

ЛОББИРОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ТЕНЕВЫХ РЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

А.Г. Казарян, Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, kazarmani@mail.ru

УДК 330.161:339.19:332.6

Аннотация. Рассмотрено понятие лоббирования интересов, особенности его технологий, факторы, влияющие на развитие института лоббизма, а также выделены формы промотирования интересов. Исследовано понятие теневого лоббирования и проведен анализ коррупции как технологии продвижения своих идей. Проанализированы масштабы лоббизма в США и др. странах.

Ключевые слова: лоббизм; коррупция; законодательный акт; форма; технология; лоббист; субъект власти; организация; теневой лоббизм.

LOBBYING OF INTERESTS AS APPEARANCE OF SHADOW RENTAL RELATIONS

Arman Kazaran, Francisk Skorina Gomel State University.

Annotation. The concept of lobbying interests, the features of its technologies, the factors influencing on the development of the lobbying institution are reviewed, and the forms of promoting interests are highlighted. The concept of shadow lobbying is investigated and an analysis of corruption as a technology for promoting their ideas is carried out. The analysis of the scale of lobbyism in the United States is performed.

Keywords: lobbyism; corruption; legislative act; form; technology; lobbyist; subject of authority; organization; shadow lobbyism.

Введение

Современный этап социально-экономической жизни общества характеризуется развитием глобализационных и интеграционных процессов на мировом пространстве. Более тесное сотрудничество между странами, транснациональными организациями, а также индивидами, способствует прогрессу в создании новых и реализации имеющихся совместных программ. Прежде всего, налаживание непосредственных мирохозяйственных связей позволит достичь устойчивого экономического роста государств, предприятий, различных домохозяйств. Для достижения поставленной цели, представители социума могут прибегать к промотированною собственных интересов. Стоит подчеркнуть, что продвижение каких-либо целей может осуществляться как на межстрановом уровне, так и внутри одного государства, то есть между организациями и представителями властных структур. Другими словами, лоббирование интересов способствует повышению не только межгосударственных связей на различных уровнях, но и развития диалога между обществом и представителями власти.

Особенности, факторы и формы лоббирования интересов

Прежде всего следует определить, что такое лоббизм, поэтому рассмотрим несколько определений:

- право общества, его структур (политических партий, бизнеса, профсоюзов, общественных объединений и ассоциаций и др.) воздействовать на избранные властные структуры [1];

- действие заинтересованных членов общества по преодолению различных барьеров (законодательных, административных и др.) с целью продвижения своих собственных интересов путем воздействия на государственные органы, должностных лиц для достижения необходимого результата [2];
- «не просто артикуляция (представление) интересов тех или иных групп (социальных, политических, экономических) в структурах власти, а процесс приведения формальной власти в соответствие с властью фактической» [3];
- это продвижение интересов частных лиц, корпоративных структур в органах власти с целью добиться выгодного политического решения [4];
- представляет собой промотирование интересов представителей социума, различных общественных организаций, корпоративных структур, лоббистских фирм в различных ветвях власти, международных организациях, межстрановых объединениях для достижения поставленной цели и, следовательно, получения выгодного, с различных точек зрения, решения [5].

Анализ представленных определений позволяет сделать вывод о том, что лоббизм представляет собой процесс продвижения определенных идей и взглядов путем воздействия на управляющие структуры для достижения цели.

То есть, из представленного выше определения можно сделать вывод, что цель лоббирования интересов – получение выгоды, которая может быть представлена в виде льгот, получение средств из государственного бюджета, выигрыша в тендере и получение возможности осуществлять государственные заказы, подписание или отклонение законопроекта и так далее [6].

Процесс продвижения интересов происходит согласно определенной технологии, которую можно охарактеризовать по следующей формуле: «клиент – лоббист или лоббистская организация – субъект власти». Из этого следует, что в лоббистских отношениях существует несколько видов отношений:

- отношения между клиентом и организацией или физическим лицом – лоббистом;
- отношения лоббиста и представителей властных структур либо всего коллегиального государственного органа.

В данной формуле клиент – индивид, организация, фирма или другая хозяйствующая единица, которая пытается проимитировать собственные интересы во властных структурах. Клиентом могут быть: физические лица, различные группы давления, предприятия, организации, представительства, профсоюзы и др.

Лоббистом выступают физические лица, организации, фирмы, предприятия, группы лиц, которые своими действиями оказывают воздействующее влияние на властвующие структуры в целях реализации поставленной клиентом задачи.

Субъект власти – представители местных, государственных административных структур, государственный орган, индивиды, занимающие руководящие должности в своих ведомствах, имеющие право принятия решения, на который лоббист пытается оказать непосредственное воздействие [7].

На развитие института лоббизма в социуме оказывает влияние целый ряд факторов, среди которых можно выделить:

- отношения к лоббированию интересов со стороны общества и менталитет представителей социума;
- законодательная регламентация процессов лоббирования интересов в обществе;

- уровень развития «диалога» между властью и различными домохозяйствами;
- возможность выстроить долгосрочное лоббирование интересов со стороны лоббистов, что характерно для восточноазиатских стран и не характерно для европейских государств, где отдают предпочтение краткосрочному продвижению своих целей [8].

Говоря о классификации лоббистской деятельности, можно выделить лоббизм внутренний и внешний. Внутреннему лоббизму присуще влияние на представителей властных структур со стороны представителей иных ветвей власти, различных партий, депутатов парламента, членов правительства. В свою очередь внешний лоббизм представляет собой деятельность по промотированию каких-либо интересов извне, то есть не со стороны представителей властных структур (например, общественных объединений, организаций, предприятий, физических лиц и др.) [9].

Следует также подчеркнуть несколько основных форм лоббирования интересов:

- Социальный лоббизм. Представляет собой подготовку проектов, в том числе и законодательных, со стороны лоббистов в вопросах обеспечения здравоохранения или в социальной сфере. Одним из ярких примеров результатов деятельности в сфере социального лоббизма можно отметить принятие президентом США Б. Обамой реформы здравоохранения, направленной на обеспечение медицинским страхованием миллионов представителей социума, которые не имели финансовых возможностей оплатить свое лечение или услуги медицинского персонала.
- Этнический лоббизм – поддержка представителей одного этноса, национальности близким по родству представителям либо их предприятиям и организациям, что, согласно мнению специалистов, представляет собой эффективный способ достижения экономических, политических и иных положительных результатов. В государствах существуют различных организации, созданные с целью оказания любой поддержки одной диаспоре. Среди наиболее известных и значимых на постсоветском пространстве диаспор можно выделить армянскую, азербайджанскую, израильскую, российскую, украинскую и др. Касаемо этнического лобби, которое в большинстве случаев оказывает воздействие на развитие предприятий финансово-промышленной группы, то наивысшего уровня оно достигло в США. Развитие еврейского лобби в США привело в 1954 г. к образованию Американско-израильского комитета по общественным делам, который в настоящее время является влиятельнейшей для еврейской общины организацией. В свою очередь, становлению и укреплению армянского лобби в Америке способствовал действующий с начала 1916 года по инициативе американского адвоката с армянскими корнями В. Кардашяна, Американский Комитет в поддержку независимости Армении, в 1941 г. переименованный в Армянский национальный комитет Америки.
- Экономический лоббизм. Прежде всего данная форма лоббизма проявляется в возможности промотировать интересы организаций на внутренних, зарубежных и международных рынках сбыта. Стоит отметить, что деятельность экономических лоббистов может сопровождаться политическим лоббизмом и наоборот, то есть политический лоббизм может быть результатом экономического, а экономический – политического.

- Экологический лоббизм. В настоящее время эта форма лоббирования интересов – одна из самых перспективных ввиду активной борьбы с ухудшением качества жизни в больших городах. Например, в странах ЕС проблема развития двигателей внутреннего сгорания и выхлопов ведет к развитию электрокаров, что также поддерживается на законодательном уровне в виде пониженных налоговых ставок. Международные организации все чаще в своей политике упоминают факты переработки вторсырья и уменьшения загрязнения атмосферы, что позитивно сказывается на спросе на их продукцию [10].

Деятельность лоббистов регламентирована законодательными актами страны, то есть проводимые мероприятия в виде акций, пикетов, конференций не должны выходить за рамки закона. При активном промотировании своих интересов, сопровождающемся нарушением законодательства, имеет место теневой лоббизм. Наиболее распространенной формой проявления теневого лоббизма является коррупция (взяточничество, откаты и др.).

То есть, коррупция представляет собой теневую технологию лоббирования интересов. Дать характеристику коррупции не просто ввиду особенностей ее проявления в разных государствах. Так или иначе, использование занимаемого положения, имеющихся полномочий и использование административных ресурсов как средство получения выгоды представляет собой одно из общепринятых характеристик данной формы теневых рентных отношений [11].

Следует подчеркнуть, что некоторые специалисты склонны отождествлять понятия лоббизма и коррупции, что некорректно ввиду существования регламентированных различными законодательными актами технологий промотирования своих интересов (например, общественные акции, пикеты и др.).

Как уже говорилось выше, существуют определенные технологии лоббирования интересов. В цепочке «клиент – лоббист – субъект» для получения, например, государственных закупок клиентом и лоббистом могут использоваться такие элементы теневых рентных отношений как взятка или откат. В этом случае, продвижение своих интересов будет сопровождаться нарушением законодательства.

Таблица 1.

Страна	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Рейтинг в 2019 г.
Новая Зеландия	89	87	87	1
Дания	88	88	87	1
Финляндия	85	85	86	3
Швеция	84	85	85	4
Норвегия	85	84	84	7
Германия	81	80	80	9
Беларусь	44	44	45	66
Армения	35	35	42	77
Китай	41	39	41	80
Казахстан	31	31	34	113
Кыргызстан	29	29	30	126
Украина	30	32	30	126
Россия	29	28	28	137
Туркменистан	19	20	19	165
Сомали	9	10	9	180

В транзитивных странах наиболее остро стоит проблема развития коррупции, о чем свидетельствуют данные исследований международной организации *Transparency International*, которая каждый год анализирует государства по Индексу восприятия коррупции (табл. 1).

В своих исследованиях, опубликованных в начале 2020 г, специалисты *Transparency International* подчеркнули, что средний показатель Индекса восприятия коррупции равен 43 баллам, а большинство стран мира (более 60%) не набрали и 50 баллов, что свидетельствует о важности минимизации коррупционных правонарушений, в том числе и в сфере продвижения собственных интересов. Лидером по показателю выступает Новая Зеландия, а все скандинавские государства входят в первую четверку стран, наиболее эффективно борющихся с коррупцией. Что же касается стран-участниц ЕАЭС, то лучший рейтинг среди них имеет Республика Беларусь (45 баллов в 2019 г.). В то же время в Беларуси действует и постоянно совершенствуется открытая система государственных закупок. Их цель – минимизация коррупции и других технологий теневого лоббирования на данном рынке [12].

Еще один показатель позволяет дать оценку эффективности борьбы с коррупцией в государстве: *Control of Corruption* (входит в состав *The Worldwide Governance Indicators (WGI)*, который анализируется Всемирным Банком) представляет собой результат исследования различных компаний, в том числе по анализу общественного мнения, учебных заведений, Института европейского университета. Следствием проведенной работы выступает показатель от 0 до 100, где высокий результат свидетельствует о качественной антикоррупционной политике [13]. На рис. 1 представлен индекс *Control of Corruption* [14], согласно которому есть государства, получившие минимальный балл (Сомали) и максимальный (Финляндия).

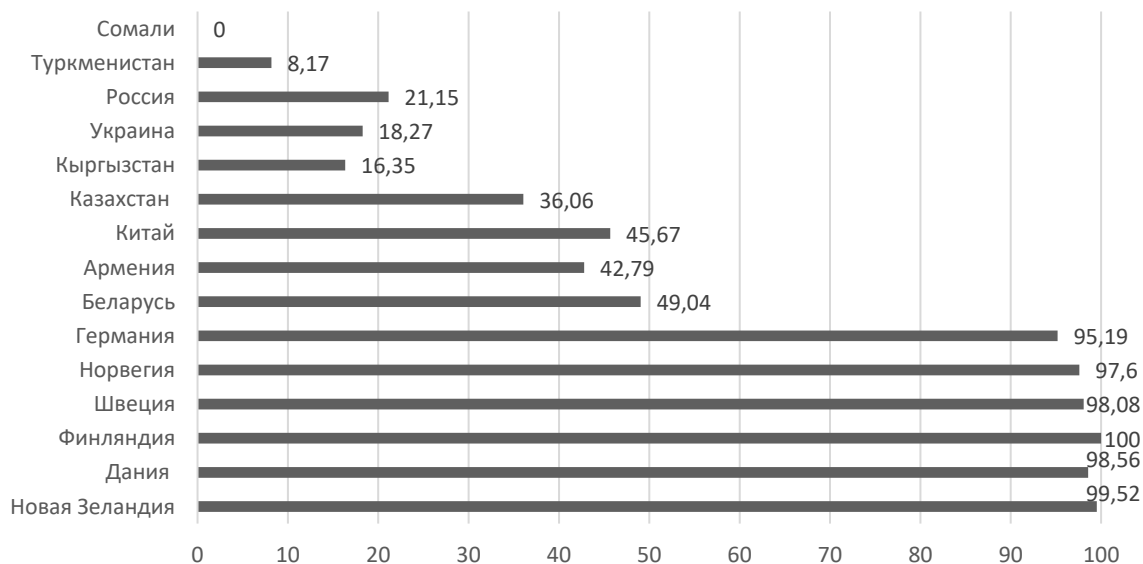


Рисунок 1

В целом, сопоставив *Control of Corruption* и Индекс восприятия коррупции можно сделать вывод об оценке эффективности борьбы с взяточничеством: наилучшие показатели имеют скандинавские и другие развитые страны, а развивающимся государствам (в том числе с транзитивной экономикой)

необходимо повысить качество и количество мер по предупреждению и борьбе с рентаориентированными экономическими отношениями. Следует отметить, что затраты на лоббирование интересов с помощью легальных технологий только в США на начало 2020 г. равны более 3,4 млрд долл. США. То есть, лоббисты потратили практически 3,5 млрд долл. США на промотирование интересов для достижение поставленных целей. Данный показатель на протяжении 10 лет превышает 3 млрд долл. США, а в сравнении с 1998 г. увеличился более чем в два раза [15], другими словами, наблюдается тенденция повышения расходов на лоббизм (рис. 2).

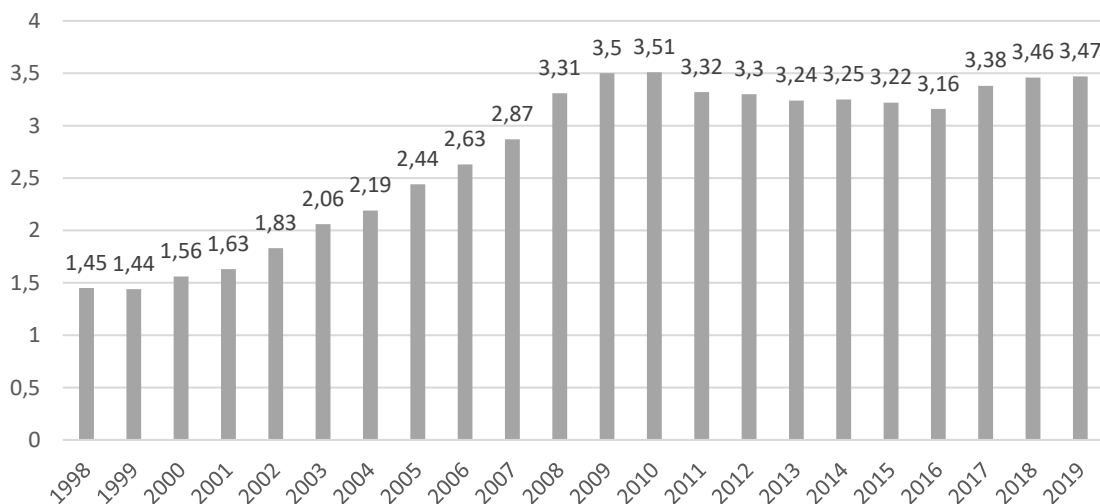


Рисунок 2

Минимизация теневого лоббизма и дальнейшее развитие института лоббирования интересов при помощи разрешенных законом технологий возможна при условии разработки и совершенствования нормативно-правовой базы деятельности лоббистов, которая будет направлена на развитие «диалога» между обществом и властными структурами.

Заключение

Таким образом, лоббизм представляет собой продвижение интересов в целях получения выгоды. Все технологии промотирования интересов строятся по формуле «клиент – лоббист – субъект власти» и в некоторых случаях сопровождаются коррупционными правонарушениями. Согласно исследованиям *Transparency International*, страны постсоветского пространства, несмотря на совершенствование антикоррупционной политики, входят в перечень государств с развитой проблемой коррупции, которая в определенных ситуациях представляет собой форму теневого лоббизма. Основной для дальнейшего развития лоббирования интересов в обществе является разработка и развитие имеющейся законодательной базы в сфере промотирования интересов в целях предотвращения отождествления лоббизма и коррупции в некоторых государствах.

Литература

1. Толстых П.А. Практика лоббизма в Государственной Думе ФС РФ: структура, технологии, перспективы легитимизации: Автореф. – М., 2006. – 26 с.
2. Захаров А.В., Зелепукин Р.В. Правовое регулирование лоббистской деятельности, ее средств, методов и технологий // Социально-экономические явления и процессы, 2011. – № 8. – С. 188-192.

3. Лепехин В.А. Лоббизм в России и проблемы его правового регулирования // Полис. Политические исследования, 1998. – № 4. – С. 119-121.
4. Сморгун Л.В., Тимофеева Л.Н. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. – 407 с.
5. Кучеренко А.В. О легализации лоббизма в современной России // Тренды и управление, 2017. – № 1. – С. 113-121.
6. Зарипов А.В. Лоббизм в Российской Федерации // Всероссийский журнал научных публикаций, 2011. – № 9 (10). – С. 71-72.
7. Киселев К.В. Лоббизм: технологические аспекты деятельности // Дискурс-Пи, 2003. – № 3 (1). – С. 139-142.
8. Мордовцев А.Ю., Коженко Я.В., Яценко О.В. Институциональная природа лоббизма в контексте современной модели государственной власти // Философия права, 2007. – № 3. – С. 90-95.
9. Ибодуллоев А.Р. Особенность лоббизма в политической системе // Международный научно-исследовательский журнал, 2016. – № 1 (43). – С. 97-99.
10. Арутюнян А.С. Современный лоббизм: формы, методы, проявления // Социологические исследования, 2014. – № 6. – С. 60-68.
11. https://transparency.org.ru/research/v-rossii/vzglyad-ekspertov-nko-na-problemu-korruptsii.html?sphrase_id=57117 (дата обращения – февраль 2020).
12. <https://www.transparency.org/cpi2019> (дата обращения – февраль 2020).
13. Коваленко А.И. Индикатор GRICS как инструмент межстранового сравнения эффективности государственного управления // Национальная и региональная экономика: проблемы и перспективы: сборник научных статей молодых ученых II заочной конференции, 2015. – С. 139-144.
14. URL <https://info.worldbank.org/governance/wgi/> (дата обращения – апрель 2020).
15. URL <https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/summary> (дата обращения – февраль 2020).