

ВІСНИК ЦЕНТРУ®

Лобіювання – легітимний інструмент впливу на політику

В Україні лобіювання сприймають як нелегітимний процес: для нього досі не встановлено правил, а самий лобізм часто асоціюють з корупцією. Тимчасом відстоювання інтересів певних груп суспільства (бізнесменів, пенсіонерів, національних меншин) давно стало звичною практикою в багатьох розвинених країнах. Адже лобіювання є тим інструментом, який дає змогу різним групам інтересів долучатися до процесу ухвалення рішень і вироблення політики

Лобіювати означає впливати

Лобіювання – це процес впливу груп, які сформовано навколо спільних інтересів, на владу (уряд, парламент) для ухвалення певного нормативного правового акта або рішення.

У більшості демократичних країн цілі лобістської діяльності переважно економічні. Так, об'єктом лобіювання найчастіше виступають умови господарської діяльності: власність і право розпоряджатися нею, право на здійснення конкретної діяльності, податки, квоти, ліцензії, державне замовлення, бюджетні субвенції та ін.

У світі існують різні бачення того, хто може займатися лобістською діяльністю. Так, відповідно до законодавства США – це фізичні та юридичні особи. У Німеччині – тільки юридичні особи. У Росії (згідно з досі не ухваленим законопроектом) – тільки фізичні особи, які діють "від імені та в інтересах конкретних клієнтів".

Законодавче регулювання лобізму

Важливу роль відіграє правове регулювання інституту лобізму. Легалізація лобістської діяльності уможливує прозорі взаємини влади і бізнесу, аби виборці бачили, чий інтерес відстоює певний політик.

Аналіз світової практики виявляє, що зазвичай реалізуються дві основні стратегії в регулюванні лобістської діяльності.

Перша припускає врегулювання з допомогою кількох спеціальних нормативних правових актів окремих питань, пов'язаних з лобістською діяльністю. Наприклад, таких як: порядок реєстрації представників асоціацій, груп і об'єднань, які захищають

певні інтереси, при парламентах; межі та параметри взаємин лобістів і представників влади; порядок організації публічних слухань законопроектів. Такий варіант реалізовано в Італії, Німеччині, Франції.

Друга стратегія пов'язана з прагненням врегулювати лобістську діяльність в органах влади ухваленням відповідного закону (США, Канада та ін.).

Три технології лобіювання

Світовий досвід виявляє, що всю сукупність демократичних технологій лобіювання умовно можна поділити на три групи:

1. Технологія, яка передбачає своєрідний "обмін" голосування політика з важливого для групи питання на його "популярність", яка принесе йому перемогу на наступних виборах.
2. Діяльність, спрямована на переконання, зміну думок, а іноді й ціннісних установок осіб, які ухвалюють рішення.
3. Доступ до процесу ухвалення рішень через надання політикові допомоги в аналізі проблеми і підготовці потрібних для її вирішення документів (доповідей, законопроектів та ін.).

Реалізація першого підходу можлива тільки в тому разі, якщо до групи інтересів входить багато учасників і ці учасники добре організовані. Прикладом таких груп можуть бути профспілкові організації, окремі суспільні рухи та громадські організації, політичні партії, не представлені в парламенті.

Другий варіант є одним з найбільш демократичних і публічних, оскільки надає широкі можливості для участі в процесі

лобіювання представників різних груп інтересів. Утім, його реалізація потребує від груп інтересів чималих зусиль упродовж тривалого часу. Ця технологія, зокрема, передбачає підготовку і поширення серйозних досліджень з питань державної політики, організацію освітніх кампаній, публічні заходи за участі політиків, відомих експертів і представників груп інтересів.

Лобіювання як допомога

Останнім часом популярність завойовує третя технологія лобіювання. В її рамках лобізм розглядають як своєрідну допомогу, яку групи інтересів надають представникам законодавчої влади.

Такий лобізм передбачає обопільну вигоду, тому часто буває успішним. З одного боку, політик мінімізує витрати своїх зусиль і ресурсів. Адже він пропонує додаткові ресурси, які дають політикові змогу зробити більше в тій сфері, яку він вважає важливою.

З іншого боку – групи інтересів, допомагаючи політикові, отримують доступ до процесу ухвалення рішень і можливість вносити свої пропозиції з певних питань до проектів актів законодавства, які виходять від політика.

У рамках такої технології найуспішнішими лобістами зазвичай є неурядові громадські організації та аналітичні центри. Саме вони (на відміну від професійних лобістів) є фахівцями з конкретної проблеми, володіють шаблонами і стандартами, які дають змогу ефективно аналізувати проблему та якісно презентувати отримані результати і пропозиції. ■

Докладніше про лобіювання можна прочитати в публікації "Уроки демократії: світовий досвід для України".

За додатковою інформацією звертайтеся до експерта МЦПД Олександра Татаревського за телефоном (044) 484-4400 чи електронною поштою atatarevsky@icps.kiev.ua.