- психологічних особливостей керівників різних рівнів;
- ступеня впливу найближчого оточення посадових осіб.

Слід розрізняти в Україні «білий» та «тіньовий» лобізм. Основними формами «білого» лобізму є:

- спеціальні структури – відділи зі зв'язків із владою, які створені у великих компаніях металургійної та хімічної

промисловості, які очолюють колишні чиновники і займаються просуванням інтересів суб'єкта, якого вони представляють. Їхнє завдання – ініціювати в державних структурах режим найбільшого сприяння для компаній;

- професійні асоціації конкретних секторів ринку, які офіційно беруть участь у розробці законів, організують різноманітні конференції для формування позитивної громадської думки щодо їхньої діяльності. Вони існують за рахунок членських внесків учасників, що платять за лобізм.

Стосовно «тіньових» лобістів, то їх умовно можна розділити на галузевих, регіональних і приватних лобі. Перші відстоюють інтереси цілої галузі, другі – інтереси регіону, треті – інтереси конкретних банків, промисловців, компаній. «Тіньові» лобісти наближені, як правило, до «потрібного» чиновника.

На думку фахівців з лобізму, лобізм в Україні представлений трьома основними рівнями (рис. 2):



Рис. 2. Рівні лобізму в Україні

Лобістські зусилля місцевих еліт (наприклад, Асоціація міст України, Союз лідерів місцевих та регіональних влад) лобіюють інтереси усієї місцевої влади в країні, зокрема, питання проходження в парламенті бюджетних питань, розгляд конституційних проблем державного устрою.

Оскільки в Україні ще донині зберігається практика прямого зв'язку управлінського апарату регіональних підприємств-гігантів із найвищим керівництвом держави, то доволі часто директори великих підприємств допомагають депутатам під час виборчих компаній (наприклад, інтереси великих підприємств представляє Український союз промисловців і підприємців).

Об'єктами лобіювання з боку середнього та малого бізнесу є органи місцевої виконавчої влади та самоврядування. Лобістські групи середнього та малого бізнесу намагаються налагоджувати контакти з Державним комітетом з регуляторної політики та підприємництва як органом центральної влади, на якій покладено функції підтримки малого та середнього бізнесу країни.

Досвід США, Великобританії, Німеччини про взаємодію лобістів і політиків засвідчує, що регульований тип лобізму соціально і економічно більш ефективний за неофіційне лобіювання інтересів, має суспільну корисність і велике значення для демократизації суспільства.

Головною передумовою цивілізованого лобіювання є опосередкування процесу лобіювання за допомогою лобістських структур. У світі політики й бізнесу існує своєрідний розподіл праці, який полягає в тому, що лобіюванням займаються безпосередньо спеціальні структури – асоціації, союзи, ліги підприємців і банкірів, діяльність яких відображає об'єктивну потребу підприємців у посередництві при просуванні інтересів бізнесу й урахує всі складнощі процесу лобіювання. Наявність «легальних» посередників (особливо якщо ними стають законно існуючі організації, що мають установчі документи) є ефективним засобом. Понад те, громадськість отримує можливість оцінювати, прогнозувати і контролювати діяльність «легальних» лобістів.

У багатьох випадках лобістські групи з метою залучення на свій бік громадської думки, думки парламентарів оприлюднюють свої наміри, в результаті інтереси зацікавлених ділових кіл стають більш прозорими.

Гласність, прозорість лобістської діяльності та контроль за нею – це запорука того, що просування інтересів бізнесу відбувається демократичним шляхом. Гласність і прозорість лобіювання дозволяє громадським організаціям і партіям, громадянам ознайомлюватися з інформацією щодо інтересів лобістів, оцінювати, чи не суперечать ці інтереси загальнонаціональним і за необхідності – контролювати сам процес лобіювання – сприяти йому чи блокувати його.

Слід відмітити контролюючу роль засобів масової інформації в дотриманні умов гласності й прозорості лобіювання. Мас-медіа крім інформування громадськості про випадки просування інтересів виступають чинником формування думки посадових осіб Кабінету Міністрів, депутатів парламенту. Таким чином, ЗМІ стають своєрідними «лобістами», інструментами впливу.

В умовах України лобізм виходить за цивілізовані межі та має більше мінусів ніж плюсів. Спираючись на праці вчених

Нурсєва Р.М., Мішутіна С., Левіна Б. та інших, визначимо наступні можливі переваги й недоліки лобізму (табл. 1).

Прийняття в Україні край необхідного закону про регулювання лобістської діяльності стане потужним інструментом узаконення цивілізованого лобізму. Враховуючи позитивний світовий досвід лобіювання інтересів, пропонуємо наступні механізми формування «прозорої», зрозумілої для всіх цивілізованої моделі українського лобізму (рис. 3).

Таблиця 1

Переваги й недоліки лобіювання

Переваги лобізму	Недоліки лобізму
1. Впливаючи на управлінські рішення, лобізм змушує «триматися у фірмі» органи державної влади і управління (в певному сенсі лобізм змагається з ними, додає їм динаміки і гнучкості). В умовах поділу влади кожна з гілок влади може використовувати те чи інше лобі у своїх інтересах. Так, у Конгресі США законодавці офіційно співпрацюють із лобістськими кадрами певних зацікавлених груп, що безперечно, тільки підсилює позиції законодавчої влади	1. Лобізм містить у собі чималу небезпеку «розмивання» народо-владних підвалин суспільства, перетворення демократичних інститутів у міцний інструмент активності окремих владних груп.
2. Лобізм виступає інструментом самоорганізації громадянського суспільства, за допомогою якого мобілізується суспільна підтримка або опозиція певному законопроекту, здійснюється вплив на політиків. Лобізм у цій ситуації є суперником бюрократії. Зважаючи на те, що держава в умовах становлення ринкових відносин все більше і більше «здає» свої позиції у сфері захисту інтересів різних соціальних груп, цей вакуум повинен бути заповнений відповідними структурами громадянського суспільства,	2. Лобістські заходи виступають у визначених умовах у формі прояву соціальної несправедливості (як показує соціальна практика деяких західних держав, результативність лобізму великого бізнесу непорівняно вища, ніж в інших груп і структур. Така ситуація, що повторюється постійно, здатна дестабілізувати економіку, дисбалансувати інтереси, сприяти зростанню напруженості в суспільстві.
3. Лобізм створює можливість для забезпечення інтересів різного роду меншин, тому що виступає як специфічна форма прояву політичного плюралізму.	3. Лобізм іноді виступає «провідником» неправового тиску на державні органи. Тут вже треба говорити про ті його види (хабарництво, корупція), що «підточують» фундамент влади.
4. Лобізм втілює свій принцип свободи державних структур, асоціацій, громадських організацій, за допомогою якого вони самостійно намагаються вирішувати власні проблеми, володіючи визначеним набором шляхів і засобів такої діяльності.	4. Лобізм може стати інструментом пріоритетного задоволення іноземних інтересів на шкоду інтересам вітчизняним, тобто реалізовуватися як непатріотичний засіб.
5. Лобізм використовується як своєрідне соціально-політичне стимулювання, спрямоване на прискорення впровадження в життя тих або інших цілей, на спонукання до конкретних дій. За такого підходу лобізм виступає способом активізації різноманітних процесів і явищ в сфері політики.	5. Лобізм може слугувати фактором розвитку і захисту відомчості, місництва, націоналізму, підсилювати крайні форми задоволення «спеціальних інтересів».
6. Лобізм дозволяє розширювати інформаційну й організаційну базу прийнятих рішень і набагато переконливіше звертати увагу на формулювання начальних проблем суспільства. Лобісти забезпечують органи державної влади потоком інформації з того або іншого питання, яке виноситься на парламентське слухання, інформують законодавців про те, що відбувається на найнижчому суспільному рівні (лобісти	6. Лобізм іноді істотно заважає стабільній і оперативній державній політиці, тому що може бути спрямований, наприклад, на постійний перерозподіл бюджету, на часту зміну пріоритетів, на посилення позицій однієї гілки влади за одночасного послаблення іншої.

<p>– продавці інформації). Через лобіювання інтересам різних груп надається гостра злободенність, актуальність, соціальна значимість, а владні структури переконуються в пріоритетному, оперативному і більш повному їх задоволенні. Лобіювання виступає у вигляді системи аргументації, механізму підготовки і прийняття відповідних актів.</p>	
<p>7. Лобізм може розглядатися як інструмент взаємодії представницької і виконавчої влади. Поділ влади не протиставляє їх одна одній, а носить робочий характер. Тому взаємодопомога міністерських лобістів і депутатських комітетів відбувається на користь справі, оскільки вона позбавлена корисливого інтересу і цілком вкладається в рамки нормального політичного життя.</p>	<p>7. Лобізм найчастіше блокує дійсно потрібні управлінські рішення, перешкоджає задоволенню суспільно корисних інтересів, сприяючи задоволенню і реалізації чиновницьких інтересів.</p>
<p>8. Лобізм можна оцінювати і як більш широкий засіб досягнення компромісу, спосіб взаємного зрівноважування і примирення між собою різноманітних інтересів. Загально визнано, що лобістські групи, які відстоюють часом діаметрально протилежні інтереси своїх «господарів», як це не дивно на перший погляд, сприяють збереженню певної рівноваги різних сил, знаходженню «точок дотику» і досягненню консенсусу при прийнятті управлінських рішень, адже, з рештою, основа лобізму – взаємовигідне співробітництво.</p>	<p>8. Лобізм може використовуватися й у найбільш «прозаїчних» цілях – як інструмент збагачення окремих еліт (лобізм – це існування могутніх груп людей у владі, що використовують усі можливі заходи для перерозподілу матеріальних ресурсів і благ на свою користь).</p>

*Сформовано автором на основі: [2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12]



Рис. 3. Механізми формування цивілізованої моделі українського лобізму

Закріплення на законодавчому рівні інституту лобізму повинно здійснюватися через прийняття відповідних нормативно-правових актів, які б деталізували законні та незаконні способи лобізму. Так, до нормативно-правових актів, які деталізують законні способи лобізму можна віднести: складання законопроектів та винесення їх на обговорення; проведення науково-практичних конференцій за участю представників виконавчої та законодавчої гілок влади; виступ у профільних комітетах законодавчого органу тощо.

Стосовно нормативно-правових актів, що деталізують незаконні способи лобізму, можна віднести: підкуп посадових осіб, поширення компромату чи електронних чуток через інтернет-технології тощо. У випадку подання лобістами неправдивої інформації при заповненні реєстраційних анкет щодо особливостей здійснення своєї діяльності, повинно запроваджувати адміністративну або кримінальну відповідальність.

Стосовно впровадження диференційованого податку за лобіювання корпоративних інтересів, то він повинен слугувати додатковою дохідною статтею бюджету. Система атестації лобістів повинна спонукати їх відповідати чітким критеріям, а саме: здатності аналітично мислити і сприймати значні масиви інформації, комунікативній гнучкості, відмінно визначати цілі та формувати завдання, мати та розвивати добрі навички психолога.

Лобізм – основна форма взаємодії бізнесу і політики. Суспільне його значення полягає в тому, що він об'єднує найзначніші сфери суспільства – підприємництво, державне адміністрування, публічну політику. Якщо політика й адміністрування, зі свого боку, постають чинниками, що структурують, організують соціальне та економічне життя суспільства, то підприємництво покликане безпосередньо примножати матеріальне й інтелектуальне багатство нації. Проте ці сфери мають різні ресурси суспільного значення: адміністрування тримає владні важелі для прийняття рішень, політика визначає законодавство й оптимальну циркуляцію суспільних інтересів, тобто є найпотужнішим регулювальним чинником, а підприємництво має в своєму розпорядженні матеріальні ресурси. Водночас ці три сфери підпорядковані принципу «розподілу функцій», який передбачає також і розподіл ресурсів: якщо публічна політика має суспільну владу, вона не має грошей і владних важелів, якщо адміністрування має реальні важелі реалізації інтересів, воно контролюється політикою і не має грошей, а якщо підприємництво має гроші, то воно на має влади.

Підтримувати такий баланс і розподіл ресурсів повинно законодавство, що регламентує лобістську діяльність, моральний тиск суспільної думки та контроль громадських організацій і партій, які піддають осуду політиків, що «продаються» або ж бізнесменів, котрі «йдуть у владу». Зокрема, коли предметом

лобіювання виступають ресурси, а саме перерозподіл суспільних ресурсів на свою користь, Ліга страхових організацій України провела лобістську кампанію для прийняття закону щодо обов'язкового страхування відповідальності власників транспортних засобів. Асоціація міст України перед прийняттям Конституції, наприклад, організувала семінари та круглі столи з питань законодавчого забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування в Основному законі.

Висновки. Розвиток цивілізованого лобізму – це невід'ємний атрибут демократизації суспільства. Він виконує функцію впорядкування суспільних інтересів, доповнюючи собою конституційну систему демократичного управління. Його заборона сприяє зникненню механізму зіставлення інтересів і визначення пріоритетів при підготовці чи прийнятті того чи іншого законодавчого акту.

Інститут цивілізованого лобізму – це соціальний інститут, функціонуючий в законодавчо-встановлених «рамкових умовах» задля забезпечення суспільних інтересів на основі прозорості та громадянського контролю.

Впровадження та розвиток цивілізованого інституту лобізму в Україні можливо тільки за умови відродження інституції «довіра» в суспільстві до всіх гілок влади.

Література:

1. Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy. William C. Frederick, James E. Post, Keith Davis. New York, 1996.
2. Мельник А. Ф., Длугопольський О. В. Публічний сектор і державна політика в демократичному суспільстві : монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2008. 173 с.
3. Trends in Grassroots Lobbying. URL: <http://www.advertising.about.com>.
4. Бондаренко А. Лобіювання по-українськи. *Тиждень*. 2008. №3(11). С. 24-25.
5. Зушич Ю. Лобізм – корупція – реформи. *Контекст*. 2001. №7.
6. Мишутин С. Обыкновенный лоббизм. *Аргументы и факты в Украине*. №41. 2005. С. 9.
7. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: учебник для вузов. Москва : Норма, 2005. 576 с.

8. Brown C. V., Jackson P. M. *Public Sector Economics*. Oxford : Oxford University Press, 1990. 622 p.

9. Buchanan J. M. *The Public Finances: An Introductory Textbook*. London, 1970. 492 p.

10. Goldstein K.M. *Interest Groups, Lobbying and Participatign in America*. Cambridge University Press, 1999.

11. *Handbook of Public Economics* / By A.J. Auerbach&M. Feldstein. Amsterdam : North-Holland, 2002.

12. Wolpe B. C., Levine B. J. *Lobbying Congress: How The System Works*. Washington : Congressional Quarterly Inc., 1996.

References:

1. *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy*. William C. Frederick, James E. Post, Keith Davis. New York, 1996.

2. Melnyk, A. F. and Dlygopolsky, O. V. (2008), *Publichnyi sektor i derzhavna polityka v demokratychnomu suspilstvi* [Public sector and public policy in a democratic society], Ternopil, Economichna dumka. P. 173.

3. Trends in Grassroots Lobbying, retrieved from: <http://www.advertising.about.com>.

4. Bondarenko, A. (2008), “Lobbying In Ukrainian”, *Tuzhden*. №3(11).Pp. 24-25.

5. Zushchik, Yu. (2001), “Lobbying – Corruption – Reforms”, *Kontekst*. №7.

6. Mishutin, S. (2005), “Ordinary Lobbying”, *Arguments And Facts In Ukraine*. №41. 2005. P. 9.

7. Nureyev, R. M. (2005), *Kurs mikroekonomyky* [Microeconomics Course], Moscow, Norma, 576 p.

8. Brown, C. V. and Jackson, P.M. (1990), *Public Sector Economics*. Oxford: Oxford University Press, 622 p.

9. Buchanan, J. M. (1970), *The Public Finances: An Introductory Textbook*. London, 492 p.

10. Goldstein, K. M. (1999), *Interest Groups, Lobbying and Participatign in America*. Cambridge University Press.

11. *Handbook of Public Economics* (2002) / By A. J. Auerbach & M. Feldstein. Amsterdam: North-Holland.

12. Wolpe, B. C. and Levine, B. J. (1996), *Lobbying Congress: How The System Works*. Washington: Congressional Quarterly Inc.

Стаття надійшла до редакції 25.05.2021 р.