

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ЛУБІНЕЦЬ Дмитро Валерійович

УДК 328.184(043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ЛОБІЗМ У ПОЛІТИЧНІЙ СИСТЕМІ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ДЛЯ
УКРАЇНИ**

Спеціальність 052 Політологія

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Д.В. Лубінець

Науковий керівник:

БАЛАБАНОВ Костянтин

Васильович,

член-кореспондент НАПН України,

доктор політичних наук, професор,

Заслужений працівник освіти України

Маріуполь – 2020

АНОТАЦІЯ

Лубінець Д.В. Лобізм у політичній системі: закордонний досвід для України. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 052 – Політологія. – Маріупольський державний університет, Маріуполь, 2020.

Дисертацію присвячено дослідженню лобізму як елемента політичної системи, в якій він виступає як політичний інститут та процес. Робота містить аналіз закордонного досвіду становлення та функціонування лобізму в країнах Північної Америки та Європейського Союзу, досліджує його особливості в Україні та на цій основі пропонує науково-практичні рекомендації щодо його інституціоналізації.

У вступі дисертації встановлено актуальність теми дослідження, визначено мету та задачі, наукову новизну та практичне значення результатів, представлено інформацію про їх апробацію. Наукова новизна дисертаційного дослідження обумовлена комплексом поставлених дослідницьких завдань. Робота спрямована на обґрунтування можливості використання закордонного досвіду функціонування інституту лобізму в політичній системі України та виявлення особливостей процесу законотворчості щодо його імплементації. У процесі дослідження отримано результати, що свідчать про особистий внесок автора в дослідження проблеми і характеризують новизну роботи:

вперше:

на основі комплексного аналізу досвіду становлення та розвитку закордонного лобізму в рамках нових концептів його дослідження визначено ступінь можливості його імплементації в реаліях українського політичного життя, сформульовано рекомендації, реалізація яких дозволить більш

ефективно використати цей досвід у процесі інституціоналізації лобізму в Україні;

удосконалено:

теоретичні засади дослідження лобізму, запропоновано авторську систему його типологізації;

результати аналізу закордонного досвіду становлення та функціонування лобізму шляхом визначення сучасних провідних моделей його регламентації (американської та континентальної), їх відмінностей, виявлення процесу трансформації цих моделей, що має яскраво виражену тенденцію їх зближення при домінуванні характеристик американської моделі;

методику визначення специфіки українського лобізму шляхом визначення кореляційних зв'язків між його конкретними проявами та відомими в закордонній практиці моделями, типами і формами лобі-діяльності;

отримало подальший розвиток:

понятійно-категоріальний апарат дослідження лобізму на основі аналізу новітніх концептуальних підходів до цього явища, визначення понять, що мають дискусійний характер;

дослідження наднаціонального рівня функціонування лобізму на прикладі Європейського Союзу, його правових засад та особливостей лобістської практики;

визначення перспективних шляхів розвитку вітчизняного лобізму у напрямку набуття ним прозорих і демократичних форм через обґрунтування доцільності застосування закордонного досвіду.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх подальшого використання з навчальною, науковою та прикладною метою. Дисертаційне дослідження створює базу для подальшого аналізу лобізму, проблем інституціоналізації лобізму, процесу його трансформації як

політичного інституту, його ролі як інструмента зниження корупційних ризиків тощо.

Фактичний матеріал та отримані результати можуть бути використані в процесі викладання навчальних дисциплін соціально-політичного спрямування, зокрема для студентів спеціальностей «Політологія», «Міжнародні відносини, суспільні комунікації, регіональні студії», «Міжнародний бізнес», «Правознавство» тощо.

Основні положення, висновки та рекомендації дослідження можуть бути враховані в процесі становлення лобізму в Україні, розробки правових засад його регламентації.

У першому розділі «Теоретико-методологічні аспекти аналізу лобізму» розглянуто основні категорії дослідження, визначено стан наукової розробки теми, охарактеризовано основні джерела дослідження роботи, аргументовано використання необхідної методології.

У підрозділі 1.1. «Категоріально-понятійні засади дослідження лобізму» систематизовано концептуальні підходи до визначення лобізму, запропоновано їх класифікацію; встановлено понятійний апарат, пов'язаний із дослідженням цього феномену; визначено основні структурні елементи лобізму, серед яких суб'єкт (лобіст, група інтересів, група тиску), об'єкт, предмет, методи та технологія лобіювання, розглянуто основні моделі взаємодії суб'єкта та об'єкта (плюралістична та корпоративна); проаналізовано підходи до типології лобізму; виокремлено його функції та надано співвідношення понять «лобізм» та «корупція», представлено аналіз його оцінок, що сьогодні існують в науковому просторі. На основі цього встановлено, що проблема лобізму є однією із найбільш складних у сучасній політичній науці, що обумовлено неоднозначністю власне самого феномену, нарівні з економічним, юридичним, соціологічним, політологічним, психологічним підходами, які міцно утвердилися при аналізі лобізму, сьогодні все більше дослідників прагне до його осмислення в контексті

теорій та підходів, що розробляються в рамках комунікативних технологій та комунікативного менеджменту.

У підрозділі 1.2. «Ступінь наукової розробки, джерела та методи дослідження» на основі вивчення вітчизняної та зарубіжної наукової літератури, присвяченої лобізму, було систематизовано основні теоретичні концепції, проаналізовано джерелознавчу та методологічну бази дослідження лобізму.

У другому розділі «Особливості функціонування лобізму в державах Заходу» досліджено генезис політико-правових засад регулювання лобізму закордоном, зокрема в державах зі сталими демократичними традиціями, серед яких США, Канада, окремі країни Європи, проаналізовано його становлення та функціонування і на наднаціональному рівні в рамках Європейського Союзу.

У підрозділі 2.1. «Політико-правові засади лобістської діяльності в країнах Північної Америки» визначено відмінні риси двох провідних моделей регулювання лобізму: американської (англосаксонської) та континентальної (європейської), при цьому відзначено, що, незважаючи на фундаментальні відмінності, існує тенденція до зближення між ними: у деяких країнах з європейським типом регулювання вводяться системи реєстрації лобістів, збільшення значущості транснаціональних компаній, зорієнтованих здебільшого на плюралістичний підхід до побудови політико-економічних відносин, змушує замислюватися над встановленням у традиційно корпоративістських країнах повноцінного лобістського законодавства американського зразка, у свою чергу, не виключаються і сценарії посилення ролі корпоративістських механізмів у країнах з американською моделлю правового регулювання лобізму.

Для встановлення основних тенденцій функціонування лобізму за американською моделлю правового регулювання проведено комплексний аналіз лобістської діяльності в США та Канаді, які є першими країнами, що визначили лобізм на законодавчому рівні, встановлено основні риси лобізму

в цих державах, його обсяги, структурні характеристики, основні сфери представництва інтересів, провідні методи та технології здійснення впливу на посадовців.

Підрозділ 2.2. «Лобіювання в Європейському Союзі: наднаціональний рівень та національні моделі правового регулювання» присвячений дослідженню основних передумов та особливостей становлення лобізму в рамках Європейського Союзу, де розробка правових засад для лобіювання стала першою спробою врегулювати цю діяльність на наднаціональному рівні, виокремлено правові засади для лобіювання в ЄС, досліджено лобістську практику, на підставі правового регламентування лобізму представлено класифікацію країн-членів ЄС, проаналізовано його засади в окремих державах (у Великобританії, Франції, Німеччині, Австрії, Ірландії, Польщі, Литві, Словенії, Угорщині), зазначено, що несвоєчасне технічне перенесення запозиченої американської моделі регулювання не усуне корупційні прояви.

На основі аналізу американського та європейського досвіду функціонування лобізму визначено, що класичне віднесення моделей регулювання лобіювання в Європі до континентальної не є актуальним на сучасному етапі, усе більше країн останнім часом надають перевагу більш жорстким вимогам до лобістів, характерним для американської моделі, що пояснюється суспільним запитом щодо підвищення транспарентності процесу ухвалення управлінських рішень.

У третьому розділі «Становлення лобізму як політичного інституту в Україні» досліджено процес інституціоналізації лобізму як елемента політичної системи в Україні, для цього простежено динаміку розвитку законодавчих ініціатив з регулювання лобізму з виокремленням їх основних етапів, досліджено особливості українського лобізму шляхом визначення кореляційних зв'язків між його конкретними проявами та моделями, типами і формами лобі-діяльності.

У підрозділі 3.1. «Динаміка розвитку законодавчих ініціатив з унормування лобізму в Україні» обґрунтовано, що ухвалення закону про лобістську діяльність в Україні є нагальною політичною і суспільною потребою. Встановлено загальні моменти в розглянутих проєктах закону щодо регулювання лобізму (прагнення вивести ринок лобістських послуг з тіні з реєстрацією суб'єктів лобізму, звітністю та оподаткуванням, зменшити корупційну складову лобістської діяльності, обмеження кола об'єктів лобіювання Верховною Радою, відсутність регулювання лобіювання на локальному рівні).

Проведений аналіз законодавчих ініціатив у поєднанні з дослідженням закордонним досвідом дозволив запропонувати рекомендації щодо можливого впровадження у законотворчий процес: відмова від жорсткого прив'язування офіційного лобізму до єдиної можливої підприємницької діяльності; правове визначення лобізму як діяльності, яка здійснюється з метою впливу на об'єкт лобіювання методами, не забороненими законодавством; впровадження певних стимулів для виходу лобізму з «сірої зони» (автоматична акредитація зареєстрованих лобістів при органах влади, оприлюднення реєстру лобістів тощо); обов'язкова реєстрація лобістів; підвищення прозорості лобістської діяльності (оприлюднення інформації щодо надання лобістських послуг, їх замовників, предмету, методів здійснення впливу); обов'язок органів державної влади та місцевого самоврядування (їх посадових осіб) на постійній основі розглядати матеріали, представлені лобістами (експертні висновки, аналітичні довідки, пропозиції тощо); запрошувати лобістів на засідання комітетів та комісій; законодавче визначення лобістів (фізичних та юридичних осіб) як платників податків; паралельне впровадження антикорупційного законодавства.

У підрозділі 3.2. «Типологія українського лобізму» визначено, що український лобізм як явище суспільно-політичного життя доволі складно піддається чіткій типологізації. Відсутність правового регулювання і відсутність у значної кількості випадків проміжної посередницької ланки

зумовлюють наближення українського лобізму до континентальної (європейської) моделі, превалювання внутрішнього (вмонтованого) лобізму над зовнішнім, широка розповсюдженість «тіньових» схем лобіювання, відсутність фіксації (реєстрації) лобістів, наявність корупційної складової у лобі-діяльності дозволяє багатьом дослідникам визначати лобізм в Україні як «нецивілізований», зумовлений олігархічною системою влади та великого бізнесу. Водночас, не можна ігнорувати існування в Україні відкритого, публічного лобіювання, яке більш розповсюджене у випадках зовнішнього лобізму, де суб'єктами виступають або GR-компанії, або галузеві асоціації, або структури громадянського суспільства.

Дослідження закордонного досвіду становлення, регулювання та тенденцій функціонування лобізму, а також вивчення сучасних умов та особливостей лобіювання в Україні, дозволили виділити наступні рекомендовані кроки в процесі становлення українського лобізму: 1) проведення просвітницької діяльності, спрямованої на роз'яснення сутності цього поняття, його значення в процесі протидії корупції та підвищення прозорості політичного процесу із залученням неурядових організацій різного спрямування; 2) ухвалення закону за прикладом американської моделі вбачається необхідною умовою його інституціоналізації; доцільним є внесення до українського законодавства таких елементів американської моделі, як реєстрація та звітність лобістів, що забезпечує більш жорсткий та прозорий контроль за лобістськими контактами, дозволяє попередити відхід від правових норм; 3) посилення громадського контролю за лобіюванням може дозволити запозичення із континентальної моделі інструментів контролю за посадовими особами, зокрема створення кодексів поведінки посадовців та лобістів; 4) виходу українського лобіювання «з тіні» сприятиме робота з потенційними лобістами, розширення сектору з надання професійних лобістських послуг, виокремлення якого вже спостерігається в Україні; проведення тренінгів та семінарів з новітніх провідних методів лобіювання із залученням

досвідчених лекторів, підготовка кваліфікованих GR-спеціалістів у закладах вищої освіти в довгостроковій перспективі сприятиме підвищенню його прозорості; 5) інституціоналізація лобювання, підвищення ефективності саме прозорих його методів вимагає також паралельного впровадження та реалізації комплексного антикорупційного законодавства.

Ключові слова: лобізм, лобювання, групи інтересів, government relations, політична система, англосаксонська та континентальна моделі регулювання лобізму, реєстр лобістів, кодекс поведінки лобістів, Північна Америка, Європейський Союз.

ABSTRACT

Lubinets D. V. Lobbyism in the political system: foreign experience for Ukraine. – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Dissertation for a Candidate degree in Political Sciences (doctor of philosophy) in specialty 052 – Political science. – Mariupol State University, Mariupol, 2020.

The dissertation is devoted to the study of lobbyism as an element of the political system in which it acts as a political institution and process. The work contains an analysis of foreign experience in the formation and functioning of lobbyism in North America and the European Union, explores its features in Ukraine and on this basis offers scientific and practical recommendations for its institutionalization.

The introduction of the dissertation establishes the relevance of the research topic, defines the purpose and objectives, scientific novelty and practical significance of the results, provides the information about its testing. The scientific novelty of the dissertation research is due to a set of research tasks. The work is aimed at substantiating the possibility of using foreign experience of the institution of lobbyism in the political system of Ukraine and identifying the peculiarities of the law-making process for its implementation. In the course of research the following results which testify to personal contribution of the author to research of a problem and characterize the novelty of the thesis are received:

for the first time:

based on a comprehensive analysis of the experience of formation and development of foreign lobbyism within the framework of new concepts of its research, the degree of its implementation in the realities of Ukrainian political life is determined, recommendations are formulated, the implementation of which will allow more effective use of lobbyism in Ukraine;

improved:

theoretical principles of lobbyism research, the author's system of its typology is offered;

the results of the analysis of foreign experience in the formation and functioning of lobbyism by identifying modern leading models of its regulation (American and continental), their differences, identifying the process of transformation of these models, which has a pronounced tendency to converge with the dominance of the characteristics of the American model;

methods of determining the specifics of Ukrainian lobbyism by determining the correlations between its specific manifestations and known in foreign practice models, types and forms of lobbyism;

developed further:

conceptual and categorical apparatus of lobbyism research on the basis of the analysis of the newest conceptual approaches to this phenomenon, definition of the concepts having debatable character;

research of the supranational level of functioning of lobbyism on the example of the European Union, its legal bases and features of lobbying practice;

determination of perspective ways of development of domestic lobbyism in the direction of its acquisition of transparent and democratic forms through substantiation of expediency of application of foreign experience.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of their further use for educational, scientific and applied purposes. The dissertation research creates a basis for further analysis of lobbyism, problems of institutionalization of lobbyism, the process of its transformation as a political institution, its role as a tool to reduce corruption risks and more.

The actual material and the obtained results can be used in the process of teaching social and political disciplines, in particular, for students majoring in "Political Science", "International Relations, Public Communications, Regional Studies", "International Business", "Law" and more.

The main provisions, conclusions and recommendations of the study can be taken into account in the process of formation of lobbyism in Ukraine, the development of legal bases for its regulation.

In the first section "Theoretical and methodological aspects of lobbyism analysis" the main categories of research are considered, the state of scientific development of the topic is determined, the main sources of research are characterized, the use of the necessary methodology is argued.

In subsection 1.1. "Categorical and conceptual principles of lobbyism research" conceptual approaches to the definition of lobbyism are systematized, their classification is proposed; the conceptual apparatus connected with research of this phenomenon is established; the main structural elements of lobbyism are identified, including the subject (lobbyist, interest group, pressure group), object, subject, methods and technology of lobbyism are defined, the main models of interaction between the subject and the object (pluralistic and corporate) are considered; approaches to the typology of lobbyism are analyzed; its functions are singled out and the ratio of the concepts of "lobbyism" and "corruption" is given, the analysis of its assessments that exist in the scientific space today is presented. On this basis, it is established that the problem of lobbyism is one of the most complex in modern political science, due to the ambiguity of this phenomenon, along with economic, legal, sociological, politological, psychological approaches, which are firmly established in the analysis of lobbyism, today, an increasing number of researchers seek to understand it in the context of theories and approaches developed within the framework of communication technologies and communication management.

In subsection 1.2. "The degree of scientific development, sources and methods of research" based on the study of domestic and foreign historiography of lobbyism research was systematized the basic theoretical concepts, the source and methodological basis of lobbyism research was analyzed.

The second section "Peculiarities of the functioning of lobbyism in Western countries" examines the genesis of political and legal principles of lobbyism

abroad, in particular in countries with stable democratic traditions, including the United States, Canada, some European countries, its formation and functioning at the supranational level within the European Union are analyzed.

In subsection 2.1. "Political and legal principles of lobbyism in North America" the distinctive features of the two leading models of lobbyism regulation, such as: American (Anglo-Saxon) and continental (European) is identified, noting that despite the fundamental differences, there is a tendency to converge: countries with a European type of regulation introduce systems for registration of lobbyists, increasing the importance of multinational companies, focused mainly on a pluralistic approach to building political and economic relations, makes one think about the establishment of a fully American-style lobbying legislation in traditionally corporatist countries, in turn, scenarios of strengthening the role of corporatist mechanisms in countries with an American model of legal regulation of lobbyism are not excluded.

To establish the main trends in the functioning of lobbyism on the American model of legal regulation, a comprehensive analysis of lobbyism in the US and Canada was conducted, which are the first countries to define lobbyism at the legislative level, identified the main features of lobbying in these countries, its scope, structural characteristics, main areas of representation interests, leading methods and technologies of influencing the officials.

Subsection 2.2. "Lobbying in the European Union: supranational level and national models of legal regulation" is devoted to the study of the basic preconditions and features of lobbyism within the European Union, where the development of legal framework for lobbying was the first attempt to regulate this activity at the supranational level, the legal bases for lobbying in the EU are singled out, lobbying practice is investigated, on the basis of legal regulation of lobbyism the classification of EU member states is presented, its principles in some countries, such as Great Britain, France, Germany, Austria, Ireland, Poland, Lithuania, Slovenia, Hungary is analyzed, it was noted that untimely technical

transfer of the borrowed American model of regulation will not eliminate corruption.

Based on the analysis of American and European experience of lobbyism, it is determined that the classical classification of lobbying models in Europe to the continental is not relevant at the present stage, in recent years more and more countries prefer more stringent requirements for lobbyists, typical of the American model, due to public demand for greater transparency in the management of the decision-making process.

The third section "Formation of lobbyism as a political institution in Ukraine" examines the process of institutionalization of lobbyism as an element of the political system in Ukraine, traces the dynamics of legislative initiatives to regulate lobbyism with their main stages, the peculiarities of Ukrainian lobbyism are studied by determining the correlations between its specific manifestations and models, types and forms of lobbyism.

In subsection 3.1. "Dynamics of development of legislative initiatives to standardize lobbyism in Ukraine" substantiates that the adoption of a law on lobbyism in Ukraine is an urgent political and social need. The general points in the considered draft laws on lobbyism regulation are established (the desire to bring the market of lobbying services out of the shadows with registration of lobbyism entities, reporting and taxation, to reduce corruption of lobbying activities, limiting the scope of lobbying by the Verkhovna Rada, the lack of lobbying regulation at the local level).

The analysis of legislative initiatives in combination with the studied foreign experience allowed to offer the recommendations on possible implementation in the legislative process: refusal to rigidly tie the official lobbyism to the only possible business activity; the legal definition of lobbyism as an activity carried out in order to influence the object of lobbying by the methods not prohibited by law; the introduction of certain incentives for lobbyism to leave the "gray zone" (automatic accreditation of registered lobbyists with the authorities, publication of a register of lobbyists, etc.); mandatory registration of lobbyists; increasing the

transparency of lobbying activities (disclosure of the information on the provision of lobbying services, their customers, subject, methods of influence); the duty of public authorities and local governments (their officials) to review materials submitted by the lobbyists on an ongoing basis (expert opinions, analytical reports, proposals, etc.); invite lobbyists to committee and commission meetings; the legislative definition of the lobbyists (individuals and legal entities) as taxpayers; parallel implementation of anti-corruption legislation.

The subsection 3.2. "Typology of Ukrainian lobbyism" defines that the Ukrainian lobbyism as a phenomenon of social and political life is quite difficult to clearly typologize. The lack of legal regulation and absence in a significant number of cases of intermediate intermediary link determine the approximation of the Ukrainian lobbyism to the continental (European) model, the prevalence of internal (built-in) lobbyism over external, widespread "shadow" lobbying schemes, the lack of fixation (register) of lobbyists, the presence of a corruption component in lobbying allows a significant number of researchers to define lobbyism in Ukraine as "uncivilized" due to the oligarchic system of government and big business. At the same time, one cannot ignore the existence of open, public lobbying in Ukraine, which is more common in cases of external lobbyism, where the subjects are either GR companies, or industry associations, or civil society structures.

Research of foreign experience in the formation, regulation and trends of lobbyism, as well as the study of modern conditions and features of lobbying in Ukraine, allowed to identify the following recommended steps in the formation of the Ukrainian lobbyism: 1) conducting educational activities aimed at clarifying the essence of this concept, its importance in the process of combating corruption and increasing the transparency of the political process with the involvement of non-governmental organizations in various fields; 2) the adoption of the law on the example of the American model is seen as a necessary condition for its institutionalization; it is expedient to introduce into Ukrainian legislation such borrowings from the American model as registration and reporting of the lobbyists, which provides stricter and more transparent control over lobbying contacts, allows

to prevent deviations from the law; 3) strengthening public control over lobbying may allow borrowing from the continental model of the tools to control officials, in particular the creation of codes of conduct for officials and lobbyists; 4) the way out of the Ukrainian lobbying "out of the shadows" will be facilitated by work with potential lobbyists, expansion of the sector for the provision of professional lobbying services, the separation of which is already observed in Ukraine; conducting trainings and seminars on the latest leading methods of lobbying with the involvement of experienced lecturers, training of qualified GR-specialists in higher education institutions in the long-term perspective will help to increase its transparency; 5) institutionalization of lobbying, increasing the effectiveness of its transparent methods also requires the parallel implementation and enforcement of comprehensive anti-corruption legislation.

Key words: lobbyism, lobbying, interest groups, government relations, political system, Anglo-Saxon and continental models of lobbyism regulation, register of lobbyists, code of conduct for lobbyists, North America, the European Union.

Список публікацій здобувача за темою дисертації

Наукові праці,

в яких опубліковано основні наукові результати дисертації:

1. Лубінець Д. В. Англосаксонська та континентальна моделі регулювання лобізму: порівняльний аналіз. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Історія. Політологія.* 2018. Вип. 21. С. 190–196.
2. Лубінець Д. В. Теоретичні підходи до поняття лобіювання та його типології. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Історія. Політологія.* 2018. Вип. 22–23. С. 226–235.
3. Лубінець Д. В. Проблема лобізму в українській історіографії. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія.* 2019. Вип. 26. С. 150–164.
4. Лубінець Д. В. До питання про типологію українського лобізму. *Політикус.* 2019. Вип. 4. С. 34–40.
5. Лубінець Д. В., Трофименко А. В. Основні тенденції становлення та функціонування лобіювання в США. *Історико-політичні проблеми сучасного світу* : зб. наук. ст. 2019. Вип. 39. С. 156–163.
6. Lubinets D., Trofymenko A. Lobbying in the European Union: Supranational Level of Legal Regulation and Functioning. *Evropský politický a právní diskurz. No. 1 (February).* 2020. P. 45–52.

Наукові праці,

які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Лубінець Д. В. Типологія лобізму в сучасній політичній літературі. *Тенденції розвитку сучасної системи міжнародних відносин та світового політичного процесу* : зб. матеріалів VIII Всеукр. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 25 трав. 2018 р. Маріуполь : МДУ, 2018. С. 171–175.
8. Лубінець Д. В. Суб'єктна детермінація лобістської діяльності в Європейському Союзі. *Особливості інтеграції країн у світовий економічний*

та політико-правовий простір : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 7 груд. 2018 р. Маріуполь : МДУ, 2018. С. 5–7.

9. Лубинец Д.В. К вопросу о законодательном урегулировании лоббизма в Украине // «Perspectivele și Problemele Integrării în Spațiul European al Cercetării și Educației», conferință științifică internațională. Кагул (Республика Молдова), 2018. С. 56–60.

10. Лубінець Д. В. Лобіювання в демократичному суспільстві (на прикладі Великобританії). *Тенденції розвитку сучасної системи міжнародних відносин та світового політичного процесу* : зб. матеріалів ІХ всеукр. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 24 трав. 2019 р. Маріуполь : МДУ, 2019. С. 106–110.

11. Лубінець Д. В. Французька модель регулювання лобістської діяльності. *Україна у світовому історичному просторі* : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 26 квіт. 2019 р. Маріуполь : МДУ, 2019. С. 113–116.

12. Лубінець Д. В. Правове регулювання лобістської діяльності в Європейському Союзі. *Правова доктрина: міжнародний досвід та практична реалізація в Україні* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 22 трав. 2019 р. С. 135–138.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні аспекти аналізу лобізму.....	10
1.1. Категоріально-понятійні засади дослідження лобізму.....	10
1.2. Ступінь наукової розробки, джерела та методи дослідження....	43
Висновки до Розділу 1.....	70
РОЗДІЛ 2. Особливості функціонування лобізму в державах Заходу...	73
2.1. Політико-правові засади лобістської діяльності в країнах Північної Америки.....	74
2.2. Лобіювання в Європейському Союзі: наднаціональний рівень та національні моделі правового регулювання.....	96
Висновки до Розділу 2.....	133
РОЗДІЛ 3. Становлення лобізму як політичного інституту в Україні	137
3.1. Динаміка розвитку законодавчих ініціатив з унормування лобізму в Україні.....	137
3.2. Типологія українського лобізму.....	152
Висновки до Розділу 3.....	177
ВИСНОВКИ.....	181
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	188
ДОДАТКИ.....	217

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Україна сьогодні переживає один із найбільш складних періодів своєї історії як незалежної держави. Узявши курс на євроатлантичну інтеграцію, країна вступила на шлях кардинальної модернізації усіх сфер життя, у тому числі і своєї політичної системи, метою якої є подальше поглиблення розвитку демократичних процесів, спрямованих на формування громадянського суспільства. Виступаючи країною перехідного типу, що протистоїть російській агресії, веде розв'язану нею гібридну війну, Україна вкрай потребує використання закордонного досвіду для досягнення цілей політичної та економічної модернізації.

Однією із актуальних проблем, без рішення якої успішний процес демократизації в Україні не можливий, – є необхідність боротьби із корупцією, масштаби якої дозволяють експертам говорити про Україну як одну з найбільш корумпованих країн світу. Закордонний досвід свідчить про те, що одним із ефективних інструментів боротьби із нею є цивілізований лобізм. Лобізм сьогодні як у теорії, так і на практиці розглядається як необхідний інститут демократичного суспільства, за допомогою якого суспільство може впливати на рішення, що приймаються органами державної влади всіх рівнів. Феномен лобізму сьогодні є широко розповсюдженим явищем у різних країнах світу, де його розглядають як невід'ємний атрибут розвитку демократії, своєрідний архетип технології тиску на владу, участь у прийнятті нею рішень представників усіх соціальних верств та професійних категорій сучасного плюралістичного демократичного суспільства.

У цьому контексті вивчення закордонного досвіду, що пов'язаний із процесом його становлення, умовами, формами, моделями його функціонування, характером його імплементації в політичній системі

держави, технологіями його реалізації, на сучасному етапі є як ніколи актуальним.

Актуальність обумовлена також тим, що ця проблема не знайшла достатньо глибокого відображення в літературі. Якщо в цілому коло досліджень лобізму в Україні достатньо широке та представлене як монографіями, дисертаційними дослідженнями, так і значною кількістю статей, серед яких необхідно виокремити праці Д. Базилевича, Ю. Зущика, В. Нестеровича, В. Сумської, В. Філіповського, О. Чувардинського, то спектр досліджень із проблеми використання досвіду не настільки широкий. Так, аналіз можливості використання закордонного досвіду відносно української дійсності відображено в роботах Л. Герасіна, А. Гончарової, М. Недюха, Д. Похіло, Є. Тихомирова, А. Трофименко, В. Федоренко.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація підготовлена в рамках комплексної науково-дослідної теми «Трансформація політичних систем країн світу в умовах глобалізації» (номер державної реєстрації 0119U001313), що розробляється на кафедрі міжнародних відносин та зовнішньої політики Маріупольського державного університету. Внесок автора в розробку зазначеної теми полягає в комплексному аналізі моделей регулювання лобізму в сучасних політичних системах країн світу, визначенні тенденцій їх трансформації.

Мета та завдання дослідження. Метою роботи є теоретичне обґрунтування застосування закордонного досвіду функціонування лобізму в процесі його інституціоналізації в Україні.

Відповідно до мети дослідження поставлено наступні завдання:

- систематизувати існуючі концептуальні підходи до вивчення лобізму як елементу політичної системи та його понятійно-категорійного апарату;
- розкрити сучасний стан рівня наукової розробки проблеми та надати характеристику джерельної бази дослідження;

- класифікувати та порівняти сучасні моделі правової регламентації лобізму;
- визначити сутність американської моделі регулювання лобізму, її основні риси на основі дослідження тенденцій становлення та функціонування лобізму в країнах Північної Америки;
- виокремити особливості функціонування інституту лобізму в країнах Європи, як в окремих державах, так і на наднаціональному рівні в рамках Європейського Союзу;
- простежити динаміку розвитку законодавчих ініціатив з регулювання лобізму в Україні;
- виявити особливості українського лобізму;
- розробити практичні рекомендації для України на основі закордонного досвіду.

Об'єктом дисертаційного дослідження виступає лобізм як елемент політичної системи.

Предметом – закордонний досвід інституціоналізації та функціонування лобізму, можливість його використання в Україні.

Методи дослідження. Методологію дослідження визначає його міждисциплінарний характер, що обумовлює використання методології та методів низки інших дисциплін – це методи політичного аналізу, права, економіки, менеджменту, соціології тощо. Використовуючи ті чи інші методи дослідження, необхідно також досліджувати особливості процесу трансформації політичної системи та особливості політичного процесу в Україні. Разом з тим, аналіз зазначеного предмету дослідження в межах розв'язання поставлених завдань безпосередньо ґрунтується на застосуванні принципів та методів окремих галузей політологічної науки: проблеми формальної та неформальної взаємодії політичних інститутів та груп, аналіз структури та діяльності суб'єктів політики, взаємодія громадянського суспільства та держави.

У роботі використовується комплекс методів: діалектичний метод дозволяє виявити характер взаємодії двох його складових (політичного інституту та політичного процесу), системний метод надає можливість проаналізувати сучасні міждисциплінарні теоретичні підходи до вивчення лобізму, вимагає розглядати лобізм як феномен, що залежить від багатьох чинників, конкретно-історичний метод дозволяє простежити становлення лобізму в світі, процес його інституціоналізації в окремих країнах (підрозділи 2.1, 2.2, 3.1), порівняльно-політологічний аналіз використовується при виявленні специфіки становлення лобізму в Україні (підрозділи 1.1, 3.1), а також моделей його розвитку в інших країнах (підрозділи 2.1., 2,2), елементи системно-функціонального аналізу стали основою для дослідження лобізму як цілісної системи специфічних елементів та функцій (підрозділи 1.1., 3.1), метод аналізу та синтезу використаний під час виявлення основних характеристик лобізму, специфіки досвіду його реалізації, як на прикладах інших країн, так і України (підрозділи 2.2, 3.1), структурний метод використано для дослідження імплементації лобізму як політичного інституту (підрозділи 2.1, 3.1), дослідження досвіду інших країн потребує використання компаративного методу, що дає можливість не тільки виявити моделі його розвитку в світовому політичному процесі, але й розкрити можливість їх використання в реаліях української дійсності (підрозділи 2.1, 2.2, 3.1, 3.2), метод кейс-стаді дозволяє визначити типологію лобізму та моделей його реалізації (підрозділи 1.1., 2.1), метод термінологічного аналізу (підрозділ 1.1), інститутаційний метод дозволив проаналізувати інституційну базу лобізму, етапи розвитку його в Україні (підрозділи 1.1., 3.2). Для аналізу джерел та літератури використано метод статистичного аналізу та контент-аналіз (1.1, 2.1, 3.1).

Комплексне застосування широкого спектру методологічних підходів та принципів дало можливість забезпечити цілісність сприйняття об'єкту дослідження у контексті всієї системи взаємозалежності, взаємозв'язку та динаміки розвитку.

Наукова новизна дисертаційного дослідження обумовлена комплексом поставлених дослідницьких завдань. Робота спрямована на обґрунтування можливості використання закордонного досвіду функціонування інституту лобізму в політичній системі України та виявлення особливостей процесу законотворчості щодо його імплементації. У процесі дослідження отримано результати, що свідчать про особистий внесок автора в дослідження проблеми і характеризують новизну роботи:

вперше:

на основі комплексного аналізу досвіду становлення та розвитку закордонного лобізму в рамках нових концептів його дослідження визначено ступінь можливості його імплементації в реаліях українського політичного життя, сформульовано рекомендації, реалізація яких дозволить більш ефективно використати цей досвід у процесі інституціоналізації лобізму в Україні;

удосконалено:

теоретичні засади дослідження лобізму, запропоновано авторську систему його типологізації;

результати аналізу закордонного досвіду функціонування лобізму шляхом визначення сучасних провідних моделей його регламентації (американської та континентальної), їх відмінностей, виявлення процесу трансформації, що має яскраво виражену тенденцію їх зближення при домінуванні характеристик американської моделі;

методику визначення специфіки українського лобізму шляхом виокремлення кореляційних зв'язків між його конкретними проявами та відомими в закордонній практиці моделями, типами і формами лобі-діяльності;

отримало подальший розвиток:

понятійно-категоріальний апарат дослідження лобізму на основі аналізу новітніх концептуальних підходів до цього явища, визначення понять, що носять дискусійний характер;

дослідження наднаціонального рівня функціонування лобізму на прикладі Європейського Союзу, його правових засад та особливостей лобістської практики;

визначення перспективних шляхів розвитку вітчизняного лобізму у напрямку набуття ним прозорих і демократичних форм через обґрунтування доцільності застосування закордонного досвіду.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх подальшого використання з навчальною, науковою та прикладною метою. Дисертаційне дослідження створює базу для подальшого аналізу лобізму, проблем інституціоналізації лобізму, процесу його трансформації як політичного інституту, його ролі як інструменту зниження корупційних ризиків тощо.

Фактичний матеріал та отримані результати можуть бути використані в процесі викладання навчальних дисциплін соціально-політичного спрямування, зокрема для студентів спеціальностей «Політологія», «Міжнародні відносини, суспільні комунікації, регіональні студії», «Міжнародний бізнес», «Правознавство» тощо.

Основні положення, висновки та рекомендації дослідження можуть бути враховані в процесі становлення лобізму в Україні, розробки правових засад його регламентації.

Особистий внесок автора. Дисертаційне дослідження є самостійним науковим доробком, наукові положення та рекомендації, визначені в роботі, отримані безпосередньо автором та є особистим внеском здобувача в розробку проблеми.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження доповідались на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях: Міжнародна наукова конференція «Перспективи та проблеми інтеграції в європейський простір досліджень та освіти» (Perspectivele și Problemele Integrării în Spațiul European al Cercetării și Educației», conferință științifică internațională, м. Кагул, Республіка Молдова, червень 2018 р.),

V Міжнародна науково-практична конференція «Особливості інтеграції країн у світовий економічний та політико-правовий простір» (м. Маріуполь, грудень 2018 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Правова доктрина: міжнародний досвід та практична реалізація в Україні» (м. Маріуполь, травень 2019 р.), Всеукраїнська науково-практична конференція «Україна у світовому історичному просторі» (м. Маріуполь, квітень 2019 р.), VIII та IX Всеукраїнська науково-практична конференція «Тенденції розвитку сучасної системи міжнародних відносин та світового політичного процесу» (м. Маріуполь, 2018 – 2019 рр.) тощо.

Публікації. За темою дослідження опубліковано 12 наукових робіт, загальним обсягом 6,7 д.а., у тому числі у закордонному науковому виданні – 1 робота, у фахових наукових виданнях – 6 робіт, загальним обсягом 4,9 д.а.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст роботи викладено на 187 сторінках. Робота містить 7 додатків на 8 сторінках. Список використаних джерел охоплює 263 найменування на 29 сторінках.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ЛОБІЗМУ

Лобізм сьогодні – це об’єктивний процес політичного життя, важливий інститут політичної системи, неминучий продукт структурованого суспільства. Проблема лобізму в умовах розвитку сучасного демократичного суспільства набула особливої актуальності як теорії, так і практики. Особливої актуальною вона постає у транзитних державах, до категорії яких належить Україна. У даному розділі ми розглянемо категорійно-понятійний апарат, пов’язаний із дослідженням такого багатостороннього явища, як феномен лобізму. Його особливістю є те, що як власне поняття «лобізм», так і суміжні, логічно пов’язані із ним, мають яскраво виражений дискусійний характер та не мають однозначного трактування. У сучасній науковій літературі міждисциплінарного характеру, феномен лобізму та пов’язані із ним категорії розглядаються багатьма дослідниками, що представляють різні сфери науки. Дослідники пропонують свою методологію та концепти дослідження. У цьому контексті є зрозумілою теза низки науковців, які стверджують, що стосовно лобізму не можна сформулювати єдину теорію, адже його багатоаспектність не може бути вписана в один підхід.

1.1. Категоріально-понятійні засади дослідження лобізму

Виступаючи сьогодні важливою рисою демократичного суспільства, елементом його політичної системи, поняття лобізму не має однозначного тлумачення, як в науковій літературі, так і у соціальній практиці. У низці країн лобізм не відображений у правовому полі, не має офіційного закріпленого статусу.

При цьому актуальність проблеми лобізму, увага до цієї проблеми має яскраво виражену динаміку зростання, про що свідчить кількісне зростання

досліджень, присвячених цій проблемі, та політична практика, прагнення у низці країн визначити у правовому полі роль та місце цього явища. З'явившись як явище сторіччя тому, сам термін веде свою історію із середини XVI століття від англійської лексеми «lobby» (від англ. – хол, коридор), що використовувалася на позначення місць для прогулянок у монастирях, а вже в середині XVII ст. ним стали позначати приміщення для прогулянок в англійській Палаті громад. Лобізм пройшов довгий шлях розвитку як політичне явище. Вперше Конгрес США у 1808 році зафіксував цей термін у своїх протоколах, де під ним розумілося місце, де зацікавлені особи мали можливість донести свою позицію до членів Конгресу та Сенаторів. Цим місцем виступали холи та коридори, у зал засідань приватним особам вхід було заборонено, а самі особи визначалися як «лобісти» (lobbyists). У 1862 році у США вперше на основі терміну «лобіст» виникає поняття «лобіювання» (lobbying), а у 1883 році – «лобізм» (lobbyism) [256, 376].

Наприкінці XIX – початку XX ст. ці поняття отримали широке розповсюдження в англomовному суспільстві у США та Великобританії, проте якщо раніше ці поняття тісно пов'язували із корупцією, то вже в цей період вони наповнюються новим змістом та починають позначати легітимну форму впливу на владу. Відтоді ці поняття міцно входять до наукового дискурсу, розпочинається процес розробки підходів, як до трактовки власне цих понять, так до аналізу явищ та процесів, які вони характеризують. На Заході стан наукової дослідженості проблеми нараховує більш ніж століття, але на території СНД ці поняття у політологічному дискурсі стали впроваджуватися лише у 80-х роках XX ст., активне вивчення усього кола проблем, пов'язаних із лобізмом та лобіюванням почалося тільки у 90-ті роки XX ст. Водночас тлумачення самих понять, широке коло проблем, пов'язаних із процесами розвитку лобізму та лобіюванням, їх формами, роллю у сучасному суспільстві, оцінки їх діяльності навіть через століття після їх виникнення не мають однозначної оцінки, набувають дискусійного

характеру та часто діаметрально протилежних оцінок. Це є свідченням того, наскільки багатостороннє та складне за своєю структурою це поняття. Особливістю лобізму є те, що він існує у взаємозв'язку з великою кількістю суміжних понять, що мають різні якісні параметри, витікають із особливостей розвитку як країни в цілому, так і її політичної системи. Особливості історичного розвитку, менталітету, специфіки становлення демократичних інститутів та рівень розвитку громадянського суспільства, характер політичних режимів – все це є факторами, під впливом яких розвивається це явище та набуває своїх якісних та кількісних характеристик, що не можуть не відрізнятися одна від одної у тій чи іншій країні. Ці обставини фактично роблять неможливим однозначне тлумачення лобізму як політичного феномену, не дивлячись на досить довгу історію його існування та обумовлюють необхідність урахувувати цю особливість при його аналізі.

Головною складністю є необхідність комплексного міждисциплінарного підходу до його вивчення. Дослідження потребує чіткого визначення термінів категоріально-понятійного апарату, де основними поняттями є поняття «лобізм», «лобіювання», «лобіст». Найбільш складним з них є визначення поняття «лобізм». Лобізм є сьогодні невід'ємною частиною політичної реальності в кожному сучасному суспільстві як такий, що міцно ввійшов у науковий дискурс, має сотні трактувань, обумовлених належністю авторів до різних галузей науки.

Поняття лобіювання стало предметом активного вивчення в рамках політологічної науки в 50-60-ті роки ХХ ст. Вперше визначення цьому поняттю дав Д. Трумен, який розумів під ним природне право громадян відстоювати свої інтереси за допомогою лідерів групи впливу [261]. Інші американські дослідники Дж. Фергюсон та Д. МакГенрі вказували на необхідність розглядання лобізму як реалізації конституційного права кожної людини звертатися до органів державної здебільшого законодавчої влади [18].

Французький вчений Д. Фарнель у роботі «Лобіювання: стратегії та техніки втручання» визначає лобіювання як діяльність, що спрямована на вплив на процес розробки законів органами державної влади [181].

На пострадянському просторі вивчення лобізму почалося тільки в 90-х роках ХХ ст., у СРСР це поняття ототожнювалося лише з негативними явищами, що мали кримінальний відтінок.

Проблема лобіювання сьогодні є предметом спеціального дослідження в роботах вчених, що представляють весь спектр соціально-політичних дисциплін: від політичної науки до менеджменту управління. Усе це обумовлює особливості підходу до його трактування. Визначення змісту даного поняття має яскраво виражений дискусійний характер, часто є принципово відмінним. Це обумовлює необхідність систематизації існуючих підходів, виділення якісних характеристик цієї дефініції в контексті тих теоретико-методологічних концептів, в рамках яких вони аналізуються.

У сучасній політичній науці дослідники роблять спроби систематизувати численні трактування цього поняття, а також подати в узагальненому вигляді концептуальні підходи до його аналізу. Так, значне розповсюдження отримав поділ на широке та вузьке розуміння лобізму. Широке розуміння лобізму представлене наступним тлумаченням: лобізм – це сукупність засобів та методів впливу, вплив на органи влади, що застосовується різними зацікавленими групами з метою домогтися від цих органів сприятливих для себе рішень [4]. Так, лобізм можна трактувати як збірний термін для визначення відстоювання своїх інтересів [64].

Значна частина дослідників не застосовує таке широке тлумачення терміну лобізм. За такого підходу неможливо виявити специфіку лобізму, що пов'язаний з його суб'єктами та практично робить його ідентичним такому англomовному терміну, як «advocacy». Цей термін, як і термін «лобі», визначає просування та захист інтересів, але він передбачає просування інтересів не лише через органи державної влади, але й через інші структури. Таке широке розуміння феномену «лобізм» є характерним і для низки

українських дослідників, а також воно знайшло відображення в одному з законопроектів щодо регулювання лобізму [139].

У такому визначенні дефініція лобізму дозволяє використовувати її при характеристиці процесів та взаємовідносин, які по суті не можна віднести до лобізму, які мають зовсім іншу природу. Цю думку поділяє і автор роботи, який є солідарним із більш вузьким науковим підходом, де лобізм розуміється як професійна діяльність певних організацій чи посадових осіб в організаціях у ролі лобістів [149]. І в цьому контексті найбільш точну дефініцію дає А. Автономов, який визначає її як «діяльність представників недержавних організацій у ході контактів із представниками державних органів та органів місцевого самоврядування з метою досягти прийняття чи неприйняття органами влади рішень відповідно інтересів спеціальних груп, що виражають вказані організації» [1].

Російський дослідник В. Васильєва на основі проведеного нею аналізу виділяє три напрями термінологічної інтерпретації лобізму. Перший напрям визначає підхід, орієнтований на національні особливості «класичного лобізму» та визначає його як «діяльність спеціально зареєстрованих акторів з підтримання кожного акту комунікації із офіційним світом, що приймає рішення та відображає переважно інструментальний аспект явища, відповідаючи як, через що здійснюються функції тиску на прийнятті рішення».

У рамках другого підходу лобізм несе більш широке трактування, визначається як система та практика реалізації, просування інтересів різних груп шляхом організованого впливу на органи влади. Дослідники в рамках третього підходу, що домінує при трактовці лобізму, акцентують на його функціональному чи процесуально-структурному аспекті, виділяючи в структурі лобізму суб'єкт, об'єкт, методи тощо [16].

Прикладом другого підходу може слугувати дефініція лобізму А. Піонтковської: «система та практика реалізації інтересів різних груп

громадян шляхом організованого впливу на законодавчу і адміністративну діяльність державних органів [125].

Такий розкид у підходах до тлумачення поняття лобізму, обумовлене, в першу чергу, наявністю широкого кола концептів та методологій, на основі яких воно визначається. На думку низки дослідників, із чим ми повністю згодні, така ситуація обумовлена, перш за все, тим, що вивчення неформальних інститутів влади знаходиться у стадії активного дослідження та подолання великої кількості концептуальних труднощів, по-друге, його вивчення передбачає міждисциплінарний підхід, по-третє, вивчення цього явища не має достатньої емпіричної бази, яка дала б можливість робити більш чіткі, адекватні висновки та будувати концептуальні схеми [55]. Низка авторів зробила спробу згрупувати існуючі концепції, у контексті яких даються трактовки понять «лобізм» і тісно пов'язаних із ним «лобіст» та «лобіювання».

Значне місце серед них посідає підхід, який випливає із визнання лобізму як неформального політичного інституту. Тому його необхідно розглядати у контексті неінституціоналізму як «набір формальних чи неформальних процедур та практик, норм та звичаїв, що вбудовані в організаційну структуру держави» [220], як правила гри в суспільстві, створенні людиною обмежувальних рамок, які організують взаємовідносини між людьми. Таким чином, вони задають структуру спонукальним мотивом людських взаємин – чи то в контексті соціальної сфери, чи економіки.

Водночас цей підхід в повному обсязі не може дати відповіді на питання, що таке неформальний інститут, яким є лобізм. Дати своє тлумачення цьому поняттю зробили спробу Гретхен Хелмке та Стівен Левітські, науково його верифікувати, показати, що неформальні інститути є результатом не спільних цінностей, а спільних сподівань, які створюють неписані правила. Таким чином, неформальні інститути визначаються ними як прийняті у суспільстві неписані правила, що створюють, стають відомими та насаджуваними поза офіційно санкціонованими каналами [168].

Прихильники цього підходу вважають, що лобізм є повноправним політичним інститутом, що стосується прийняття державних рішень та безпосередньо впливає на розробку державної політики.

Водночас він є і соціальним інститутом, який являє собою «особливий вид соціальної практики в сфері узгодження та реалізації інтересів держави, окремих соціальних груп, частини інтересів громад, інститутом, що має стійкі типи лобістів, діяльність та форми організації власного соціально-суб'єктивного середовища, соціально-ціннісної основи, системи нормативно-правових та етичних регуляторів. Соціальну роль та соціальну ефективність лобізму можна оцінити в контексті того, наскільки він сприяє перетворюванню великої кількості інтересів у єдиний «соціальний інтерес» та сприяє формуванню максимально гармонійної та збалансованої політики.

Низка дослідників, узагальнюючи існуючі сьогодні підходи до трактування цього поняття, виокремлюють три напрями інтерпретації лобізму. Перший напрям орієнтується на національні особливості лобізму та характеризує його як діяльність спеціально зареєстрованих акторів з підготовки та підтримання кожного акту комунікації щодо прийняття рішень, що відображають інструментальний аспект явища.

У рамках другого підходу лобізм трактується більш широко як система та практика реалізації просування «інтересів різних груп громадян шляхом організованого впливу на законодавчу і адміністративну діяльність». Отже, другий підхід формується навколо інституційного аспекту лобізму.

Третій підхід робить акцент на функціональному чи процесуально-структурному аспекті лобізму та акцентує увагу на структурі лобізму: суб'єктах, об'єктах, методах тощо [16].

Серед українських дослідників такий підхід обґрунтовано у працях В. Нестеровича, А. Трофименко, що розглядають лобізм як вплив на владних осіб, акцентуючи при цьому виключно на легальних формах лобі-діяльності, що мають бути регламентовані на законодавчому рівні. При цьому правовими нормами мають бути закріплені правові статуси учасників лобі-

діяльності, їх права та обов'язки, основні механізми взаємодії лобістів з представниками влади та інші ключові поняття. Законодавчі норми, що регулюють лобістську діяльність, структурують процес представництва інтересів різних акторів в органах державної влади та сприяють легітимації інституту лобізму в суспільстві. А. Трофименко в рамках своєї систематизації також визначає економічний підхід, для якого характерне використання лобізму з точки зору економічної парадигми, оцінюючи економічну ефективність лобістських функцій [173].

Так, російський дослідник лобізму П. Толстих у своїй роботі «Економічна теорія лобізму: оцінка економічної ефективності» розуміє під лобізмом діяльність спеціально уповноважених співробітників корпорацій, лобістських фірм, що представляють їх інтереси, а також професійних асоціацій, спрямовану на підвищення інтегральної прибутковості та забезпечення стійкого розвитку бізнесу за рахунок розробки довгострокової, комфортної системи взаємовідносин з профільними для компанії політичними стейкхолдерами федерального та регіонального рівнів [171].

У зрізі цього підходу Ф. Антоненко визначає лобізм як механізм реалізації відносин між державною економічною політикою і суспільною формою управління господарством [4].

Такий підхід відображено у праці А. Сергуніна, де під лобізмом розуміються «відносини, що виникають у сфері просування та відстоювання інтересів індивідів чи груп» [149].

Українська дослідниця А. Трофименко, на наш погляд, дала найбільш повний аналіз існуючих сьогодні підходів до дослідження лобізму. Це політологічний підхід, у рамках якого дослідники розглядають лобізм у якості невід'ємного елемента політичної системи. Значне місце автор надає необхідності дослідити лобізм у контексті теорії інтересів, а також демонструє широке використання в рамках політологічного підходу аналіз лобізму як одного з видів політичної комунікації. Вона також виділяє наявність розуміння лобізму з точки зору його ототожнення з корупцією. Другий

напрянт – це правовий підхід до визначення цього поняття. Класичним прикладом такого підходу є, на її думку, формулювання, подане А. Любомировим, який визначає лобізм як сукупність норм, що регулюють взаємодію громадян суспільних об'єднань, організації яких спеціалізується на лобістській діяльності з органами державної влади. У рамках третього економічного підходу автор наводить роботу німецького дослідника К. Джуса, який розглядає лобізм як частину корпоративної комунікації. Четвертий підхід тлумачить лобізм як професійну діяльність, прирівнюючи його до GR (зв'язків з владними структурами). Запропонована А. Трофименко систематизація підходів до розуміння лобізму, на наш погляд, досить обґрунтована [173]. Водночас, низка підходів залишилася поза увагою запропонованої системи. Так, в рамках політологічного підходу слід виділити не тільки теорію групи інтересів але і її еволюційний варіант – теорію політичних мереж, а також теорію суспільного вибору. У рамках етатизму та теорії суспільного вибору (ТОВ), зокрема через моделі Сінтглера-Пенцмана, а також моделі прийняття рішень Р. Макклерона, У. Креймона.

Низка дослідників пропонує визначати це поняття в рамках інституційного підходу, коли під лобіюванням розуміють націлену на відстоювання та просування інтересів окремих соціальних груп в державних органах та органах місцевого самоуправління представниками недержавних організацій, що виражають їх інтереси. При цьому чітко оговорюється, що відстоювання інтересів однієї людини не є лобіюванням [109; 110].

Прихильники функціонального підходу визначають лобіювання як діяльність з представництва груп інтересів в органах державної влади та органах місцевого самоврядування, у такому визначенні акцент робиться на групі інтересів. Такий підхід заснований на теорії інтересів, теорії груп. Сьогодні дослідники схильні досліджувати лобіювання в контексті GR, де лобіювання визначається як технологія роботи із органами влади [110; 39].

Разом із політологічним підходом серед дослідників широко розповсюджено юридичний підхід, що розглядає лобіювання як сукупність норм, які регулюють вплив громадян та їх об'єднань, організацій, підприємств, які спеціалізуються на лобістській діяльності [108; 100; 161].

Можна виокремити економічний підхід, що розглядає лобіювання як механізм відносин між державно-екологічною політикою та суспільною формою управління господарством (А. Данков «Політична економія лобіювання» [39]). Крім того, лобіювання розглядається як специфічна частина зв'язку організацій із громадськістю, такий підхід характерний для американських дослідників, що визначають лобіювання як спеціалізовану частину PR, яка будує і підтримує відносини з урядом для впливу на законодавство та застосування законів. Його підтримують і українські автори [2; 18; 39; 159].

Проведений нами аналіз дозволяє виділити ще один підхід, де акцент робиться на психологічній складовій у визначенні поняття лобіювання, в основі якого лежить процес міжособистісної взаємодії між суб'єктом та об'єктом лобіювання, при якому реальна психологія лобістської діяльності являє собою продукт взаємодії, взаєморозуміння, мотиваційних, комунікативних та афективних процесів [1; 85].

Таким чином, дослідники лобізму припускають необхідність використання комплексного міждисциплінарного підходу, синтетичних методик, при цьому важливо враховувати специфіку того середовища, у рамках якого відбувається його дослідження. Це характер політичної системи, політичного режиму, рівень розвитку демократії, пов'язаний найперше з рівнем розвитку громадянського суспільства. Саме такий підхід, на наш погляд, дає можливість виділити універсальні характеристики лобізму як інституту політичної системи, функціонального представництва з одного боку, і як процес взаємодії між громадянами чи їх групами та органами державної влади, з іншого. Більшість сучасних дослідників вважають, що лобізм є невід'ємною частиною демократичної системи, яка

надає громадянам, соціальним групам можливість артикулювати свої інтереси в органах державної влади. Лобізм є повноправним політичним інститутом, який стосується прийняття рішень, що безпосередньо впливають на розробку державної політики.

Саме на комунікативній складовій лобізму сьогодні дослідники роблять акцент. Для низки дослідників пріоритетом є визначення його як комунікативного процесу, в основі якого лежить не стільки вплив, скільки взаємодія між численними акторами. Так, український вчений Д. Виговський робить висновок, що лобізм як феномен за своєю суттю явище в чистому вигляді комунікативне, базується на домовленості [19].

Такий підхід визначив дослідження лобізму в контексті таких понять, як: GR (government relations – зв'язки із органами влади), PR (public relations – зв'язки із громадськістю) та GPR – (government public relations – громадські зв'язки із органами влади).

Як наслідок використання даної методології, низка дослідників стали вважати, що лобізм та GR це поняття ідентичні, інші – що одне включає в себе інше. Наша позиція солідаризується із тими авторами, які вважають їх категоріями, що відносяться до різного понятійного ряду, мають чіткі відмінності, які не дозволяють їх ототожнювати. Детальний аналіз даних підходів представлений у роботі А. Сергуніна [149]. На нашу думку, лобізм та вищевказані поняття мають принципово різну родову ознаку. GR, PR є сферою суспільного менеджменту, у той час як лобізм – це суспільно-політичний інститут. Принципова відмінність цих двох понять розкривається у ряді праць, що визначають GR як один із напрямів комунікативного менеджменту, метою якого є узгодження власних інтересів організації з інтересами органів державної влади різних рівнів [74], тобто GR – це сфера менеджменту, тоді як лобізм – це технологія GR, чи, як вважають інші, – її функція. На наш погляд, серед багатьох визначень поняття GR найбільш адаптованим до нашого дослідження є таке – це діяльність спеціально уповноважених співробітників великих комерційних структур, супровід,

діяльність компанії в політичній сфері [168]. Таким чином, поняття лобізму та GR має різну природу.

Низка авторів включає лобізм до складу PR, називаючи його однією з технік у сфері компетенції цієї дисципліни чи ототожнюючи його з поняттям GR, чи з поняттям GPR. Ми поділяємо позицію дослідників, які чітко розділяють ці поняття, вважаючи за стрижень лобізму його політичний зміст, тоді ключовою функцією вищевказаних понять є «люди, які будують міст між владою та бізнесом, щоб цим мостом могли вільно йти лобісти з цікавими для влади пропозиціями» [68].

Таким чином, можна зробити висновок, що феномен лобізму існує в оточенні суміжних понять та перебуває із ними в різних відносинах логічного включення та підпорядкування та не може трактуватися однозначно [33]. Водночас, природа лобізму, його функції, цілі мають відмінні від розглянутих понять якісні характеристики. Перш за все його слід розглядати як політичний інститут, внаслідок того, що сутністю процесу лобіювання є просування інтересів в органах державної влади та здійснення впливу на розробку державної політики та прийняття конкретних рішень в інтересах групи «тиску». Водночас лобізм є соціальним інститутом, який являє собою особливий вид спеціальної практики в сфері узгодження та реалізації інтересів держави, окремих соціальних груп, приватних громадян. Це феномен сучасної політичної та економічної реальності, важливий суспільно-політичний інститут демократичних політичних систем.

При наявності значної кількості дефініцій лобізму та його сутності, можна виділити низку рис, які характеризують лобізм та визнаються більшістю дослідників. У концентрованому вигляді вони представлені в роботі А. Трофименко. Це:

- наявність суб'єкту (певної зацікавленої групи чи особи) та об'єкту (органу державної влади) впливу;
- наявність певного інтересу;

- можлива наявність найнятого професійного виконавця, що представляє інтереси зацікавленої групи чи особи;
- лобісти виконують функцію посередництва між громадянами організаціями та державними органами, тобто суб'єктом та об'єктом [173].

З зазначених рис випливає і структура лобізму, яка включає в себе такі елементи: суб'єкт, об'єкт, предмет лобізму, лобістські методи та технології, функції та типологію лобізму, а також витікає необхідність аналізу таких понять, як «група інтересів» та «група тиску». При цьому особливістю є те, що всі вище вказані поняття мають у літературі яскраво виражений дискусійний характер.

Представляючи визначення поняття суб'єкта, ми визначаємо його в трактовці, яка найбільш широко розповсюджена в політичній літературі та визнана більшістю авторів. Так, лобіст – це особа, інтереси якої є основоположним компонентом усього процесу впливу, або найнятий ним виконавець, що надає лобістські послуги. Крім того, разом з окремими особами, важливими суб'єктами лобізму як елементу політичної системи виступають певні соціальні групи, у результаті взаємодії яких власне здійснюється політичний процес. Тобто, між державою та суспільством існує певна зона – сфера організованих інтересів, що пов'язує громадянське суспільство з політичними інститутами. З огляду на це, для означення сил, що стоять за лобістами та їх організаціями, традиційно використовують поняття «група інтересів» та «група тиску» [173].

У сучасній політичній науці до визначення цих двох понять існує два підходи. Перший підхід розглядає їх як два ідентичних поняття, не виділяючи принципових відмінностей у їх трактовці. Такий підхід характерний для низки російських та західних авторів [170].

Поняття «група інтересів» вперше було введено американським вченим А. Бентлі. Під ним він розумів розмаїття організованих груп людей, що мають певні цілі та висувають конкретні вимоги до влади. Політика, за Бентлі, являє собою взаємодію зацікавлених груп, що переслідують свої цілі.

Ці групи чинять тиск на уряд, змушуючи його приймати вигідні для них політичні рішення. Це призводить до того, що прийняті політичні рішення перестають бути прерогативою офіційних інститутів влади та стають результатом компромісів груп, що протистоять.

Сьогодні завдяки Д. Трумену поняття «група інтересів» доповнене поняттям «група тиску», яка визначається як група інтересів, що впливає на органи влади. Група тиску діє на двох рівнях. Це тиск на урядові органи, який має прямий характер, та непрямий тиск на суспільство з метою формування суспільної думки [261]. Таким чином, такий підхід ставить в один понятійний ряд такі категорії, як групи інтересів, групи тиску, групи впливу, відтіняючи різні аспекти одного й того ж явища – представництва та організації груп людей. Інший підхід пропонує розглядати два цих поняття як самостійні, кожне з яких має свої чіткі визначені характеристики.

Термін «група тиску» (pressure groups) вперше з'явився в США в середині 20-х років ХХ ст. Визначення «групи тиску» розглядається сьогодні двоїсто. Низка авторів визначає їх як групу інтересів у дії. Інший підхід ототожнює такі групи лише з деякими видами груп інтересів та відносить до них ті, що не пропонують законодавчих ініціатив, а спрямовані на здійснення впливу на певне рішення [120, с. 422].

Групи тиску, на наш погляд, це групи інтересів, що вжили активних дій по відношенню до органів влади різних рівнів з метою забезпечити свої інтереси на законодавчому чи адміністративному рівні.

Проблема груп інтересів активно досліджується як зарубіжними, так і вітчизняними вченими. Сьогодні це цілий напрям у політичній соціології. У рамках нашої роботи ця проблема розглядається лише в контексті її застосування до вивчення лобізму та лобістської діяльності.

Інтерес для нас та практичну значимість має також класифікація груп інтересів. В основу покладено низку критеріїв, через що типологія груп інтересів досить різноманітна. Вони класифікуються за рівнем організованості, цілями, напрямками та засобами діяльності. Відповідно до

цих критеріїв групи інтересів можуть бути типологізовані на заборонені, проблемні, інституціональні, що мають жорстку організаційну структуру, та розмиті, легальні та нелегальні [120, с. 421], що можуть створюватися та класифікуватися за територіальними, професійними, релігійними ознаками [160]. Крім того, вони можуть класифікуватися при широкому підході на інституційні, неасоційовані, групи громадських ініціатив, анонімичні групи [120, с. 423].

Групи інтересів можуть бути економічними та неекономічними, суспільними та приватними. Вони можуть утворюватися за територіальними, релігійними та іншими ознаках. Низка дослідників поділяють групи інтересів на вузькі, партикулярні групи, що пов'язані із наданням певним організаціям преференцій із боку держави, та групи, реалізація інтересів яких можлива на основі дії норм права, що передбачає рівні можливості для всіх економічних суб'єктів.

Групи тиску можуть бути регіональними та локальними, внутрішніми та зовнішніми. До суб'єктів лобіювання можна віднести й окремих індивідів, а також за оцінкою низки авторів, приватні компанії, концерни, тобто всіх, хто має груповий інтерес та бажання і необхідність впливати на державні органи влади з метою досягнення прийняття чи неприйняття необхідного їм рішення [173].

Широке розповсюдження отримала класифікація, заснована на сфері діяльності, що представляють групи інтересів, – це політичні, соціальні, економічні, регіональні, іноземні. Політичні групи – це ті групи інтересів, які домагаються необхідного впливу шляхом участі в боротьбі за владу та передвиборчих кампаній. До соціальних груп відносяться профспілки, а також різні ветеранські, жіночі, екологічні, молодіжні та інші організації, створенні за певним інтересом, наприклад, організації з захисту навколишнього середовища. Економічні групи – фінансово-промислові групи, корпорації, галузеві компанії, для України це також економічно-олігархічні клани. Регіональні групи – це ті, що прагнуть отримати

преференції для своїх територій. Іноземні – це впливові зарубіжні групи тиску, національні меншини.

Діяльність усіх цих груп не просто тиск на владу, а механізми ієрархічного узгодження рішень, перерозподілення влади шляхом укладення угод між бюрократами та нечисленними привілейованими групами. Вони впливають на політичні процеси, змушуючи приймати рішення на їх користь, при цьому вони не претендують на пряму участь у керуванні державою, тим самим уникаючи політичної відповідальності за свої дії.

Таким чином, групи інтересів формують систему функціонального представництва інтересів, що доповнює традиційно діючу в демократичній державі систему електорально-партійного представництва інтересів.

У сучасних умовах розвитку суспільства в цілому, особливо це характерно для розвитку українського суспільства, йде процес зниження довіри населення до органів представницької влади, громадяни демонструють повне розчарування партіями та ідеологіями. Це обумовлено тим, що на сучасному етапі групова політика домінує над класичною партійною політикою, прикладом можуть слугувати створення партії любителів пива, піратських партій, достатньо успішно діючих у цілому ряді європейських країн. У цих умовах групи інтересів стають середнім рівнем, що складає основу механізму представництва.

У контексті теорії груп інтересів та груп тиску лобізм можна представити як систему та практику реалізації групових інтересів шляхом організованого впливу на законодавчу діяльність органів державної влади. У рамках такого підходу суб'єктами лобізму є професіонали з зв'язків з громадськістю та PR-фірм, що спеціалізуються на контактах із органами влади, індивідуальні та групові юридичні консультанти, приватні та державні фінансові організації, торгові та бізнес асоціації, колишні політики, адміністратори, журналісти, що діють на індивідуальній основі, GR-відділи великих підприємств, некомерційних та благодійних організацій, профспілки та організовані групи наймачів [54].

Водночас, на наш погляд, необхідно погоджуватися із точкою зору низки авторів, що вважають, що такий підхід до визначення суб'єктів лобізму носить спрощений характер та не є адекватним реальній практиці лобізму. Як вважає український дослідник Д. Виговський, це обумовлено тим, що окремі індивіди також здійснюють лобіювання, групи інтересів мають і інші види діяльності, можуть вдаватися до прямого представництва. Тому лобістська діяльність – це один із інструментів просування інтересів для груп [19]. Дослідник Толстих П.А. обґрунтовує необхідність розгляду груп інтересів у контексті функціонального підходу, і в рамках індивідуального та інституціонального підходу. Підсумовуючи результати дослідників, він визначає суб'єкт лобізму як недержавних акторів, що цілеспрямовано чинять вплив на орган державної влади. А фундаментальними ознаками лобізму він вважає наявність приватного інтересу, що реалізується недержавними акторами (лобістами) легальними засобами в органах публічної влади з метою впливу на адміністративне та/чи законодавче рішення в своїх інтересах [170]. На наш погляд, таке визначення суб'єкту лобізму найбільш адекватно визначає його суб'єктний статус та надалі ми будемо спиратися на нього.

Низка авторів виділяє в суб'єкті лобіювання дві складові: це виконавець (лобіст, лобістські об'єднання) та замовник (клієнт) [5]. У контексті такого підходу суб'єкт лобіювання визначається як фізична або юридична особа приватного права, яка здійснює від власного імені легітимний вплив на чітко визначені законом органи влади, а також на інших посадових та службових осіб від імені клієнта, в інтересах і на замовлення якого здійснює цей вплив [8]. Низка авторів до суб'єктів лобістської діяльності відносять насамперед професіоналів із зв'язків з суспільством та PR-фірми, що спеціалізуються на контактах з органами влади, індивідуальних та групових юридичних консультантів, приватні та державні фінансові організації торговельних та бізнес-асоціацій; GR-відділи великих

підприємців, некомерційні та благодійні організації, профспілки та організовані групи підприємців [54].

Щодо об'єкта лобізму, то найбільш широко в літературі використовується наступне визначення: «це органи всіх рівнів законодавчої, виконавчої та судової влади» [105]. Українські дослідники визнають об'єктами лобіювання всі структури законодавчої та виконавчої влади усіх рівнів [5]. Такий підхід відображено у багатьох авторів. На наш погляд, інтерес представляє підхід А. Трофименко, у роботі якої об'єктом лобіювання виступають ті політичні майданчики, на яких відбувається лобіювання, а також ті інститути, від яких залежить ухвалення та відхилення рішень на користь лобіста [104]. Це формулювання, на наш погляд, найбільш точно та адекватно відображає поняття об'єкта та буде використано в нашій роботі [173].

Кожна країна має свою специфіку щодо об'єкта лобіювання. Особливістю США є те, що там об'єктом лобіювання можуть виступати органи судової влади на відміну від інших країн, де вплив на цю гілку є забороненим, у Великобританії найбільш розповсюдженою формою лобіювання є спрямування до парламенту приватних законопроектів (*private bill*), особливістю німецького лобіювання є те, що в його основі лежить діяльність численних консультативно-дорадчих органів влади, головним об'єктом лобіювання там є не законодавчі, а виконавчі органи влади [159].

Слід звернути увагу на визначення Т. Сируніної, яка об'єкт розуміє як інтерес що просувається лобістами. При цьому інтерес, що лобіюється, може набувати найрізноманітніших форм: від законопроектів до участі в конкурсі та укладення контракту на надання робіт чи послуг для державних потреб [149]. Цей підхід до визначення об'єкта є, на наш погляд, хибним, адже лобістський інтерес правильніше визначати як предмет лобіювання.

Предметом лобізму є інтерес, який лежить в основі початку активної лобістської діяльності. Предмет може бути спрямований на економічну, політичну, ідеологічну, міждисциплінарну вигоду та визначатися особистою,

соціальною, корпоративною цінністю. У літературі сьогодні існує низка критеріїв, в контексті яких відбувається процес їх типологізації. Так, П. Толстих пропонує класифікувати предмет лобіювання за гілками державної влади. Це – президент та його адміністрація, виконавча влада, судові органи та інші органи влади, куди включаються центральний банк, рахункова палата, Генеральна прокуратура, Центральна виборча комісія [169]. Інша типологія поділяє предмет на ресурс, проблему та позицію. Сьогодні предметом лобіювання може виступати зовнішня політика держави, міжнародні угоди, зовнішньополітична доктрина держави.

Актуальним питанням є проблема, пов'язана з характером взаємодії суб'єктів лобізму з його об'єктом. Сьогодні дослідники виділяють дві моделі такої взаємодії – це плюралістична модель, яка передбачає наявність великої кількості груп інтересів, що вільно з'являються, є незалежними від держави, не володіють монополією на представництво інтересів у тій чи іншій сфері, конкурують між собою та не організовані в ієрархічну систему [82]. У рамках цієї моделі відбувається «розосередження центрів акумуляції та артикуляції різноманітних інтересів всередині громадянського суспільства» цих інтересів в політичній сфері [248]. У цій моделі представництва інтересів «державні інститути різних груп, що пронизують суспільство зверху донизу, як вважав А. Бентлі [201], і водночас за, визначенням Д. Трумена, «жодна з груп не в змозі повністю підпорядкувати своїм інтересам державну політику» [261].

Інша модель – корпоративна – передбачає наявність невеликої кількості вибудованих за ієрархічним принципом груп інтересів. В її рамках держава укладає угоди з окремими групами, делегуючи їм монопольне право на представництво певного інтересу в обмін на лояльність вказаної групи, можливість впливати на певні представництва цієї групи інтересів. Особливістю такої моделі є те, що вона являє собою «особливий тип участі великих організованих груп у розробці державної політики та вирізняється високим рівнем міжгрупової кооперації» [82]. Головна відмінність цих моделей у тому, що в першій існує широкий спектр незалежних одна від

іншої груп, тоді як в другій – діє єдина головна асоціація, яка являє собою найбільш значну ділову, фінансову та промислову систему.

Проте сьогодні низка дослідників вважає, що практика лобізму та лобіювання вже вийшла за межі цих двох моделей. Зокрема, П. Каневський стверджує, що не можна прирівнювати моделі тільки до моделей соціального партнерства, якими є розглянуті вище. Це ідеальні моделі, і на практиці вони ширші та більш абстрактні та можуть включати елементи, як плюралізму, так і корпоративізму [54], так звана змішана модель. Є. Мінченко розглядає модель управління, яку вона характеризує тим, що кожна сфера життєдіяльності суспільства представлена певною групою із примусовим членством, що має ієрархічну структуру, контролюється державою. Сутність такого типу моделі – забезпечити контроль над суспільством. Сьогодні подібна модель існує в Китаї, Північній Кореї, Кубі, їх формування заохочується в Бразилії та Мексиці [104].

Поняття лобіювання передбачає розкриття поняття «лобістська технологія». Лобістські технології – важливий компонент лобіювання, сьогодні існує кілька визначень цього поняття, що, на наш погляд, не мають принципових відмінностей. Так, дослідник Т. Сируніна визначає їх як конкретні методи, прийоми, варіанти поведінки, що включають стиль спілкування, послідовність дій, які вибирають лобісти, щоб досягти необхідного результату [161].

Широко представлено в літературі визначення лобістської технології як сукупності прийомів та способів, які використовують у рамках законодавства та за допомогою яких лобісти та лобістські об'єднання чинять легітимний вплив [105].

Лобіювання сьогодні – це добре організована діяльність, що має науково опрацьовані технології. Параметри організації лобістської діяльності достатньо досліджені в сучасній літературі. Так, дослідники відзначають такі технології організації лобіювання, що отримали широке розповсюдження в світовій практиці. Це – виступи в профільних комітетах законодавчих органів

влади, складання законопроектів та винесення їх на обговорення в парламенті, організація інформаційних кампаній щодо прийнятих рішень чи тих, що готуються, психологічний тиск на депутатів і представників виконавчої влади, Інтернет-технології, лінії особистих зв'язків чи «коридорне» лобіювання», організація мітингів та страйків, що характерні для профспілкових об'єднань. Широко використовується метод «дверей, що обертаються» – коли чиновники, ідучи у відставку, очолюють фінансово-промислові групи, що займаються лобіюванням, а потім знову повертаються до політики [20].

Методи лобіювання сьогодні поповнюються таким інструментом тиску як *grass-roots* (від англ. «корені трави»), тобто використання великих мас людей для створення ілюзії масової підтримки своїх вимог [104].

Проблема класифікації лобістських технологій не має однозначного трактування, хоча відображена в цілому ряді робіт. Це обумовлено різноманітністю методологічних принципів, які дослідники беруть у якості критеріїв типологізації. Ряд дослідників виходять із того, що лобіювання являє собою комунікативний процес, взаємодію між багатьма акторами, класифікуючи розподіл технологій на інфраструктурні технології та технології впливу. Мета перших технологій – це інформаційне забезпечення лобістської діяльності, другі безпосередньо використовуються для тиску на органи влади.

Інші автори за основу класифікації беруть поділення технологій на прямі (що передбачає безпосередній тиск на об'єкт лобіювання) та опосередковані (де відбувається опосередкований вплив).

Пряме лобіювання передбачає прямий контакт із законодавцем чи представником виконавчої чи судової влади, опосередковане лобіювання передбачає організацію масових заходів, виступів, при цьому метою є формування суспільної думки та її активізація для організації тиску на структуру влади, від рішення якої залежить інтерес лобіювання [67].

Інші дослідники поділяють лобістські технології на три основні групи. Це, по-перше, технології, які передбачають свого роду обмін ресурсами, коли, наприклад, голосування політика з питання, з якого лобісти забезпечують йому підтримку під час виборчої кампанії. По-друге, це технології публічного позиціонування, спрямовані на те, щоб змінити ідейні міркування, а іноді і ціннісні орієнтації тих осіб, які приймають рішення. По-третє, це технології, які дають можливість участі в процесі підготовки та прийнятті рішень через надання відповідних матеріалів, документів, законопроектів та їх публічної презентації.

Параметри організації лобістської діяльності, на думку ряду авторів, включають роботу із населенням, яка передбачає наявність постійних ручних груп населення, груп підтримки, що мають діяти як за викликом, так і самостійно та навчання таких груп.

Організація лобістської кампанії має низку аспектів. Це масовість, фінансова міць, стратегічне мислення, використання ЗМІ, поглиблення спеціалізації та використання субпідрядників, необхідність забезпечення підтримки опитуваннями суспільної думки, технологічність, що включає діджиталізацію, координацію кампанії, моніторинг подій, мобілізацію сил та розповсюдження інформації [186].

П. Фельдман в якості основи своєї класифікації лобіювання виходить із того, що лобіювання являє собою комунікативний процес. Тому в основу типології технологій лобіювання він покладає їх розподіли на інфраструктурні технології та технології впливу. Перші, на його думку, використовуються для інформаційного забезпечення лобістської діяльності, інші слугують для здійснення безпосереднього тиску на органи влади [185].

У свою чергу інфраструктурні технології він поділяє на артикуляційні, консалтингові та аналітичні. Технології також поділяються на прямі та опосередковані. Прихильники подібної типологізації виділяють також серед прямих технологій впливу GR, кабінетне та публічне лобіювання. Опосередковане лобіювання реалізується через технології Public Affairs

(вплив через суспільні структури), Media Relations (вплив через ЗМІ), grass-roots (колективні дії) [186].

Останнім часом для лобіювання характерним є використання всіх елементів цих технологій, тобто вони мають комбінований характер із широким використанням не тільки ЗМІ, але й мережі Інтернет і методів GR. Аналізовані технології широко використовуються на Заході. Лобісти в Україні тільки освоюють їх великий арсенал, який постійно розширюється та збагачується за рахунок розробки технологічних схем.

Яскраво виражений дискусійний характер має проблема, що пов'язана з типологією лобізму. На сьогодні можна констатувати відсутність єдиних критеріїв класифікації лобіювання, які були визнані всією науковою спільнотою. У своїй більшості типології лобіювання здійснюються на основі наступних п'яти параметрів: об'єкт лобіювання (законодавче, виконавче та судове); суб'єкт лобіювання (політичне, економічне тощо); характер взаємовідносин між об'єктом та суб'єктом (плюралістичне, корпоративне); механізм досягнення цілей (правотворче та правозастосовне; пряме та непряме); часу дії (довгострокове, короткострокове, стратегічне) [109]. Низка авторів включає в ці параметри предмет лобіювання, виокремлюючи лобіювання, спрямоване у своїх інтересах суспільного на отримання ресурсу; лобіювання, що спрямоване на вирішення проблемної ситуації; позиційне, коли лобіювання спрямоване на отримання певного статусу та посідання монопольних позицій [164].

Значний внесок у розробку проблеми типології лобізму внесли українські дослідники. Серед них особливий інтерес представляє систематизація, запропонована В. Нестеровичем у контексті сучасних політично-правових трансформацій суспільства та держави. В основі запропонованої ним класифікації лежать наступні критерії: за формою закріплення (інституційне – законодавчо регульоване; легальне – воно визнається на державному рівні, має сегментарне конституційно-правове регламентування; квазілобіювання – тіньове, латентне); за методами (пряме

(безпосереднє), непряме (опосередковане), внутрішнє (коридорне); за моделями лобіювання в правотворчому процесі (англосаксонська та континентальна моделі); за формою представлених інтересів суб'єктами лобіювання (плюралістичне, корпоративне); за функціональною спрямованістю (політичне, секторальне, регіональне, соціальне, релігійне, фінансове, економічне); за часом дії (довгострокове, тимчасове); за масштабами лобіювання (міжнародне, на рівні держави, регіону); за механізмами досягнення мети (правове, правозастосовне, право інтерпретаційне); за об'єктом лобіювання (законодавче, виконавче, судове); за ступенем організованості суб'єктів лобіювання (анемічне, організоване) [116]. Автор водночас підкреслює, що така типологія має обмежений характер та робить висновок, що жодна класифікація не дозволить об'єктивно теоретично ідентифікувати феномен лобіювання. Які класифікації не пропонувалися б, всі вони, вважає В. Нестерович, матимуть обмежений характер та не будуть здатні відобразити динамічний аспект цього явища, яке постійно видозмінюється, набуваючи нових рис.

Типологія, представлена в роботі М. Недюхи та М. Федоріна, в основі має сім параметрів: рівень просування інтересу, характер інтересу, часовий вимір, суб'єкт зацікавленості, регіональна специфіка, вплив зарубіжних груп та характер діяльності [109].

Дослідження Є. Мінченко розглядає типологію в контексті всіх інтересів вирішуваного питання [104]. М. Бятець дає типологію лобізму в контексті тієї гілки влади, де вирішується питання, це – законодавча, виконавча, судова [14].

У працях А. Малько типологізація лобіювання здійснена в залежності від типу управлінського рішення (виділено правотворче, правозастосовне та правоінтерпретаційне); в залежності від характеру інтересу (політичне, соціальне, економічне, фінансове, правотворче); в залежності від часу дії (одноразове, постійне); за рівнем влади (на рівні вищих центральних органів влади, регіональному та місцевому). Крім того, автор виокремлює

лобіювання активне і пасивне, емоційне та раціональне, разове та постійне, індивідуально-відособлене та взаємопідтримане, ефективне та неефективне, конструктивне та неконструктивне [99].

У свою чергу, український дослідник В. Виговський визначає три види лобізму в залежності від гілки влади, де вирішується проблема. Це законодавча, виконавча, судова [19].

У залежності від типу управлінського рішення лобіювання може також підрозділятися на правотворче (лобізм у законодавчих органах через нормативні акти), правозахисне та правоінтерпретаційне. Типологія також проводиться на основі суб'єкту, об'єкту та предмету лобістської діяльності, за характером діяльності, а також у залежності від характеру взаємодії [186].

Низка авторів беруть за основу класифікації характеристику діяльності «групи інтересів», виділяючи економічні на неекономічні, суспільні та приватні, зовнішні та внутрішні, при цьому окремо виділяючи групи інтересів та групи тиску, що представляють великі промислово-фінансові групи.

Критерієм класифікації може слугувати бенефіціар лобіювання, так можна виділити: соціальне, відомче, регіональне, іноземне, міжнародне лобіювання. Українські дослідники виділяють також кланове.

Достатньо широко як критерій типологізації використовується форма лобіювання, але при цьому власне поняття «форми» трактується по-різному, часто підміняючи ним поняття методу та способу лобіювання. Прикладом може слугувати виокремлення кабінетного та коридорного лобіювання. Проте ці поняття характеризують, на наш погляд, не форму, а механізми реалізації процесу лобіювання. У залежності від форми виділяють тіньовий (закритий), демократичний (відкритий), інституціоналізований (законодавчо-регульований), а також індивідуальний і клановий. Більшість авторів виділяє три форми лобіювання: пряме, непряме та внутрішнє, інші – аргументують наявність більшої кількості форм. Так, А. Косопкін висуває тезу про те, що за формою види лобіювання можна підрозділити на безпосереднє та

опосередковане, сплановане та спонтанне, плюралістичне та корпоративне, ситуативне та стратегічне, законне та незаконне, а також пряме та непряме. Під безпосереднім лобіюванням автор розуміє такий спосіб просування інтересів, коли суб'єкт сам є організатором та виконавцем всього процесу лобіювання. Опосередковане лобіювання не передбачає участі суб'єкта лобіювання в цьому процесі, його завдання вирішує посередник [67].

Зовсім інший зміст у поняття форми лобіювання вкладає К. Пимяков, виділяючи такі форми, як неформальна (вплив на державних службовців апарату законодавчих та виконавчих органів влади), дорадча (участь у засіданнях в органах влади); експертна (підготовка експертних висновків), консультативна (консультування чиновників), правотворча (підготовка та обговорення проєктів нормативно-правового акту); робота в сфері PR (контакти з ЗМІ) [139].

Низка авторів проводить типологію лобіювання в залежності від характеру процесу взаємодії, виділяючи дві форми – це пряме та опосередковане лобіювання. Пряме лобіювання передбачає прямий контакт лобіста із об'єктом лобіювання, представником законодавчої чи виконавчої влади. Опосередковане лобіювання проводиться через організацію масових заходів, кампаній підтримки певної дії державної влади чи навпаки протидії їй. Мета такої форми – сформувані суспільну думку, активізувати її для організації тиску для прийняття тих чи інших рішень. Дослідники схильні вважати це лобіюванням знизу, яке передбачає поєднання його прямої форми із силою масових політичних та суспільних рухів.

У літературі достатньо широко розповсюджена типологія лобістської діяльності з точки зору легальних та нелегальних методів впливу. Такий підхід все більше піддається критиці, адже саме через категорію легальності лобізм відділяється від корупції. Для дослідження проблеми лобізму в Україні це має особливе значення, адже Україна демонструє один із найвищих рівнів корупції.

Ряд типів лобізму, що визначені авторами, на наш погляд, не мають наукового обґрунтування. Так, достатньо поширеною в літературі є класифікація на цивілізований та нецивілізований лобізм. Останній є нічим іншим, як корупцією. Тому, на наш погляд, трактовка лобізму як цивілізованого не є науково обґрунтованою. Певні питання виникають й до таких типів лобізму, як олігархічний та соціальний.

На складність реалізації всеохоплюючої системи класифікації лобіювання вказують і інші автори. Це свідчить про складність та багатогранність цього явища, яке можна розглядати як інститут, як процес, як функцію комунікативного менеджменту чи як професійну діяльність. У цьому контексті абсолютно правомірним є висновок В. Нестеровича, що в умовах процесів, які динамічно розвиваються та трансформуються під впливом глобалізації та регіоналізації, умовою для того, щоб побачити суть та межі такого об'ємного та багатовекторного явища як лобіювання, є необхідним його класифікувати із використанням різних критеріїв.

На наш погляд, основними критеріями при типології лобіювання, що дозволяють найбільш глибоко осмислити це явище, мають бути об'єкт, суб'єкт та предмет лобіювання, а також його технології, особливості реалізації та наявність його інституціоналізації.

Розглядаючи усі аспекти, пов'язані з аналізом лобізму, необхідно зупинитися на такій проблемі, як умови, за яких можливе його ефективне прозоре функціонування як політичного інституту. Закордонний досвід свідчить про те, що становлення та функціонування лобізму передбачає наявність низки умов, від яких залежить, чи стане слугувати лобізм благові усього суспільства, чи стане обслуговувати вузьку групу нових інтересів, які часто суперечать інтересам суспільства в цілому.

Для того, щоб він функціонував у інтересах суспільства, необхідні відповідні умови. Тракткування цих умов у сучасній науковій літературі достатньо однотайне. До цих умов більшість авторів відносять легалізацію лобістської діяльності та створення системи його правового забезпечення,

правового поля в рамках якого він має діяти. Широку інформованість про діяльність лобістських структур, при цьому гласність повинна мати дворівневий характер: по-перше, вона повинна включати всеохоплюючу інформацію про діяльність лобістських структур, по-друге, надбанням суспільства повинна бути інформація про ті структури в державному управлінні, де використовуються послуги лобістських організацій [108]. Низка авторів вважає необхідною умовою здійснення постійного державного та суспільного контролю. Серед інших умов дослідники виділяють доступ до влади на основі політичного плюралізму, характерний насамперед для демократичних режимів, та розмаїття інтересів у суспільстві, що виникають внаслідок його соціальної диференціації, розшарування [100]. До умов відносять і необхідність наявності високого професіоналізму у тих, хто цією діяльністю займається.

Значення та роль лобізму для суспільства розкривається у його функціях та завданнях. Визначаючи завдання лобізму, ми виходимо із того, що лобізм доповнює конституційну систему демократичного представництва. У цьому контексті завдання лобізму полягає в тому, щоб постійно корегувати діяльність влади в залежності від того, як відбувається процес трансформації важливих груп та корпорацій, що визначають економічний розвиток країн. Водночас лобізм слугує реалізації групових інтересів через вплив на прийняття рішень органами влади.

Необхідно підкреслити, що практично всі дослідники лобізму однаково визначають його основні функції в політичній системі. Серед головних вони виокремлюють функцію забезпечення розмаїття суспільних інтересів, що є посередником між суспільством та державою. До інших функцій лобізму відносять забезпечення політичного представництва, структурування суспільної думки, інформаційну функцію, постановку актуальної проблеми [108]. Таким чином, можна говорити про те, що лобізм забезпечує не лише представництво інтересів тих чи інших груп у владних структурах,

але й виступає процесом з приведення формальної влади у відповідність до влади фактичної.

Однією із ключових проблем, що пов'язані із дослідженням лобізму, є проблема взаємовідносин таких понять як лобізм та корупція. У СРСР вчені вважали, що лобізм характеризує тільки країни з капіталістичною економікою, він пов'язаний із корумпованістю посадових осіб в інтересах насамперед корпоративних груп. Не робилося фактичного розмежування понять лобізм та корупція, вони вважалися синонімами. Сьогодні частина дослідників дотримується такої ж точки зору. Достатньо чітко її сформулював А. Міндагулов, який вважає, що сьогодні «категорично заперечувати корупційну складову лобізму ніхто не наважується». Він зазначає, що «лобіювання, як його не назви – тіньове, легалізоване, цивілізоване, не змінює сутності та не може її змінити, бо лобіст, суб'єкт лобіювання завжди буде прагнути приховати свої справжні інтереси та способи досягнення своїх цілей». Надання лобізму рис, які йому не властиві – відкритість, прозорість, цивілізованість», на думку цього автора є глибокою помилкою [103]. У літературі відображено оцінку лобізму як «пом'якшеної форми корупції». Такий підхід є характерним для С. Заграєвського [44]Error! Bookmark not defined.. Серед західних дослідників на таких позиціях стоять Е. Бендфілд, М. Джонстон, які прямо визначають лобізм як «порушення депутатами Конгресу США, співробітниками державного апарату своїх офіційних обов'язків» [167].

Водночас значна частина дослідників та експертів, що працюють в області лобізму, посідають принципово іншу позицію, розмежовуючи поняття лобізм та корупція, відзначаючи, що лобізм на відміну від корупції несе в собі позитивні моменти та є проявом розвитку демократії та громадянського суспільства. Так, А. Вуйма вважає, що він «несе в собі більші можливості для розвитку компанії. Лобіювання корисне не тільки для розвитку, але й для захисту від небезпечних тенденцій на ринку та у владі. Лобіювання не просто може стати в нагоді компанії – воно життєво

необхідне» [25]. На такій позиції стоїть низка дослідників, що розглядають лобіювання як антипод корупції [2]. З таким акцентом згодні практично всі українські дослідники – Л. Герасіна, В. Нестерович, А. Сумська. Так, Виговський бачить у лобізмі позитивне явище та оцінює його як абсолютно «здорову потрібність демократичного суспільства» [19].

С. Васильєва в оцінці лобізму дещо зміщує акценти, не погоджуючись із думкою вищенаведених авторів. Вона вважає, що на «лобізм не слід дивитись як на конституційну цінність та невід’ємний атрибут демократії. Це лише об’єктивне явище суспільної практики, на яке громадянам та органам доводиться зважати» [18].

Незважаючи на наявність сьогодні значної кількості досліджень, що аналізують взаємозв’язок корупції та лобізму, серед яких необхідно виокремити роботи Н. Кампоса та Ф. Жиованонні, ця проблема залишається дискусійною в науковому середовищі, не має однозначної оцінки і в суспільній свідомості, і в суспільному інтересі [204].

Водночас дослідники визнають той факт, що лобізм неоднозначно оцінюється в суспільній свідомості, що пов’язане з тим, що він має як «прозорий», так і «тіньовий» сенс. В останньому випадку він набуває негативного значення, ототожнюючись у суспільній свідомості з протекціонізмом, корупцією, особливо це характерно для постсоціалістичних країн, де в більшості випадків на рівні стереотипів лобізм є складовою частиною корупційних процесів.

Лобізм продовжує розглядатися сьогодні значною частиною населення як антидемократичне явище. Це характерно і для держав, де відбувається процес становлення громадянського суспільства, і для країн з високим рівнем розвитку демократії, політичної культури та громадянського суспільства. Яскравим прикладом може слугувати Швеція, де сьогодні відсутні всі ознаки інституціоналізації цього феномену. Причина полягає в тому, що суспільна думка в цій країні пов’язує лобізм виключно з міжособистісною взаємодією, а виходячи із традицій шведської культури, спільності інтересів та соціальної

солідарності, це суперечить ідеї демократії та рівноправності в процесі прийняття рішень [225]. Як показують дослідження українського суспільства, в умовах зростаючої корупції більшість населення схильна до ототожнення цих понять. Низка авторів, що визнають принципову відмінність між корупцією та лобізмом, відзначають можливість балансування останнього в бік корупційної складової [161]. Або, як відзначають автори, він насичений корупційною практикою.

На сьогодні дослідники достатньо чітко сформулювали плюси та мінуси лобізму. Позитивні моменти лобізму в контексті його впливу на суспільство, на характер взаємодії суспільства та влади, представлені в роботі Т. Антоненко. До них належить те, що він змушує конкурувати більшість із меншістю за вплив на гілки влади, адже виборче право не дає майже ніяких шансів меншості для задоволення її інтересів, лобізм же дозволяє реально забезпечити інтереси меншості, слугує інструментом самоорганізації громадянського суспільства, з його допомогою мобілізується суспільна підтримка будь-якого законопроекту, здійснюється реальний вплив на політику. Лобізм дозволяє розширити інформаційну підтримку рішень, що приймаються. При обговоренні стикаються та конкурують різноманітні інтереси, влада, виступаючи у ролі судді, впевнюється в тому, що є пріоритетним, а що другорядним. Таким чином, лобізм виступає засобом досягнення компромісу між різними інтересами, інструментом їх примирення [4].

До позитивних характеристик лобізму відносять те, що він змушує «тримати в формі» органи державної влади і управління, надає їм більшої динаміки та гнучкості, він також виступає як інструмент самоорганізації громадянського суспільства. Лобізм – суперник бюрократії, він також створює можливості для забезпечення інтересів меншин та втілює принцип свободи соціально-державних структур [105].

Водночас, лобізм як кожний соціальний засіб може бути використаний і на благо усього суспільства, і на користь будь-яких вузькогрупових

інтересів, які можуть суперечити, як державним, так і суспільним інтересам. Низка авторів виділяє у зв'язку із цим такі негативні наслідки лобізму. Так, лобізм може стати інструментом пріоритетного задоволення іноземних інтересів на шкоду державним інтересам, лобізм може виступати провідником різних форм неправового впливу на державні органи, слугувати фактором розвитку та захисту відомчості, місництва, антисоціальних, аморальних явищ, таких, як проституція, педофілія, пропаганда нетрадиційної орієнтації тощо. Лобізм містить можливість розмивання народовласницьких підвалин суспільства, перетворення демократичних інститутів на потужний інструмент окремих владних груп, лобі, що зважаючи лише на власні інтереси, може блокувати насправді необхідні управлінські рішення, заважати реалізації суспільно значущих програм та заходів та тим самим діяти на шкоду загальнодержавним інтересам, лобізм може використовуватися і як інструмент збагачення окремих соціальних прошарків та бюрократичних еліт. До негативних наслідків відносяться також можливість блокування необхідних державних рішень, заважати стабільності та оперативності державної політики, виступати як прояв соціальної несправедливості. З такими мінусами лобізму згодні й українські дослідники [108].

Широкий спектр оцінок лобізму, наведений нами вище, є ще одним підтвердженням багатогранності та складності цього явища. Його дослідження потребує комплексного підходу, аналізу змісту низки категорій, без яких дослідження лобізму неможливе. Це поняття, які логічно пов'язані із поняттям лобізму – лобіст, лобіювання та лобістська діяльність.

Таким чином, розглядаючи категорійний апарат, пов'язаний із аналізом лобізму, можна зробити ряд висновків.

По-перше, як свідчить аналіз літератури, проблема лобізму є однією з актуальних проблем теорії та практики, яку активно досліджують представники різних наукових дисциплін та експертів, що представляють практично всі сфери життя сучасного суспільства. Водночас, як власне

поняття лобізму, так і логічно з ним пов'язані дефініції лобіювання, лобістська діяльність, критерії класифікації та типологізації цих явищ не потрактовуються однозначно та мають яскраво виражений дискусійний характер. Усе це свідчить про багатогранність та складність такого явища, як лобізм, що з одного боку включає в себе елементи структури демократичного суспільства, виступаючи важливим інститутом його політичної системи, а з іншого боку, постає як процес взаємодії суспільства та влади.

По-друге, виступаючи одночасно елементом політичної системи як один з її інститутів, що характеризує ступінь її демократизму, а також процесом взаємодії суспільства та влади, феномен лобізму неможливо розкрити в контексті певного єдиного концепту. Його дослідження вимагає використання різних методологічних підходів, концептуальних дискурсів, параметри яких дозволяють проаналізувати це явище, визначити сутність та характер взаємодії таких понять, як лобізм, лобіювання, лобіст.

По-третє, триває процес ускладнення підходів вивчення лобізму, проведена систематизація існуючих концептуальних підходів до його дослідження дозволяє зробити висновок, що найбільш перспективними підходами сьогодні виступають політико-правовий та комунікативний. Використання останнього свідчить про прагнення дослідників виявити нові межі цього феномену.

По-четверте, наявність численних підходів до його дослідження призводить до відсутності єдиних критеріїв його систематизації та типологізації. Феномен лобізму існує в оточенні суміжних понять та перебуває з ними у різних відношеннях логічного включення та підпорядкування. До таких понять відносяться дефініція «лобіювання». У контексті аналізу лобізму ми виокремлюємо категорію лобіювання, не прирівнюючи її до лобізму. Лобіюванню властива наявність певних технологій, тобто методів та засобів, за допомогою яких досягається мета лобізму.

У сучасній літературі існує велика кількість параметрів, у рамках яких можна класифікувати лобізм, ряд таких параметрів співпадає, якщо ми розглядаємо лобізм та лобіювання. По відношенню до обох понять застосовуються загальні характеристики: цивілізованого, тіньового, демократичного, галузевого регіонального тощо. Водночас, лобіюванню властиві свої якісні характеристики, що визначають його технологічність, відсутню при характеристиці категорії лобізму.

1.2. Ступінь наукової розробки, джерела та методи дослідження

Проблема просування приватних інтересів під час розробки та впровадження політичних рішень стала привертати увагу науковців з початку ХХ ст. Перші наукові розробки лобіювання тісно пов'язані з теорією груп інтересів. Вивчення ж проблеми лобізму українськими дослідниками розпочалося тільки в 90-ті роки ХХ ст. із формуванням незалежної української держави. Відтоді інтерес до цієї проблеми постійно зростає. До вивчення лобізму підключається все більш широке коло дослідників, що представляють увесь спектр соціально-економічних дисциплін. Особливо проблема лобізму актуалізувалася в ХХІ столітті, коли Україна встала на шлях модернізації своєї політичної системи в контексті формування громадянського суспільства.

Особливістю процесу формування політичної системи України є яскравий вияв клановості та корумпованості, що сприяють початку широкої дискусії з питань лобізму не тільки в науковому середовищі, але й всередині українського суспільства в цілому. Свідченням цього є громадянське обговорення проблем лобізму, яке пройшло 12 жовтня 2009 року в Києві [133], Круглий стіл 11 листопада 2016 року [42], де відбулася дискусія про перспективи інституціоналізації лобіювання в Україні.

На сьогоднішній день стан наукової дослідженості лобізму в Україні представлений значною кількістю робіт, що включають в себе як монографії, статті, аналітичні записки експертів, так і низку дисертаційних робіт. Аналіз

літератури свідчить про те, що українські дослідники, які займаються проблемами лобізму включають у предмет свого дослідження практично весь комплекс проблем, пов'язаних із вивченням цього феномену. Проведений нами аналіз робіт українських авторів свідчить, що дослідження лобізму в Україні розвивається в контексті тих загальносвітових тенденцій, які характеризують його вивчення. Як і в закордонній літературі, воно відображає все різноманіття теоретико-методологічних концептів, що визначають підходи до вивчення такого складного, багатоаспектного явища, яким є феномен лобізму. Значна кількість наукових робіт з цієї теми потребує систематизації, в основу якої ми поклали проблемний принцип. Відповідно до нього роботи з цієї проблеми умовно можна поділити на наступні групи.

Перша група робіт представлена дослідженнями, що пов'язані з аналізом теоретико-методологічних аспектів лобізму, в дослідження яких українські учені зробили свій внесок. Це стосується таких проблем, як розробка категоріально-понятійного апарату лобізму, розробка концептуальних підходів до його вивчення.

Класичними роботами, що включає ця група, є праці закордонних дослідників, пов'язані з теорією груп інтересів. Ключовими серед них є робота А. Бентлі «Процес управління. Вивчення суспільних тисків» (The Process of Government. A Study of Social Pressures) [201] 1908 року, в якій політичний процес виступає як боротьба та конкуренція між різними групами суспільства, а також робота Д. Трумена «Процес управління. Політичні інтереси та суспільна думка» (The Government Process: Political Interests and Public Opinion) 1951 р. [261]. Подальший розвиток теоретичні засади лобіювання знайшли в роботах М. Олсона «Логіка колективних дій» (The Logic of Collective Action, 1965 р.) [245] та Р. Солсбері «Теорія обміну груп інтересів» (Exchange Theory of Interest Groups, 1969 р.) [253]. Ці роботи стали фундаментальними при дослідженні впливу неурядових акторів на політичний процес, заклали засади для подальшого дослідження феномену лобізму.

Серед досліджень закордонних науковців значний внесок в аналіз лобізму як політичного інституту зробили роботи французького дослідника Ф. Фарнеля «Лобіювання: стратегії і техніки втручання» 1994 року [181], британського дослідника Л. Зеттера «Лобіювання: мистецтво політичного переконування» (*Lobbying. The Art of Political Persuasion*) 2008 року [263], німецького дослідника К. Джуса «Лобізм в новій Європі» (*Lobbying in the new Europe*) 2011 року [224]. Ці дослідники присвятили роботи визначенню сутності лобізму, виокремленню його основних функцій у політичній системі, вони розглядали історію виникнення та розвитку цього явища, основні інструменти та технології просування приватних інтересів у політичному процесі, етичні аспекти лобістської діяльності тощо.

Після розпаду СРСР та підвищення актуальності робіт, присвячених проблемам розвитку демократії, до дослідження проблем почали звертатися вчені пострадянського простору. Лобіювання, його позитивні функції в процесі демократичних перетворень стали предметом наукових пошуків низки російських вчених, серед яких варто відзначити роботи В. Лепехіна «Лобізм» (1995 р.) [81], М. Зяблюка «Лобізм у США як політичний інститут» (1995 р.) [52], О. Любімова «Історія лобізму в Росії» (2005 р.) [97], А. Автономова «Азбука лобіювання» (2004 р.) [1] тощо. Їх роботи визначають понятійний апарат лобістської діяльності, історичні етапи лобізму, розглядають особливості функціонування лобіювання в політичних системах пострадянських країн, вивчають закордонний досвід становлення та розвитку лобізму.

Українські дослідники включилися в процес теоретичного осмислення лобіювання в 90-ті роки ХХ ст. Серед робіт цієї тематики необхідно відзначити роботи В. Нестеровича «Типологія лобіювання у контексті сучасних політико-правових трансформацій» [116], «Основні підходи до визначення поняття «лобіювання»» [115], в яких автор дає глибокий аналіз існуючих сьогодні підходів до вивчення лобізму, пропонує свої критерії його типологізації, детально досліджує сутність таких понять, як «лобіювання» та

«лобістська діяльність». Аналогічні проблеми розглядає Т. Сумська у своїй роботі «Теоретичні підходи до визначення поняття «лобіювання»» [159], де вона багато в чому погоджується із В. Нестеровичем, виокремлює ряд концептів, у рамках яких досліджується сьогодні лобізм. Акцент автор робить на політологічному аналізі, у межах якого вона виділяє комунікативний підхід. Для В. Нестеровича пріоритетним є правовий підхід до розуміння сутності цього явища.

Тенденції, які характеризують сьогодні дослідження лобізму, свідчать про ускладнення його вивчення, про прагнення розглядати його в контексті нових теорій та підходів, у рамках комунікативних технологій та комунікативного менеджменту. Прикладом такого підходу в українській політичній науці є робота О. Гросфельд «Лобізм та Governmental relations: контури теорії» [33], Ю. Ганжурова «Парламентське лобіювання в контексті політичної комунікації» [27], а також стаття Є. Тихомирової «Лобізм як складова міжнародного PR» [164]. В останній авторка через аналіз міжнародного PR підходить до розкриття глобального, регіонального та національного рівнів міжнародного лобіювання, яке розглядається як специфічна форма комунікації. Цьому авторові належить ще низка робіт, де лобізм розглядається як специфічна форма комунікації з суспільством.

Категоріальний апарат лобізму досліджує Д. Виговський у своїй роботі «Суть лобізму як категорії політичної науки» [19]. У рамках роботи автор не тільки дає своє розуміння суті лобізму, але й пропонує свою класифікацію цього явища, а також чітко формулює його позитивне значення. Відносно лобізму в Україні він робить висновок про його нерозвиненість та відсутність таких його характеристик, як відкритість та підконтрольність. Позитивний лобізм, на думку автора, може існувати тільки в умовах розвиненої демократичної системи, де існують умови для системи широкого представництва інтересів суспільства. Як і в світовій практиці, автори цієї групи літератури неоднозначні в своїх оцінках та підходах, це стосується

визначення суті таких термінів, як лобіювання, лобізм, а також критеріїв його типології.

Значним внеском у розробку категорійного апарату феномену лобізму стала робота Д. Базилевича та В. Нестеровича «Становлення інституту лобіювання в Україні: основні принципи та підходи» [5]. У цій роботі представлено глибокий аналіз усіх аспектів, пов'язаних із визначенням підходів до розуміння лобіювання, об'єкта та суб'єкта цього процесу. Автори подають типологію лобістів, розкривають форми (методи) лобіювання. Усе це подається в контексті підходів дослідження лобізму в Україні, а також впровадження цих підходів до практики українського лобізму.

Типологія лобізму розкривається також у роботах В. Биковець «Лобізм у системі представництва інтересів» [9], А. Піонтковської «Лобізм: українські реалії та перспективи» [125], І. Немчинова «Лобіювання як форма діалогу з владою» [110], Ю. Недюхи та М. Федоріна «Лобізм як соціально-політичний феномен: сутність і засоби впливу» [109]. У цих роботах чітко прослідковується сутність лобізму, який розглядається як необхідний інструмент демократичних процесів, що, на думку авторів доповнюють систему демократичного представництва. У цих роботах дається спроба дати класифікації лобізму, визначення критеріїв такої класифікації. Так, для цих авторів характерно визначати лобізм за характером його діяльності, виділяючи тіньовий, демократичний, інституціональний. А. Піонтковська вводить поняття «кланове лобіювання», для неї, на наш погляд, характерним є акцентування на взаємозв'язку бізнесу та влади.

Оцінюючи феномен лобізму як знакову рису розвитку сучасного демократичного суспільства, українські дослідники відзначають його подвійний характер, оцінюють як в позитивному, так і негативному плані. Негативного характеру лобізм набуває, коли він не регулюється законодавчо та не має чітко визначеного правового поля, це і дає можливість дослідникам характеризувати лобізм в Україні як олігархічний, клановий, з рисами фаворитизму. Практично всі автори вказаних робіт роблять висновок про

необхідність включення лобізму до рамок законодавчо-регульованої діяльності як важливої умови боротьби із корупцією.

Українські дослідники звертають увагу і на визначення суб'єктів лобізму, у першу чергу «група інтересів». Аналіз літератури свідчить про те, що цей аспект лобізму в Україні лише починає вивчатися. І в цьому контексті можна погодитися з думкою О. Коляса, що «проблема груп інтересу є абсолютно новою та недослідженою темою для української політичної науки». Серед робіт, присвячених цій тематиці необхідно виокремити роботи О. Коляса «Групи інтересу в системі «держава-громадянин-суспільство»» [60], О. Чувардинського «Групи інтересів у громадянському суспільстві» [192], В. Рейтеровича «Групи інтересів у системі громадянського суспільства в Україні: можливості неурядових організацій» [145], В. Табакера «Суб'єкти та об'єкти лобістської діяльності у Верховній Раді» [162], І. Кіянки «Взаємодія держави і групи тиску в сучасному політичному процесі України» [59], О. Куценка «Структурування інтересів економічно-політичних еліт у процесі перетворення в Україні» [77]. Аналіз вказаних робіт свідчить про те, що у своїй більшості вони не ототожнюють поняття група інтересів та група тиску, розглядаючи ці поняття як самостійні категорії в контексті теорії груп інтересів. Саме вони є основними суб'єктами процесу лобіювання. Водночас групи інтересів і групи тиску, які сьогодні діють у політичному просторі України, мають яскраво виражену специфіку, що відрізняє їх від класично прийнятої системи класифікації. Особливістю є те, що соціальні групи інтересів не є та не можуть бути групами тиску, тоді як існуючі групи тиску не виражають соціальні інтереси.

Друга група робіт охоплює ті, що пов'язані із проблемою інституціоналізації лобізму. Цей аспект найбільш активно вивчається українськими дослідниками. Зростання інтересу до цієї проблематики викликане, на наш погляд, практичним її значенням у житті українського суспільства і розвитком політичної системи. Це, в першу чергу, прийняття

закону, який надав би лобізму легального характеру та ввів його до сфери законодавчого регулювання.

Серед робіт цієї групи необхідно виокремити роботи В. Нестеровича, його фундаментальну монографію «Конституційно-правові засади інституту лобіювання: зарубіжний досвід та перспективи для України» [111], роботу Р. Мацкевича «Політико-правові засади формування лобізму в сучасній Україні» [101], в якій автор вважає цей процес індикатором розвитку громадянського суспільства. Цій же проблемі опосередковано присвячена стаття А. Зернової «Легітимація лобізму в Україні» [49], де обґрунтовується необхідність термінового прийняття закону про лобізм, інакше проблема корупції буде набувати все більшої гостроти.

Усі автори, що розглядають цю проблему, виходять із необхідності протистояти корупції, вважаючи, що процес інституціоналізації лобізму, його легітимізації стане ефективним інструментом протидії корупції в Україні. Необхідність включення лобізму до правового поля та принципи, на яких повинен реалізовуватися цей процес, розвивається в роботі А. Євгенєвої «Законодавче регулювання лобістської діяльності» [43]. Окремі аспекти, пов'язані із включенням лобізму в Україні до правового поля, знайшли відображення у роботах О. Федоренка «Запровадження інституту лобіювання в Україні: законодавчі та державно-управлінські аспекти» [182], О. Гросфельд «Становлення лобізму в сучасній Україні» [37], О. Кривецького «Закон про лобізм – удар по корупції в Україні» [71].

Таким чином, дослідники цієї групи доводять необхідність введення лобізму в рамки законодавчого регулювання, розглядаючи процес його інституціоналізації та легітимізації як важливий інструмент боротьби із корупцією, визнаючи лобізм як об'єктивну реальність розвитку демократичного суспільства та його політичної системи, як спосіб впливу громадянського суспільства на прийняття рішень органами державної влади.

Третя група робіт представлена працями, що досліджують закордонний досвід становлення, інституціоналізації та функціонування інституту

лобізму. Ця група здебільшого представлена закордонними дослідниками. А. Просс у роботі «Лобіювання: моделі регулювання» (Lobbing: Models for Regulation) [248] провів порівняльний аналіз двох основних моделей регулювання лобістської діяльності, виокремив основні характерні риси американської та європейської моделі. Комплексний аналіз регулювання лобізму в країнах західної демократії представлено в колективній роботі дослідників Дублінського університету Р. Чері та Г. Мьорфі «Регулювання лобіювання: порівняльний аналіз світового досвіду» (Regulating Lobbying: a global comparison) [208]. Політико-правові засади функціонування лобізму за кордоном також розглянуто в роботі Д. МакКеоуна «Правила лобіювання влади в Австралії, Канаді, Великобританії та США» (Rules for lobbying governments in Australia, Canada, UK and USA) [241].

Особливості лобіювання в США розглядаються в роботах американських дослідників С. Голмана «Походження, еволюція та структура Закону про лобіювання» (Origins, Evolution and Structure of the Lobbying Disclosure Act) [222], У. Луненбурга «Еволюція федерального регулювання лобіювання: де ми зараз і де ми маємо бути» («The Evolution of Federal Lobbying Regulation: Where We Are now and Where We Should Be Going») [240]. Канадський досвід досліджують роботи А. Фурнаса «Кейс-стаді прозорості: розкриття інформації про лобіювання в Канаді» (Transparency Case Study: Lobbying disclosure in Canada) [217], Г. Джиорно «Огляд канадських законів з лобіювання» (Taking a Page from Canada's Lobbying Laws) [218].

Особливості розвитку лобізму на наднаціональному рівні, зокрема в рамках Європейського Союзу, досліджують роботи А. Чамберса «Лобіювання в ЄС. Як досягти більшої прозорості» (The Lobbying of the EU. How to achieve greater transparency) [207], К. Гросека, Е. Клароса «Регулювання лобіювання в країнах-членах ЄС» (Regulation of Lobbying across the EU) [219], польської дослідниці У. Курчевської «Лобізм в Європейському Союзі» [75].

Серед робіт, що розглядають питання розвитку лобістської діяльності та її регулювання в країнах Європи, варто виокремити праці А. Овусу «Групи тиску» (Pressure Groups) [246], Е. Бауера, М. Тіеля, І. Влада «Новий закон про лобіювання у Франції» (New lobbying law in France) [200], Н. Борінга «Законодавство з лобіювання: Франція» (Lobbying Disclosure Laws: France) [202], М. Рейнберга-Лейбела «Лобіювання в Австрії» (Lobbying in Austria) [252], Дж. Мьорфі «Регулювання лобіювання в Ірландії» (Lobbying regulation in Ireland) [243], Р. Спета «Лобіювання в Німеччині» (Lobbying in Germany) [254].

Внесок в розробку цієї теми зробили і російські дослідники Г. С. Кузнецов «Політичний лобізм: світовий досвід» [73], О.М. Заславська «Закордонний досвід правового регулювання лобістської діяльності в органах законодавчої влади» [47], А. Чечоткіна «Моделі регулювання лобістської діяльності» [191], А. Белоусова «Лобізм в Європейському Союзі: корпорації vs НКО» [7] тощо.

Серед українських дослідників, що предметом своїх досліджень обрали закордонні моделі регулювання та функціонування лобізму варто відзначити Інформаційну довідку, підготовлену Європейським інформаційно-дослідницьким центром, «Законодавче регулювання лобістської діяльності (досвід країн Європейського Союзу та Сполучених Штатів Америки)» [46], а також колективну роботу «Проблеми легітимації інституту лобіювання в Україні та шляхи їх розв'язання: матеріали громадського обговорення (м. Київ, 12 жовтня 2009 р.)» за авторством В. Федоренка, Д. Базілевича, В. Нестеровича, С. Юр'єва, Я. Кагляка [133]. Це комплексні роботи, що розглядають провідні світові практики з формування засад лобістської діяльності.

У контексті дослідження закордонного досвіду інтерес представляє робота Є. Тихомірової «Технологія зв'язків із владою: міжнародний досвід лобіювання» [166]. Автор розкриває на основі зарубіжного досвіду потенціал лобізму в боротьбі з корупцією, але для цього він повинен бути введений до

правового поля, інакше, робить висновок вона, «буде йти процес мутації у бік криміналітету».

Європейського досвід лобіювання розглянуто в роботі М. Газізова «Європейський досвід лобістської діяльності: уроки для України» [26]. У роботі представлено аналіз особливостей правових засад лобізму в Литві та Польщі, виокремлено передумови їх становлення, вимоги до реєстрації лобістів та їх звітності, визначено санкції за порушення положень законів про лобіювання.

Досвід окремих держав у цій сфері представлено в роботах А. Трофименко «Тенденції розвитку інституту лобізму в політичній системі Канади» [177], В. Нестеровича «Конституційно-правові засади системи реєстрації лобістів у Канаді» [111], П. Кучми «Лобіювання у Польщі» [78].

Роботи цієї групи дають можливість прослідкувати еволюцію лобіювання, виокремити найбільш ефективні інструменти його регулювання, визначити найефективніші технології просування інтересів. Крім того, вони доводять позитивний ефект лобізму як політичного інституту в демократичному суспільстві за умов чітко визначених правових рамок його функціонування.

Четверта група робіт включає в себе праці, що розглядають проблему становлення та розвитку лобізму в Україні. Серед них, в першу чергу, потрібно виділити фундаментальне комплексне дослідження – монографію Ю. Зущика «Лобізм в Україні», що вийшла у світ у 2000 році, ця робота не втратила своєї актуальності й сьогодні [51]. Автор на основі глибокого аналізу теоретико-методологічних підходів закордонного досвіду досліджує процес становлення лобізму в Україні, показуючи його специфіку. Етапи становлення лобізму в Україні, фактори, що впливають на розвиток цього явища в політичному просторі української держави, знайшли своє відображення також в роботах В. Філіповського «Актуальність лобізму в Україні скрізь призму реформування політичної системи» [187] та Н. Стрижаквої «Недоліки лобіювання у суспільствах перехідного типу:

сутність та причини» [154]. Необхідно також виділити роботи О. Гросфельд «Становлення лобізму в сучасній Україні» [37]. Значення цієї роботи полягає в тому, що авторка виділяє ключові суб'єкти лобіювання, розкриває причини, під впливом яких відбувається процес формування лобізму в Україні, а також досліджує механізми та технології лобізму в реаліях української дійсності. Інтерес представляє її інша робота, що присвячена аналізу специфіки лобізму в Україні – «Специфіка лобізму в системі представництва інтересів спільноти в політиці України» [34], в якій однією з головних особливостей лобізму вона визначає його яскраво виражений олігархічний характер, коли суб'єктами виступають інтереси певних кланів, що володіють значними капіталами та контролюють структуру державної влади в Україні.

Окремо треба відзначити роботи, автори яких досліджують особливості становлення лобізму в Україні та його якісні характеристики. Це роботи А. Гончарова «Лобізм по-українськи: американська чи європейська модель» [30], І. Похило, О. Буряченко, С. Годного «Олігархічний лобізм як відображення репутації політика» [126], К. Одарченко «Адвокація і лобізм в Україні – який запит суспільства» [117], О. Беспроз «Печерний лобізм» [6].

До п'ятої групи включено роботи, в яких здійснено спробу розглянути проблеми лобізму в Україні в контексті використання закордонного досвіду. У достатньо широкому колі літератури, що аналізує проблему лобізму в Україні цей сегмент є найменшим. Що підтверджує актуальність теми роботи.

Серед робіт цієї проблематики особливо необхідно виокремити автора А. Трофименко, що в роботі «Лобізм в Канаді: досвід для України» [173] досліджує можливість використання американської моделі регулювання лобізму в Україні, а також роботу М. Лопати «Лобіювання: світова практика та українські реалії» [85]. Досвід формування правового регулювання лобізму в США відображено у вже вказаній нами вище роботі М. Недюхи та М. Федоріна [109].

Також слід відзначити колективну роботу «Проблеми легітимації інституту лобіювання в Україні та шляхи їх розв'язання : матеріали громадського обговорення» (м. Київ, 12 жовтня 2009 р.), авторами якої стали В. Федоренко, Д. Базілевич, В. Нестерович, С. Юр'єв, Я. Кагляк [133]. Ця робота репрезентує аналіз ключових категоріальних понять лобізму, а також характеристику умов його реалізації, форми легітимізації в країнах Заходу в контексті використання цього досвіду для України.

Можливості використання американської чи європейської моделі регулювання лобізму досліджує робота А. Гочарової «Лобізм по-українськи: американська чи європейська модель» [30]. Перспективам можливості використання зарубіжного досвіду присвячена стаття В. Федоренко «Інститут лобіювання у країнах Західної демократії та перспективи його легітимізації в Україні» [184]. Зарубіжний досвід, пов'язаний із використанням лобіювання як інструменту публічного врядування, досліджує В. Сумська. У своїй статті «Лобіювання як інструмент публічного врядування: зарубіжний досвід» [157] авторка аналізує досвід США, Великобританії, Канади, Німеччини, Франції та робить висновок, що в більшості країн трансформація лобіювання з неформального інституту у формальний відбувається шляхом його спеціальної законодавчої регламентації.

Роль лобізму в політичному просторі суспільства на основі аналізу зарубіжного досвіду розкриває у своїй статті Л. Герасін «Практика лобізму в політичному процесі України та світу: політико-соціологічний аспект» [28]. У своєму дослідженні автор на основі порівняльного аналізу практики лобізму в Україні та досвіду США, Великобританії та низки інших країн робить висновок, що в Україні він має яскраво виражений характер корупції та в суспільній думці ідентифікується з нею. Закордонний досвід наявно свідчить, про необхідність законодавчого регулювання лобістської діяльності, а також підконтрольність його громадському суспільству.

Можливості використання закордонного досвіду в сфері регулювання лобізму присвячена також робота О. Пасхавера, Л. Верховодової та К. Агєєвої «Світовий досвід для України: взаємовідносини великого капіталу з владою і суспільством» [123].

Таким чином, аналіз цієї групи літератури свідчить про те, що всі дослідники впевнені в необхідності та можливості його використання в реаліях української дійсності, у тому, що лобізм може розвиватися та нести в собі позитивний потенціал, успішно виконувати свої функції тільки за умови включення його до правового поля, його жорсткій законодавчій регламентації. Водночас, на наш погляд, ряд аспектів використання закордонного досвіду лобізму в процесі його становлення в Україні як явища, яке чітко регулюється в рамках законодавства не несе достатньо глибокого осмислення. Використання досвіду інших країн неможливе без чіткого законодавчого визначення таких понять, як лобізм, лобіювання, лобіст, суб'єкти лобіювання. Також аналіз свідчить, що в науковому середовищі України не розроблено єдиного підходу до визначення цих дефініцій.

Проведений аналіз стану дослідженості проблеми лобізму дозволяє зробити такі висновки. Українські автори в цілому проводять дослідження лобізму в контексті тих концептів, які сьогодні характеризують вивчення цього феномену у світі. Найбільш активно проблема лобізму в Україні досліджується в рамках юридичного та політологічного підходів, практично ця тема залишається поза інтересом вчених-економістів. Водночас українські автори роблять кроки в осмисленні лобізму в контексті комунікаційних технологій та комунікативного менеджменту. Аналіз літератури свідчить також про те, що серед українських дослідників немає однозначних оцінок у трактуванні питання технології лобізм, його характеристик в Україні, у питаннях взаємозв'язку лобізму і корупції.

Практично всі автори вважають головним завданням сучасного розвитку демократії в Україні введення лобізму до правового поля українського законодавства, тобто прийняття законів, які давали б чітке

визначення лобізму, лобіювання, визначали принципи та технології його реалізації. Тільки реалізація процесу інституціоналізації лобізму створить умови, за яких лобізм зможе протистояти корупції і буде нести в собі позитивний потенціал, який дозволить громадському суспільству прозоро впливати на прийняття рішень владними структурами.

Джерельна база дослідження. Комплексний підхід до вивчення інституалізації та функціонування лобізму як елементу політичної системи, можливості використання закордонного досвіду цього процесу в Україні вимагають залучення відповідної емпіричної бази. Її особливості зумовлені характером об'єкта та предмета дослідження, структурою поставлених завдань, принципів та методів, які використовуються в процесі наукового пошуку.

Оптимальне розкриття інформаційних можливостей джерельної бази потребує її класифікації та структурування за загальновизнаним принципом розподілу джерел за походженням та змістом. Згідно з зазначеним підходом джерела, що використовуються в дослідженні, можна умовно розподілити на такі групи та підгрупи:

1. Нормативно-правові документи:

- міжнародні та наднаціональні нормативно-правові акти, що прямо або опосередковано стосуються регулювання практики лобіювання політичних інтересів;
- документи, що формують правові засади функціонування лобізму в різних країнах;
- кодекси поведінки лобістів та посадовців;
- підзаконні нормативно-правові акти спеціально створених органів державної влади для контролю за прозорістю політичного процесу;
- нормативні документи, що формують правові засади лобістської діяльності в Україні;
- законопроекти з регулювання лобізму в Україні;

2. Установчі та інші документи громадських організацій та комерційних структур, залучених до лобістської діяльності.
3. Статистичні матеріали.
4. Довідкові матеріали, представлені на офіційних веб-сайтах державних органів влади.
5. Матеріали засобів масової інформації та комунікації.

Проблематика та завдання нашого дослідження передбачають визначення *першорядних джерел – нормативно-правових актів*, аналіз яких дає підстави робити відповідні висновки та узагальнення стосовно мети та завдань дослідження, тоді як решта (матеріали ЗМІ, довідкова інформація тощо) відіграють допоміжну, але не менш важливу функцію.

Інститут лобіювання є особливим міжгалузевим правовим інститутом, який має специфічну сферу правового регулювання – суспільні відносини, тому сьогодні дослідники мають усі підстави говорити про становлення і розвиток міжнародно-правового регулювання інституту лобіювання, зокрема, у рамках універсальної (ООН) та регіональних (ЄС, РЄ, ОБСЄ) міжнародних міжурядових організацій. І хоча до завдань нашого дослідження не входило спеціальне вивчення міжнародно-правового регулювання інституту лобізму, міжнародно-правові акти, такі як Міжнародний пакт про громадянські та політичні права (1966 р.) [107], Резолюція ГА ООН № 45/107 щодо міжнародного співробітництва в галузі попередження злочинності та кримінального правосуддя в контексті розвитку [144], Конвенція ООН проти корупції (2003 р.) [63], Конвенція ОЕСР з боротьби з підкупом посадових осіб іноземних держав при проведенні міжнародних ділових операцій (1997 р.) [62], Конвенція Ради Європи про кримінальну відповідальність за корупцію (1999 р.) [72] та інші встановлюють основи для формування лобістських інститутів і на національному та наднаціональному рівні, висвітлюють основні підходи міжнародної спільноти до зниження корупційних ризиків та збільшення прозорості політичного процесу.

Серед документів, що встановлюють вимоги до лобістів у рамках ЄС слід виокремити Комюніке Комісії ЄС (Раді, Європарламенту та Економічному і Соціальному Комітету) про боротьбу з корупцією в Європейському Союзі від 2011 р. [211], а також Міжінституційну угоду (Interinstitutional Agreement – ІА) між Європарламентом та Єврокомісією 2016 р. [223].

Документи цієї підгрупи дають можливість простежити процес взаємовпливу та взаємообумовленості інституалізації лобізму на національному та наднаціональному рівнях. А зважаючи на євроінтеграційну політику України, вивчення та аналіз європейських нормативних актів щодо лобізму має й практичне значення.

Разом з тим, особливістю політико-правових засад регулювання лобістської діяльності є якщо не відсутній, але поки що «розмитий» глобальний або наднаціональний правові рівні (та й узагалі його доцільність є предметом окремого наукового пошуку). Отже, основними джерелами дослідження стали *документи, що формують правові засади функціонування лобізму в різних країнах.*

Мета та завдання вивчення закордонного досвіду політико-правових засад лобістської діяльності вимагає звернутися до *конституційних актів* різних країн, в яких вбудовано норму подання петицій до органів державної влади (Білль про права (1689 р.) у Великобританії, Конституція США (1791 р.) – перша поправка, Основний закон Німеччини (1949 р.) – 17 стаття тощо), та *національних документів*, що містять правові засади функціонування лобізму в різних країнах. Серед останніх: Закон про розкриття лобістської діяльності» (Lobbying Disclosure Act), прийнятий у США в 1995 році [230], Закон про лобіювання в Канаді (Lobbying Act) [227], Закон про транспарентність, протидію корупції та модернізацію економічного життя Франції (Loi relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique) [238], Закон про прозорість лобіювання у Великобританії (Transparency of Lobbying, Non-Party

Campaigning and Trade Union Administration Act) [257], Закон про лобіювання та прозорість представництва інтересів в Австрії (Lobbying and Interest Representation Transparency Act) [223], Закон про регулювання лобіювання в Ірландії (Regulation of Lobbying Act) [249] та інші.

Вивчення та аналіз національного законодавства щодо регулювання лобізму дозволяє виокремити держави, для яких характерним є окреме законодавче регулювання лобізму (США, Канада, Австралія, Великобританія, Франція, Литва, Польща, Словенія тощо), та держави, в яких на законодавчому рівні регулюються окремі його аспекти (Німеччина, Нідерланди, Італія, Хорватія, Румунія тощо). Це дає можливість екстраполювати можливі варіанти законотворчого потенціалу на вітчизняні реалії.

Зважаючи на те, що суб'єктами лобізму є окремі індивіди та групи, які доносять свої інтереси до органів влади, далеко не всі питання процесу лобіювання в демократичному суспільстві можуть бути ефективно розв'язані за допомогою лише законів. Тому великого значення набуває етичне регулювання лобізму, що оформлюється в *кодекси поведінки лобістів*, які й складають *третю підгрупу джерел* в нашому дослідженні. Формально кодекси не є правовими документами, але за змістом вони, декларуючи цінності та формулюючи професійні стандарти, консолідують спільноти лобістів та здійснюють легітимність лобізму в очах суспільства. У деяких країнах лобістські кодекси поведінки являють собою нормативний акт, прийнятий ще й законодавчим органом держави – канадський кодекс поведінки лобістів (The Lobbyists' Code of Conduct), затверджені в ЄС, Франції тощо, що дає підстави включати ці документи до групи нормативно-правових актів. У нашому дослідженні ретельно проаналізовано Кодекс етики лобіювання США (Code of Lobbying Ethics) [210], Кодекс поведінки лобістів Канади (Canadian Lobbyists Code of Conduct), Кодекс поведінки лобістів у ЄС (Code of Conduct) [209] тощо, що дає можливість оцінити

ефективність взаємодії державних органів влади з самоорганізаційною діяльністю лобістів.

Запорукою успішної та ефективної лобістської діяльності є взаємне стримування та протиставлення різноманітних інтересів у політичній сфері, недопущення неконвенційних та непропорційних методів впливу окремих груп на процеси вироблення політичного курсу, що забезпечується спеціальними органами державної влади, відповідальними за прозорість політичного процесу. *Підзаконні нормативно-правові акти* таких державних структур складають *четверту підгрупу* джерел нашого дослідження. Особливе місце серед них посідають матеріали з реєстрів лобістів, що розміщені на офіційних веб-сторінках уповноважених структур. Це документи Управління Уповноваженого з питань лобіювання Канади (Office of the Commissioner of Lobbying of Canada) [244], Статистичного порталу США (Statista) [255], Реєстру прозорості ЄС (Transparency Register of the EU) [209] тощо. Дослідження джерел цієї групи дозволяють детально дослідити досвід країн Північної Америки та Європи з правової регламентації лобістської діяльності, виявити спільні першочергові вимоги до лобістів.

П'ята підгрупа джерел представлена нормативними документами, що формують правові засади лобістської діяльності в Україні. При цьому необхідно зазначити що у вітчизняному чинному законодавстві відсутні правові документи, які безпосередньо визначали б та регламентували право громадян та груп інтересів на здійснення лобістської діяльності. Разом з тим існують нормативно-правові акти, які створюють умови для такої діяльності, які й були ретельно вивчені в нашому дослідженні.

Перш за все, це Конституція України, що містить низку положень, які надають можливість для визначення і регулювання лобізму в Україні, і з яких випливає право громадян на лобістську діяльність: ст. 34 гарантує право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань; ст. 36 надає громадянам свободу об'єднання у політичні партії та громадські

організації для здійснення й захисту своїх прав і свобод та задоволення політичних, економічних, соціальних, культурних й інших інтересів; ст. 38 надає право брати участь в управлінні державними справами, а ст. 40 – направляти індивідуальні чи колективні письмові звернення або особисто звертатися до органів влади [65]. Конкретизують, тлумачать та забезпечують конституційні положення в контексті лобістської діяльності й інші закони України. Закон України «Про Регламент Верховної Ради України» [136], «Про комітети Верховної Ради України» [138], «Про статус народного депутата України» [141] надають можливість громадськості долучатися до прийняття рішень Верховною Радою України. Закон України «Про громадські об'єднання» [136], Закон України «Про звернення громадян» [137] та інші вітчизняні нормотворчі документи опосередковано визначають підґрунтя правового регулювання лобістських відносин та лобістської діяльності. Аналіз наявної законодавчої бази України дає підстави стверджувати, що, з одного боку, вона створює в державі ґрунт для здійснення лобістської діяльності, але, з іншого, її недостатньо для ефективного, прозорого та неконвекційного інституту лобізму.

Нагальний запит на Закон «про лобізм» підтверджується й наявністю численних *законопроектів з регулювання лобізму в Україні*, які й становлять *шосту підгрупу джерел*. Задля поставлених у нашому дослідженні завдань простежити динаміку розвитку законодавчих ініціатив з регулювання лобізму в Україні та виявити особливості українського лобізму, автором було ретельно проаналізовано законопроекти «Про лобіювання в Україні», запропонований народним депутатом І. Шаровим у 1999 р. [137], «Про правовий статус груп об'єднаних спільними інтересами (лобістських груп) у Верховній Раді України», запропонований Ю. Сахно у 1999 р. [138], «Про діяльність лобістів у Верховній Раді України», внесений розгляд народним депутатом І. Гринівим у 2005 р. [134], проєкт Закону України «Про вплив громадськості на прийняття нормативно-правових актів», розроблений Міністерством юстиції у 2009 р. [141], а також проєкт Закону України «Про

регулювання лобістської діяльності в Україні» 2010 р., запропонований В. Коновалюком [140], Проект Закону Про забезпечення прозорості та законності комунікації з суб'єктами владних повноважень [135], Проект Закону про публічну адвокацію [139]. На початку 2020 року зареєстровано ще чотири альтернативні законопроекти про лобізм: «Про державну реєстрацію суб'єктів лобіювання та здійснення лобіювання в Україні», «Про лобізм», «Про правове та прозоре регулювання діяльності з лобіювання», «Про лобістську діяльність». Ці законопроекти цікаві для нас не тільки з точки зору ключових тез та інтерпретацій лобістської діяльності, але й визначенням певних груп інтересів у політикумі країни, а також рефлексією на них експертних та громадських кіл щодо доцільності/недоцільності законотворчої діяльності навколо введення інституту лобізму України у правове поле.

Узагалі ж, дослідження джерел останньої підгрупи дозволяє виявити ті аспекти лобіювання, на які звертають увагу сучасні посадовці, встановити недоліки цих проектів законів, що потребують подальшого вдосконалення з урахуванням закордонного досвіду.

Окремо слід відзначити аналіз документів, які не мають нормативного характеру та не стосуються наднаціональних чи національних органів державної чи виконавчої влади, проте напряму стосуються лобістської проблематики. Зокрема, до них відносяться асоціації, що об'єднують професійних лобістів: Асоціація спеціалістів з GR у США (Association of Government Relations Professionals), Асоціація професійних та політичних консультантів (APPC) у Великобританії, Канадська ліга лобістів [205], Французька асоціація лобіювання та консультування з громадських справ (Association française des conseils en lobbying et affaires publiques – AFCL), Австрійська асоціація громадських справ (ÖPAV) та Австрійська рада лобіювання та зв'язків з громадськістю (ALPAC), Німецька асоціація політичних консультантів (Deutsche Gesellschaft für Politikberatung) та Німецька асоціація спеціалістів з PR (Deutscher Rat für Public Relations),

Асоціація професійних лобістів Польщі (Association of Professional Lobbyist in Poland) та інші. Ця група також включає документи неурядових організацій, що здійснюють моніторинг прозорості політичного процесу, це Alter EU (Alliance for Lobbying Transparency and Ethnic Regulation) [195]

На офіційних сайтах цих асоціацій містяться установчі та діловодні документи, що регулюють та висвітлюють їх діяльність, вони становлять *другу групу джерел даного дослідження*.

Третю групу джерел складають дані статистики. Вони виступають у якості кількісного фону дослідження лобізму в країнах світу та Україні, дають можливість простежити динаміку витрат на лобіювання в деяких країнах, динаміку кількості зареєстрованих лобістів, зміни кількості зареєстрованих лобістів та розподіл представників інтересів в ЄС за категоріями та країнами реєстрації тощо, що знайшло своє відображення у відповідних підрозділах дисертації та акумулювалося у додатках. До цих джерел належить база зареєстрованих лобістів у США [229] та статистичний портал США [255], реєстр лобістів ЄС [258], реєстр лобістів Великобританії [262] тощо.

Четверту групу джерел складають довідкові матеріали, представлені інформацією з офіційних веб-сайтів державних органів влади, до яких серед інших належать Управління з питань лобіювання Канади [244; 194; 197], Європейський парламент [198; 212; 259], Секретаріат Кабінету міністрів Великобританії [242], Управління реєстратора лобіювання в Ірландії [250; 251], Комітет з питань бюджету ВРУ [61], Офіційний сайт Кабінету Міністрів України [124] тощо. Ця інформація надає первинні довідкові відомості про наявність та сферу діяльності таких груп, стосовно державних та виконавчих органів влади – наявності лобістської спрямованості їх діяльності.

П'яту групу джерел становлять матеріали засобів масової інформації та комунікації. Висвітлення проблеми лобізму в офіційних та неофіційних (новинно-інформаційних) ЗМК в контексті нашого дослідження виконує декілька функцій. По-перше, мас-медіа використані у буквальному –

інформаційному сенсі, коли простежуються ті чи інші події, пов'язані з лобістською діяльністю в досліджуваних країнах та Україні: прийняття законопроектів, публічні обговорення із залученням експертів, новини щодо діяльності лобістських громадських організацій тощо. По-друге, висвітлення проблем у ЗМК є поширеним методом впливу на громадську думку, на прийняття рішень та просування (лобіювання) інтересів. Отже, у нашому випадку певні тематичні сюжети в ЗМІ можуть виступати як інструмент лобізму. Серед джерел цієї групи, наприклад, «Дискусія щодо перспектив інституалізації лобіювання в Україні» [42], новинні повідомлення з таких веб-порталів, як «РБК-Україна» [148], «Gazeta.ua» [153], «24tv.ua» [48], «Економічна правда» [38], «Ukrainelobbying.com.ua» [45], «Delo.ua» [84], «Ваше здоров'я» [142], «Днепрcity.net» [151], «NashiGroshi.org» [152], «Media Sapiens» [180], «Четверта влада» [189] тощо.

Таким чином, аналіз емпіричної бази дослідження засвідчує, що наявний комплекс джерел, використаний у дослідження містить значну кількість інформації, цілком достатньої задля вирішення поставлених у роботі завдань та досягнення мети – обґрунтування застосування закордонного досвіду функціонування лобізму в процесі його інституціоналізації в Україні.

Методологічною основою дисертації стала сукупність як загальнонаукових, так і специфічних методів. Наукове дослідження такої багаторівневої і багатовекторної проблеми, як лобізм, неможливо проводити поза контекстом тенденцій, що сьогодні відбуваються у сучасних політичних системах, зокрема, у політичній системі України.

Лобізм є складним явищем, яке виступає в двох аспектах – з одного боку він є політичним інститутом, з іншого – політичним процесом. Наукове дослідження такої багаторівневої та багатовекторної проблеми, як лобізм, неможливо проводити поза контекстом тенденцій, що сьогодні відбуваються в сучасних політичних системах, зокрема, у політичній системі України. Зважаючи на це, методологію дослідження (підходи, принципи, методи), окрім концептуальних засад та емпіричної бази, визначає його

міждисциплінарний характер. Не зважаючи на різноманітні напрями дослідження лобізму (правовий, економічний, політологічний тощо), вивчення їх в межах певних предметних галузей та різних аспектах – економічних чи правових, ми доходимо до висновку про їх взаємообумовленість та взаємозв'язок, а відтак – перетинання окремих наукових шкіл та підходів, взаємообмін ідеями та концепціями. Це потребує використання методології та методів низки інших дисциплін – це методи політичного аналізу, права, економіки, менеджменту, соціології тощо. Використовуючи ті чи інші методи дослідження, необхідно також використовувати та досліджувати особливості процесу трансформації політичної системи та особливості політичного процесу в Україні. Разом з тим, аналіз зазначеного предмету дослідження в межах розв'язання поставлених завдань безпосередньо ґрунтується на застосуванні принципів та методів окремих галузей політологічної науки: проблеми формальної та неформальної взаємодії політичних інститутів та груп, аналіз структури та діяльності суб'єктів політики, взаємодія громадянського суспільства та держави.

Методологію дослідження можна представити у вигляді концептуально-теоретичних положень, методів і підходів, що складають частину цієї теорії, а також як філософське вчення про пізнання та перетворення дійсності. Особливістю методології є те, що вона не лише являє собою набір методів пізнання та аналізу, але й обов'язково передбачає відображення позиції дослідника щодо досліджуваної проблеми. Методологія виникла та розвивалася в межах процесу осмислення світу, формуючи як загальні філософські методи пізнання, так і конкретно-наукові. Політична наука сьогодні сгенерувала цілу низку напрямів у методології, при цьому, на наш погляд, найбільш продуктивним є шлях кодифікації знань, що дає можливість оптимально об'єднати політичну теорію та практику. Цей напрям базується на принципі плюралізму, який лежить в основі сучасної організації політичних знань.

У сучасних дослідженнях широко використовується така класифікація методів: філософські методи пізнання, загальні та конкретно-наукові методи, у цьому випадку – політологічні. Філософський метод дає можливість осмислити сутність об'єкта та предмета дослідження. У рамках дослідження його використання дозволяє повноцінно дослідити такі процеси, як взаємодія зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на розвиток політичного процесу в Україні.

Діалектичний метод дозволяє виявити характер взаємодії двох складових лобізму – політичного інституту та політичного процесу. Тільки при аналізі характеру цієї взаємодії можна виявити сутність лобізму. Такий метод також необхідний при аналізі факторів, які впливають на формування лобізму.

Одним з основоположних методів у нашому дослідженні є системний, який працює як на теоретичному, так і на емпіричному рівнях: по-перше, надає можливість проаналізувати сучасні міждисциплінарні теоретичні підходи до вивчення лобізму (теорія політичних мереж, теорія суспільного вибору тощо), по-друге, вимагає розглядати лобізм як феномен, що залежить від багатьох чинників – дослідження інструментальних та функціональних аспектів лобізму.

Аналіз лобізму не є можливим без використання конкретно-історичного підходу та принципу історизму, що дають можливість встановити історію формування лобізму в світі, порівняти історичні умови формування його в інших країнах з умовами, в яких формується український лобізм. Розглядаючи це в контексті порівняльно-політологічного аналізу за допомогою методу накладення ми можемо виявити специфіку формування українського лобізму.

Враховуючи, що лобізм виступає елементом політичної системи, його не можна досліджувати, не розглядаючи характер його взаємодії з іншими елементами системи. Для виявлення причинно-наслідкових зав'язків цієї взаємодії необхідний його аналіз у контексті системного методу наукового

пізнання, який дає можливість застосувати принципи системного аналізу та зробити висновок про місце та роль лобізму в цій політичній системі.

Водночас сутність лобізму неможливо виявити, не розглядаючи його як один із напрямів політичного процесу, що проходить у рамках конкретної політичної системи. Це можливо зробити в рамках структурно-функціонального аналізу. Використання методів, у межах цього підходу дозволяє розкрити лобізм в Україні як складовий елемент політичного процесу, а також виявити його функції та ту роль, яку він відіграє в політичному процесі в цілому.

Дослідження досвіду функціонування лобізму в інших країнах потребує не тільки конкретно-історичного підходу, але й порівняльного методу. Так, компаративний метод разом із порівняльно-політологічним дає можливість виявити характер моделі реалізації лобізму за кордоном, показати можливості його використання в Україні. Також в результаті такого порівняння можна виявити особливості українського лобізму.

Метод «case study» допомагає в дослідженні окремих випадків, що пов'язані із становленням лобізму, з метою виявлення його закономірностей. Цей метод дозволив проаналізувати особливості інституціоналізації та функціонування лобізму в окремих країнах Північної Америки та Європи.

Метод «case study» суттєво доповнює метод опосередкованого та прямого спостереження. Цей метод став у нагоді, як у професійній діяльності автора щодо просування правового закріплення інституту лобізму в Україні, так і під час спостереження за процесом вироблення, подання та обговорення проєктів законів про лобізм депутатів Верховної Ради України.

У нашому дослідженні широко було використано інституційний метод. З його допомогою було проаналізовано інституційну базу лобізму, етапи розвитку його в Україні.

Метод аналізу та синтезу дає можливість комплексно представити картину функціонування феномену лобізму, виявити спільне та особливе в процесі формування лобізму в Україні у порівнянні з іншими країнами.

Феномен лобізму є складним поняттям, його вивчення передбачає використання категорій і понять, для визначення його сутності, закономірностей функціонування, виявлення його відмінностей від інших суміжних понять. Реалізувати це завдання дозволяє використання методу термінологічного аналізу. Цей метод дає можливість дослідити історію понять, їх зміст, ієрархію, визначити їхнє місце у категоріально-понятійному апараті. Цей метод був використаний при написанні першого розділу.

Також було використано метод обробки даних для аналізу конкретних результатів лобістської діяльності.

Комплексне застосування широкого спектру методологічних підходів та принципів дало можливість забезпечити цілісність сприйняття об'єкта дослідження у контексті всієї системи взаємозалежності, взаємозв'язку та динаміки розвитку.

Отже, розглянувши сучасний стан наукової розробленості досліджуваної проблеми, проаналізувавши джерелознавчу та методологічну базу дослідження, ми дійшли таких висновків.

По-перше, аналіз наявної літератури з проблематики дослідження та її систематизація дозволяє зробити висновок про значний інтерес до цієї проблеми з боку дослідників, що представляють різні напрями наукової думки. Нами було зроблено акцент на представниках політичної науки. Систематизацію літератури було проведено на основі проблемного підходу. Серед проблем було виділено ті, що мають найбільшу актуальність в українських умовах, особливу увагу приділено науковим роботам, що представляють аналіз існуючих сьогодні моделей лобізму, а також можливості використання закордонного досвіду в становленні та функціонуванні лобізму Україною.

Окрім того, враховуючи особливості розвитку лобізму в Україні, в окрему групу досліджень лобізму було виділено роботи українських дослідників, що дало можливість виявити рівень дослідженості

українського лобізму, а й визначити проблеми, що не отримали достатньо глибоке дослідження та носять дискусійний характер.

По-друге, виходячи з поставлених задач та напрямків дослідження, було укладено джерелознавчу базу дослідження, яка дозволяє розкрити набір механізмів та інструментів реалізації закордонного досвіду функціонування лобізму з адаптацією його до української дійсності, враховуючи специфіку як української політичної системи, так і особливостей формування політичної культури та менталітету. Використання широкого кола джерел потребувало їх систематизації, у рамках якої було виділено декілька груп: документи, що формують правові засади функціонування лобізму в різних країнах, кодекси поведінки лобістів та посадовців, підзаконні нормативно-правові акти спеціально створених органів державної влади для контролю за прозорістю політичного процесу, нормативні документи, що формують правові засади лобістської діяльності в Україні, законопроекти з регулювання лобізму в Україні.

По-третє, складність феномену лобізму, неоднозначність підходів до його вивчення та оцінки, наявність низки понять та категорій, тісно пов'язаних з ним, потребувало комплексного використання різних методів дослідження. Серед них необхідно виділити політологічно-філософський метод, діалектичний підхід, порівняльно-політологічний аналіз, метод аналізу та синтезу, метод термінологічного аналізу, метод кейс-стаді, метод статистичного аналізу та контент-аналіз. Особливе значення мало використання структурно-функціонального та системного аналізу, що дозволив дослідити характер взаємозв'язку двох проявів лобізму: інституту та процесу. Дослідження становлення лобізму в Україні проводилося з використанням конкретно-історичного та логічного методів.

Висновки до Розділу 1

Проведений нами аналіз проблем, пов'язаних із вивченням лобізму, формуванням категорійно-комплексного апарату його дослідження, дозволяє зробити низку висновків.

Проблема лобізму представляється однією з найбільш складних проблем сучасної політичної науки. Це обумовлено складністю власне феномену лобізму, який сьогодні прийнято визначати як інститут та як процес, а також тим, що це поняття сьогодні визнано як категорія, що має міждисциплінарний характер. Проведений нами аналіз свідчить, що сьогодні відбувається процес, пов'язаний із ускладненням вивчення цього явища, пошук нових концептуальних підходів до його осмислення. Нарівні з економічним, юридичним, соціологічним, політологічним, психологічним підходами, які міцно утвердилися при аналізі лобізму, сьогодні все більше дослідників прагне до його осмислення в контексті теорій та підходів, що розробляються в рамках комунікативних технологій та комунікативного менеджменту. Розмаїття концептуальних підходів до його вивчення призводить до того, що категорії та поняття, що є базовими при аналізі лобізму, не мають однозначних трактувань, у тому числі і визначення власне поняття лобізму. Аналіз існуючих його тлумачень дозволяє визначити його як багатоаспектний феномен, який можна характеризувати як політичний інститут, водночас він є соціальним інститутом, адже основним суб'єктом лобізму виявляються різні групи інтересів громадянського суспільства; він має правову складову, адже відносини між групами інтересів та структурами державної влади мають правове оформлення; а також для нього характерна і комунікативна складова.

Така систематизація наукових досліджень дозволила побачити перспективи подальшого вивчення проблем, пов'язаних із імплементацією закордонного досвіду діяльності лобізму в політичну систему України. Особливо актуальним це є в контексті включення лобізму до правового поля шляхом визначення рамок його діяльності, а також чіткої правової оцінки

його сутності, методів реалізації. Особливо актуальною є необхідність формування в контексті закордонного досвіду умов для прозорої лобістської діяльності, а також завдань із формування позитивного ставлення до лобізму в суспільній свідомості.

При визначенні поняття лобізм ми згодні із тим колом експертів та дослідників, що не схильні ототожнювати його з поняттям лобіювання, яке розглядають як комплекс механізмів, технологій, реалізацію цілей та завдань лобізму. Дискусійний характер носить і визначення об'єктів і суб'єктів лобізму, при визначенні яких основоположним є поняття «група інтересів» та «група тиску». У роботі ці поняття мають різний зміст та визначення їх функцій і цілей. Низка дослідників ці поняття ототожнює. Проведений нами аналіз засвідчує відсутність єдиного підходу до визначення типології лобізму, його об'єктів і суб'єктів, «груп інтересів». На основі аналізу існуючих критеріїв типології лобізму нами було уточнено існуючі системи його класифікації.

Аналіз дослідження ступеня вивченості теми дозволяє нам систематизувати усю наявну літературу за наступними проблемами. Це література, що має загальний характер, пов'язана з аналізом лобізму в цілому, його теоретико-методологічних аспектів. Друга група пов'язана з проблемою інституціоналізації лобізму. Третя група робіт представлена працями, що досліджують закордонний досвід становлення, інституціоналізації та функціонуванню інституту лобізму, здебільшого представлена закордонними дослідниками. Четверта група робіт включає в себе праці, що розглядають проблему становлення та розвитку лобізму в Україні. До п'ятої групи включено роботи, в яких робиться спроба розглядати проблеми лобізму в Україні в контексті використання закордонного досвіду. У достатньо широкому колі літератури, що аналізує проблему лобізму в Україні цей сегмент є найменшим, що підтверджує актуальність теми роботи.

Використання великої кількості джерел, різноманітних за своїм характером, які також систематизовано за значимістю та знаковими характеристиками, дає можливість досягти поставлених у роботі цілей та завдань. Для їх реалізації було залучено комплекс науково-методологічних принципів, особливістю яких є міждисциплінарний характер, що витікає з особливостей лобізму як явища міждисциплінарного. Особливе значення для розкриття теми мають методи політичного аналізу, такі як системний, структурно-функціональний, компаративний, порівняльно-політологічний. Широко при розробці теми використовувався спектр методів, що відносяться до інших наук, а також загальнонаукові методи – філософський, діалектичний, конкретно-історичний тощо.

Результати цього етапу дослідження знайшли відображення в таких роботах автора: «Теоретичні підходи до поняття лобювання та його типології» [93] та «Проблема лобізму в українській історіографії» [91].

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОБІЗМУ В ДЕРЖАВАХ ЗАХОДУ

У країнах зі сталими демократичними традиціями та цінностями протягом багатьох років лобізм має постійний характер, слугує перешкодою на шляху корупції, забезпечує прозорість процесу ухвалення політичних рішень. Інститут лобізму в цих державах, який має правове визначення та регулювання, довів свою ефективність як канал взаємодії влади та громадянського суспільства, що є невід'ємним елементом функціонування політичної системи в умовах демократії. З метою підвищення ефективності цієї взаємодії та укріплення демократичних устоїв країни законодавчо закріплюють нормативні вимоги до лобістів, хоча шляхи створення нормативно-правового поля для функціонування лобізму серед держав відрізняються.

У цьому розділі ми розглянемо закордонний досвід політико-правових засад регулювання лобістської діяльності, виокремимо особливості її правового визначення та функціонування в країнах зі сталими демократичними традиціями, зокрема подано аналіз політико-правових засад лобістської діяльності в країнах Північної Америки, які першими у світі створили правове поле для лобістської діяльності, яке вважається найбільш дієве та ефективне у обмеженні зловживань у політичній сфері, а також дослідимо досвід регулювання лобіювання на наднаціональному рівні в інститутах Європейського Союзу та окремі національні моделі лобізму в європейських країнах.

2.1. Політико-правові засади лобістської діяльності в країнах Північної Америки

Правове обґрунтування лобістської діяльності зводиться до одного з фундаментальних принципів демократичного устрою – права подання петицій до органів державної влади. Подібна норма існує в конституційних актах практично всіх демократичних країн. У Великобританії – це положення Білля про права (1689), яке вказує, що «звернення з петиціями до Короля є правом підданих, і тому будь-яке затримання і переслідування за такі петиції – незаконно», у США діє перша поправка до Конституції (1791 р.), що гарантує право «звертатися до уряду з проханнями про припинення зловживань», у Німеччині – це 17-я стаття Основного закону (1949), що встановлює, що «кожен має право індивідуально або спільно з іншими письмово звертатися з проханнями або скаргами до компетентних установ або до органів народного представництва». Ураховуючи таку міцну конституційно-правову базу легітимність лобістської діяльності в цих державах з розвиненою демократією беззаперечна. Проте ускладнення процесів формування державної політики та розвитку лобістських практик призвело до появи певних зловживань у сфері лобіювання, проявів зрощення влади і бізнесу, корупції, фаворитизму, закулісного характеру формування політики тощо, що актуалізувало, у свою чергу, питання про необхідність розробки ефективної законодавчої регламентації лобізму [122].

На сучасному етапі, з огляду на правові механізми регулювання лобістської діяльності, можна умовно виділити чотири основні групи держав. Для першої групи характерне законодавче регулювання лобізму (США, Канада, Австралія, Великобританія, Франція, Литва, Польща, Словенія тощо); у країнах другої групи існують закони, що регулюють певні аспекти лобізму (Німеччина, Нідерланди, Італія, Хорватія, Румунія тощо); третя група включає країни, де не існує законодавства в цій сфері, але розглядаються проекти законодавчих актів (Україна, Швеція, Казахстан,

Росія тощо); для країн четвертої групи питання правового визначення лобізму не стоїть на порядку денному.

У державах перших двох груп, що відрізняються сталими демократичними традиціями, правове регулювання лобізму спрямоване не стільки на його дозвіл або легалізацію, скільки на впорядкування лобістської діяльності, надання їй цивілізованих форм, перешкоджанню зловживань у процесі формування державної політики. Тут правове регулювання лобізму націлене на підтримку демократичності політичного процесу. Воно покликане сприяти втіленню в життя демократичних принципів конкуренції у процесі ухвалення політичних рішень, забезпечувати прозорість політичного процесу і ефективний діалог між державою і суспільством за допомогою створення передумов для дієвої участі громадян у процесах вироблення державної політики [122].

У дослідженні Організації економічного співробітництва та розвитку 2007 року, підготовленому канадським професором А.П. Проссом, було виділено три фундаментальні принципи, що є основою правового регулювання лобізму в розвинених державах. Серед них:

1) прозорість (транспарентність) процесу ухвалення політичних рішень, громадськість слід інформувати про результати лобіювання органів державної влади, щоб усі мали можливість вжити необхідних заходів обережності для захисту своїх інтересів;

2) чесність – забезпечення рівного доступу до уряду і недопущення всіх форм корупції; у демократичних країнах повага до державних інституцій залежить від впевненості громадян, що уряд дійсно їм служить, а не є приватною власністю тих, хто може заплатити;

3) ефективність – відсутність перешкод на шляху руху потоків інформації; комунікація є сутністю формування державної політики, обізнані громадяни повинні мати можливість звертатися зі своїми пропозиціями до органів державної влади [248].

Ці фундаментальні принципи визнаються в усіх демократичних країнах, але особливості їх реалізації відрізняються в різних політичних системах, і ці відмінності посилюються внаслідок того, що лобізм регулюється великою кількістю різнопланових політико-правових норм, до яких належать норми, що напряду регулюють лобістську діяльність в країні, встановлюють правила реєстрації та звітності лобістів, а також норми, що торкаються лобістської діяльності побічно, обмежуючи контакти посадових осіб з представниками громадськості, встановлюють правила надання фінансової підтримки політичним акторам тощо [122].

На основі цієї відмінності виділяють дві моделі регулювання лобіювання в правотворчому процесі: американську (англосаксонську, класичну) та континентальну (європейську). Основна відмінність між ними полягає в тому, що американська модель передбачає наявність окремого закону про лобізм, що встановлює процедуру реєстрації та звітності лобістів. Закони про лобіювання в країнах з американською моделлю регулюють діяльність лобістів, вимагають обов'язкову реєстрацію лобі-груп, звіти про зарплату, поточні витрати, про джерела фінансування, визначають легальні рамки лобізму в державі. Лобістам надаються відносно вільні і рівні умови щодо взаємодії з органами державної влади.

У свою чергу, континентальна модель не висуває жорстких вимог до лобістів, натомість правова база цих держав встановлює законодавчі обмеження здебільшого для чиновників у відносинах з представниками громадськості, а також ухвалює окремі кодекси поведінки для них. Ця модель передбачає заснування спеціальних консультативних інститутів, беручи участь в яких представники різних груп інтересів отримують можливість впливати на прийняття політичних рішень.

Історично до американської моделі регулювання лобізму належать США та Канада, проте за останні роки ця модель була запозичена і низкою країн континентальної Європи через доведену ефективність наявності закону про лобіювання прямої дії в обмеженні зловживань у політичному процесі.

Так, сьогодні крім США та Канади ця модель функціонує в Великобританії, Франції, Ізраїлі, Польщі, Литві, Угорщині, Австралії та деяких інших країнах.

До континентальної моделі регулювання лобізму на сучасному етапі відносяться Німеччина, Нідерланди, Італія, Хорватія і більшість країн Західної Європи, крім того правове поле для лобі-діяльності на наднаціональному рівні в інститутах Європейського Союзу сформовано на основі цієї моделі.

Англосаксонська модель орієнтується на плюралістичну, а континентальна – на корпоративістську традиції відносин груп інтересів і держави. Плюралістичне лобіювання передбачає вплив знизу з боку організованих груп на органи влади. Корпоративне лобіювання, навпаки, передбачає значну участь держави у формуванні груп, за якими визнає право на представництво інтересів в обмін на можливість впливати на їх визначення [109].

Піонерами в сфері законодавчого регулювання лобізму є країни Північної Америки. Саме в США та Канаді діють найбільш розвинені правові механізми обмеження та контролю за лобістською діяльністю. У цих державах лобістський вплив ґрунтується на реалізації права на подання петицій. Характерною рисою цих країн у сфері лобізму є наявність окремих законів про лобіювання, що вимагають обов'язкову державну реєстрацію лобістських організацій і визначають припустимі межі їх діяльності. При цьому законодавство дозволяє артикулювати свої інтереси як представникам великого бізнесу та громадських організацій, так і іноземним агентам [116].

Сам термін «лобіювання» у його сучасному значенні з'явився в **Сполучених Штатах Америки**. Лобізм у США розглядається як одне з фундаментальних і конституційних прав особистості. Перша поправка Конституції США, що встановлює право громадян подавати петиції, заклала засади для розвитку цього явища через систему правових норм.

Право подавати скарги включає в себе положення, що обрані чиновники повинні виконувати волю свого електорату, а також, що

політична система працює краще, коли різні групи вступають у конкурентну боротьбу за увагу і голоси законодавців. Реальність роботи сучасного Конгресу полягає в тому, що законодавчий процес не в змозі функціонувати без інформації, що надається зовнішніми джерелами. Тільки завдяки наданню права лобістам розробляти аргументацію, збирати інформацію і надавати її Конгресу, складна машина демократії США може працювати ефективно [51].

Вперше слово «лобі» було зафіксовано в протоколах Конгресу США у 1808 році та позначало місце, де можна було зустрітися із конгресменами та сенаторами. Оскільки вхід до залів засідань Конгресу був обмеженим, таким місцем стали коридори [174].

США виявилися першою державою, що ухвалила законодавство в сфері лобізму. Закони, в яких згадувалися лобісти і лобізм, були прийняті в цій країні ще в XIX в. Правовою основою лобізму в США виступає Перша поправка до Конституції, що закріплює право народу «звертатися до Уряду з петиціями» (Біль про права, ст.1). Така пильна увага законодавців до лобізму в США не дивна, адже лобізм являє собою досить важливий фактор процесу прийняття політичних рішень. Деякі американські автори навіть називають лобістів «п'ятою гілкою влади» [123].

Сьогодні американська нормативно-правова база з лобізму включає великий перелік документів, що регулюють різні сфери лобі-діяльності, процес їх ухвалення та оновлення був викликаний як історичними передумовами, так і конкретними проблемами функціонування політичної системи. А вдосконалення національного законодавства США у сфері регулювання лобізму продовжує стояти на порядку денному.

Першим окремим законом, що безпосередньо був спрямований на регулювання лобістської діяльності, здійснюваної представниками іноземних держав, став «Закон про реєстрацію іноземних агентів» (Foreign Agents Registration Act) 1938 року. Першочерговою метою ухвалення закону була протидія фашистській та нацистській пропаганді, проте він з численними

змiнами чинний i сьогодні. Цей закон визначає iноземних агентiв як осiб, що дiють у якостi представникiв iноземного керiвника, пiд яким розумiють уряд iноземної держави, iноземну полiтичну партiю, особу за межами США, а також товариство, асоцiацiю, корпорацiю, органiзацiю чи iнше об'єднання осiб, органiзованих вiдповiдно до iноземного законодавства або основним мiсцем дiяльностi яких є iноземна краiна. Дiяльностi таких агентiв на територiї США заборонена без подання реєстрацiйної заяви Генеральному прокурору США [215].

Вiдразу пiсля Другої свiтової вiйни Конгрес США ухвалив перший в краiнi комплексний закон про розкриття лобiювання i для нацiональних лобiстiв, прийнявши у 1946 році «Закон про федеральне регулювання лобiзму» (Federal Regulation of Lobbying Act), що став основою законодавства, що регулює дiяльностi лобiстiв, обумовив подальший розвиток цiєї iндустрiї в США. Його основною метою було створити систему реєстрацiї та розкриття iнформацiї щодо лобiстiв. Подiбно до FARA, закон не регулював проведення лобiювання або фiнансову дiяльностi лобiстiв, а передбачав систему реєстрацiї та розкриття iнформацiї щодо фiнансових витрат тих, хто намагається вплинути на законодавство в Конгресi. Так, згiдно закону перед лобiюванням лобiст має зареєструватися в Секретаря Палати та Секретаря Сенату, пiсля чого подавати щоквартальнi фiнансовi звiти, вказавши назву, адресу лобiста та всiх його клiєнтiв, винагороду лобiста, усiх вкладникiв у лобiювання та суми iх внескiв, витрати лобiста, опублiкованi матерiали за предметом лобiювання, предмет лобiювання тощо. Порушення вимог до звiтностi згiдно закону може призвести до штрафування на суму в 5 тис. дол. США або позбавлення свободи на один рiк та трирiчної заборони на проведення лобiстської дiяльностi [222].

Дослiдження 1991 року, проведене Центральним фiнансовим управлiнням США, виявило, наскiльки слабким був Закон 1946 року. Дослiдження показало, що близько 10 тисяч iз 13 500 осiб та органiзацiй, що вважалися ключовими лобiстами, не були зареєстрованi як лобiсти.

Дослідження також дійшло висновку, що звіти про лобіювання були неповними, виявивши, що 60% зареєстрованих лобістів не повідомили про фінансову активність; 90% не повідомили про витрати на оплату праці, заробітної плати; 95% не повідомили про витрати на зв'язки із громадськістю та рекламу; і що лише 32% лобісти повідомили про конкретну назву чи номер законопроекту, що лобіювалися [222].

Слабкість закону 1946 року, низка корупційних скандалів кінця 1980-х років, анти-лобістська риторика президентської кампанії 1992 року, а також ентузіазм урядових реформ, надали поштовх для реформування існуючого лобінгового законодавства та ухвалення нового «Закону про розкриття лобістської діяльності» (Lobbying Disclosure Act) у 1995 році з метою посилення державного та суспільного контролю за лобістською діяльністю [240].

Розробником нового закону став сенатор від демократичної партії К. Левін, закон було підписано Президентом Б. Клінтоном 19 грудня 1995 року, чинності він набув 1 січня 1996 року.

Основні зміни законодавства в сфері лобіювання стосувалися тлумачення ключових понять, зокрема визначення суб'єкта та об'єкта лобіювання. Так, новий закон ввів наступні поняття:

- «лобіст» згідно нового закону – це «особа, яка найнята або отримує від клієнта фінансову або іншу винагороду за послуги, що включають більше одного лобістського контакту, або особа, лобіювання якої становить більше 20 відсотків часу, витраченого на послуги такої особи цьому клієнту протягом шестимісячного періоду»;

- «лобістська діяльність» означає «лобіювання контактів та зусиль на підтримку таких контактів, включаючи підготовку та планування діяльності, дослідження та інші підготовчі роботи, які на час їх виконання спрямовані на використання в контактах та координації з лобістською діяльністю інших осіб»;

- «посадовець виконавчої влади» (що підпадає під дію закону) – це: «а) президент; б) віце-президент, будь-який службовець чи працівник або будь-яка інша особа, яка функціонує як така посадова особа чи працівник у виконавчому кабінеті Президента; в) будь-який службовець чи службовець, який працює на рівні I, II, III, IV або V шкали для керівних співробітників, як визначено статутом або указом; г) будь-який член військової служби, чий клас заробітної плати становить або перевищує O-7 за розділом 201 титулу 37; д) будь-який службовець або службовець, який працює в конфіденційній політиці, визначає політику, формує політику чи підтримує політику».

- «посадовець законодавчої влади» (що підпадає під дію закону) – це: «а) член Конгресу; б) обраний працівник будь-якої Палати Конгресу; в) будь-яка особа, що працює в офісі члена Конгресу, комітеті будь-якої Палати Конгресу, керівному штабі Палати представників чи Сенату, Спільному комітеті Конгресу; робочій групі або комісії, організованій для надання законодавчих послуг або іншої допомоги членам Конгресу; г) будь-який інший працівник законодавчої гілки, який працює на посаді, визначеній в розділі 109 (13) «Закону про етику уряду» від 1978 р.» [230].

Таким чином, новий закон розширив визначення лобіювання, включивши в нього крім власне лобістського контакту також підготовку до нього. Нове чітке визначення лобіста також заповнює один з принципових пробілів закону 1946 року, вимагаючи, щоб особи, які витрачали 20% або більше робочого часу на лобістську діяльність, підлягали вимогам звітування.

Нове визначення лобіста передбачає два його типи: «внутрішніх» лобістів (in-house), які просувають інтереси організації чи компанії свого роботодавця, та «зовнішніх» лобістів (outside), які контактують з клієнтами, не будучи зайняті в організації чи компанії клієнта, надаючи йому платні послуги. Обидва типи зобов'язані зареєструватися та звітувати про свою фінансову діяльність. Організації або юридичні особи, що мають «внутрішніх» лобістів, повинні реєструватися та надавати звіти про

лобістську діяльність своїх працівників, у свою чергу, «зовнішні» лобісти мають зареєструватися та звітувати про свою діяльність від імені своїх клієнтів.

Значною зміною стало те, що новий закон розширив також перелік посадовців, що підпадають під його дію в якості об'єкта лобіювання, і на виконавчу гілку влади. Крім того, розширено перелік посадовців законодавчих органів, тепер він включає не лише членів Конгресу, а й співробітників Конгресу, обраних посадових осіб та керівних працівників виконавчої влади, а також усіх працівників Конгресу [222].

Порядок реєстрації та звітності здебільшого зберігся і в новому законі. Згідно розділу 4 вказаного закону у період 45 днів з моменту першого лобістського контакту лобіст повинен зареєструватися у Секретаря Сенату та Секретаря Палати представників. У формі реєстрації необхідно вказати:

- ім'я, адресу, контакти, місце роботи реєстранта, загальний опис його діяльності;
- ім'я, адресу, контакти, місце роботи клієнта реєстранта, загальний опис його діяльності (якщо вона відрізняється від діяльності реєстранта);
- ім'я, адресу, контакти, місце роботи особи, що внесла більше 10 тис. дол. США на лобістську діяльність реєстранта за півроку, а також бере участь повністю або здебільшого у плануванні, нагляді або контролі за лобістською діяльністю;
- назву, адресу, контакти, місце знаходження іноземного підприємства, що має не менше 20% власності у фірмі клієнта, бере участь повністю або здебільшого у плануванні, нагляді або контролі за лобістською діяльністю, є філією клієнта, а також має безпосередній інтерес у результатах лобістської діяльності;
- опис загальних питань, з яких реєстрант планує лобістську діяльність від імені клієнта, і, наскільки можливо, питання, які (на момент реєстрації) вже лобіювалися;

– ім'я кожного працівника реєстранта, який діє або буде діяти як лобіст від імені клієнта, а також попередню посаду таких працівників, які за два роки до дати їх першого лобістського контакту працювали у виконавчих та законодавчих органах влади, що підпадають під дію закону [230].

Подача при реєстрації даних лобістом про його іноземних клієнтів і спонсорів відрізняється від процедури реєстрації іноземного агента. Реєстрація іноземного агента згідно згадуваного «Закону про реєстрацію іноземних агентів» (Foreign Agents Registration Act) 1938 року являє собою особливу процедуру, що здійснюється департаментом контррозвідки Міністерства юстиції. При цьому форма для реєстрації більш об'ємна, хоча звітність іноземного агента по суті та ж сама, що і у звичайного лобіста.

Звільняються від необхідності реєстрування особи, компанії та організації, які заробляють протягом кварталу менше 3 тис. дол. США з клієнта, витрачають на лобізм в квартал менш 11,5 тис. дол. США, а також релігійні та благодійні організації, які підпадають під статтю 501 (с) (3) Податкового кодексу США – тобто ті, які витрачають на лобізм менше 20% від всього обсягу своїх витрат і не займаються агітацією на користь конкретних партій та кандидатів [83].

На додаток до реєстрації лобісти мають подавати фінансові звіти за півроку (за періоди з 1 січня по 30 червня та з 1 липня по 31 грудня), що є більш суворим, ніж реєстрація та щорічна перереєстрація. Ці звіти про фінансову діяльність мають містити інформацію про лобіста, клієнтів та роботодавців, питання або номера законів, що лобіювалися, а також «добросовісну» оцінку сукупних витрат лобіювання, що округляється до найближчих 20 000 доларів [222].

Велику роль у контролі за лобістами мають секретар Сенату і секретар Палати представників. Вони допомагають при підготовці звітності, перевіряють та зберігають інформацію протягом 6 років. У разі виявлення правопорушення вони зобов'язані письмово повідомити лобістів про порушення законодавства. Якщо більше 60 днів не буде відповіді, вони

інформують прокурору федерального округу Колумбія про це правопорушення [83].

Обов'язки щодо подання та розкриття інформації про лобістську діяльність у США також покладені на Секретаря Палати представників та Секретаря Сенату, хоча жоден з цих органів не доклав достатніх зусиль для оприлюднення інформації про діяльність лобістів. На допомогу їм прийшла Федеральна виборча комісія, що розробила легку в користуванні електронну систему звітування, що максимізує публічний доступ до форм реєстрації та звітів про діяльність лобістів [222].

Сьогодні вся інформація щодо лобістів міститься на веб-сайті Відділу Сенату з документів публічного характеру (Senate Office of Public Records): www.soprweb2.senate.gov. Веб-сайт представлений у вигляді електронного каталогу, що дозволяє користувачам переглядати окремі форми за вказаними критеріями. Загальна сума витрат на створення он-лайн системи бази даних складає близько 125 тис. дол. США, поточна технічна підтримка веб-сайту покривається з бюджету відділу. Електронна система реєстрації та звітування функціонує також і на рівні штатів, зокрема в Каліфорнії, Конектікуті, Індіані, Айові, Луїзіані, Оклахомі та Пенсільванії [222].

Закон 1995 року також було оновлено декілька разів: у 1998 році внесено зміни для вирішення різних так званих «технічних» питань, а потім в 2007 році було внесено більш широкі поправки «Законом про чесне лідерство та відкритий уряд», що було реакцією Конгресу на серію корупційних скандалів, пов'язаних з республіканським лобістом Джеком Абрамоффом, якого у 2006 році позбавили свободи строком на шість років за неналежний вплив на посадовців, шахрайство, організацію зустрічей президента Дж. Буша з президентом Габону Омаром Бонго за 9 млн. дол. США у 2004 році, а також з прем'єр-міністром Малайзії Махатиром Мохамадом за 1,2 млн. дол. США у 2002 році [240].

Федеральний Акт «Чесного лідерства та відкритої влади» від 2007 року (Honest Leadership and Open Government Act) посилив контроль над

лобістськими компаніями, членами Конгресу та високопоставленими державними чиновниками. Він збільшив «охолоджуючий період» до двох років, збільшив розмір штрафу за порушення законодавства з 50 тисяч до 200 тисяч доларів США, встановив як міру покарання позбавлення волі строком до п'яти років, зменшив період подання звітів до трьох місяців; конгресмени, які засудженні за хабарництво та інші злочини, пов'язані з незаконним лобіюванням, втрачають право на пенсію [133].

Крім того, у США існують також правові норми, що обмежують можливості використання фінансових коштів з метою політичного впливу. Так, закон «Про федеральні виборчі кампанії» (Federal Election Campaign Act) 1971 року забороняє корпораціям і профспілкам здійснювати прямі внески з власних коштів кандидатам на федеральні виборні посади і наказує створювати з цією метою спеціальні самостійні фонди для збору добровільних внесків і їх подальшого використання на фінансування виборчих кампаній, які отримали загальну назву «комітети політичної дії». При цьому розмір внесків з боку зазначених комітетів законодавчо обмежений [213].

Певні вимоги та обмеження до лобіювання містяться і в таких нормативно-правових документах, як:

- «Закон про лобіювання недержавними громадськими організаціями» 1976 року;
- Виконавчий указ Президента США «Етичні зобов'язання персоналу виконавчої влади» від 21 січня 2009 року (Ethics Commitments by Executive Branch Personnel), який регулює так звану процедуру «дверей, що обертаються» (revolving door);
- стаття 1352 Зводу законів США, більш відома як «поправа Берда» (Byrd Amendment) до «Закону про асигнування на Міністерство внутрішніх справ» від 1989 року [133].

У 1990 році було також прийнято рішення Верховного Суду США, що регламентує процедуру впливу на судову гілку влади. «Закон про розкриття

лобістської діяльності» 1995 року не розглядає судові органи в якості лобіста, хоча фактично механізм лобіювання існує та працює довгий час. Він полягає в праві громадян, у тому числі лобістів, направляти до суду так звані «записки друзів суду» до вищих судових інстанцій при розгляді ними поточних судових справ. Інститут *amicus curiae* (від латинського «друг суду») широко розповсюдженний у судових системах Великобританії і США, сутність його полягає в тому, що громадяни мають право подати письмовий висновок у справі, в якому вони є неупередженою третьою стороною. Передбачається, що таким чином вони звертають увагу суду на важливу інформацію, яка може вплинути на результат справи.

За прикладом федерального законодавства правове регулювання лобістської діяльності розробили і окремі штати. На початок 90-х років ХХ ст. усі п'ятдесят штатів мали власне законодавство про лобіювання. Але потрібно підкреслити, що не всі суб'єкти американської федерації регулюють питання лобіювання спеціальним законодавчим актом [133].

Досить чіткі та широкі правові засади лобістської діяльності в США доповнюють Стандарти етичної поведінки для службовців органів виконавчої влади (*Standards of Ethical Conduct for Employees of the Executive Branch*, 1977 р.) та Кодекс етичної поведінки конгресменів (*The Ethics in Government Act*, 1978 р.). Вони містять положення про заборону лобіювання для колишніх посадовців протягом одного року [133].

Крім етичних норм поведінки посадовців існують також правила етики, встановлені лобістами. Лобістська професійна сфера відрізняється високим рівнем самоорганізації та саморегуляції. Найбільш потужною громадською організацією, яка об'єднує лобістські, консалтингові та адвокатські організації в США, виступає Американська ліга лобістів (*American League of Lobbyists – ALL*), заснована у 1979 році. У 2013 році її члени проголосували за зміну назви на Асоціацію спеціалістів з GR (*Association of Government Relations Professionals*). Ця структура сприяє підготовці кадрів, обміну інформацією, видає практичні посібники з лобізму, здійснює значний вплив

на прийняття стратегічних рішень Конгресом США. Крім того, організація розробляє та встановлює стандарти етичної поведінки для лобістів, остання редакція яких оприлюднена у 2010 році. Цей Кодекс етики лобіювання (Code of Lobbying Ethics) містить положення про те, що лобіст повинен проводити лобістську діяльність чесно та повністю дотримуватися всіх законів, проводити лобістську роботу справедливо та професійно, не повинен продовжувати або здійснювати подання, які можуть викликати конфлікти інтересів без обґрунтованої згоди клієнта чи потенційного клієнта, активно і старанно розвивати та захищати інтереси клієнта чи роботодавця, зберігати конфіденційність інформації клієнта чи роботодавця, виявляти належну повагу до урядових установ, перед якими лобіст представляє та захищає інтереси клієнтів тощо [210].

Досліджені правові засади здійснення лобістської діяльності створили основу для ефективного функціонування інституту лобізму в його цивілізованій формі, детально регламентують всі аспекти діяльності з просування інтересів в органах державного управління.

Лобізм став однією з найбільш важливих складових американської політики, за останні роки його значення різко зросло та продовжує збільшуватися. Про це свідчать витрати на лобіювання, що ростуть щорічно. За даними Центру відповідальної політики США (Center for Responsive Politics, USA) витрати на лобіювання зросли з 1,45 млрд. дол. США у 1998 році до 3,51 млрд. дол. США у 2019 році (див. Додаток А), а кількість лобістів зросла з 10 404 (1998 рік) до 11 885 осіб (2019 рік) (див. Додаток Б) [229].

Суб'єктами лобі-діяльності в США виступають практично всі великі корпорації, спілки підприємців, професійні асоціації, громадські та спеціалізовані організації, що мають в своєму складі підрозділи, які нараховують кілька десятків і навіть сотень співробітників (як правило, колишніх радників, сенаторів, міністрів, юристів) і спеціалізуються на просуванні інтересів. Поширене також лобіювання інтересів різних

соціальних груп, інтереси яких захищають громадські організації, партії, профспілки, пацифістські або екологічні рухи тощо. Дуже активні в США національні громади та іноземні групи впливу [51].

Значне місце в структурах американського суспільства посідають етнічні групи, особливо активними історично є єврейське/ізраїльське, ірландське, вірменське, латиноамериканське, польське, арабське лобі тощо, а також лобі корінних народів. Одні етнічні групи зосереджені на захисті власних громад, інші вирішують більш широкий спектр завдань і їх діяльність безпосередньо пов'язана із зовнішньополітичним курсом США. В цілому, етнічні лобі продовжують впливати як на внутрішню, так і на зовнішню політику США.

Проте, найбільш активну лобістську діяльність все ж проводять великі американські корпорації, що спеціалізуються на різних сферах виробництва та надання послуг. Перші позиції з витрат на лобіювання посідають асоціації, що об'єднують представників бізнес-кіл США, це Торгова палата США, Круглий стіл бізнесу, Національна асоціація ріелторів, Американська асоціація лікарень, Національна телекомунікаційна асоціація, Фармацевтичні дослідження та виробники Америки, Американська медична асоціація. Серед найбільших замовників лобістських послуг – транснаціональні корпорації, що спеціалізуються на комп'ютерних технологіях та інноваційних дослідженнях (Google, Oracle Corp., Microsoft, Facebook, Apple), телекомунікації (AT&T Inc., Comcast Corp., NCTA The Internet & Television Assn.), на виробництві аерокосмічної, авіаційної та оборонної техніки (Boeing Co., Lockheed Martin), компанії енергетичного сектору (DowDuPont, Southern Co., General Electric) тощо (див. Додаток В) [229].

Лобісти просувають інтереси в різноманітних сферах життєдіяльності, найбільш активно вони діють у таких секторах, як фармацевтика (у 2019 році на лобіювання цього сектору було витрачено в США 298,3 тис. дол. США), страхування (155,3 тис. дол. США), електронні товари та обладнання (156,8 тис. дол. США), асоціації бізнесу (123,6 тис. дол. США), нафта та газ

(125,7 тис. дол. США), електроенергетика (118,9 тис. дол. США), нерухомість (89,9 тис. дол. США) та багато інших [229].

Із предмету лобіювання витікає і об'єкт, ті державні структури, на яких спрямовано лобістський вплив. У першу десятку органів влади як об'єктів лобіювання входять: Палата представників, Сенат, Міністерство охорони здоров'я та соціального забезпечення, Білий дім, Міністерство фінансів, Міністерство транспорту, Агентство з охорони навколишнього середовища, Міністерство торгівлі, Центр надання послуг за програмами «Медікер» та «Медікейд», Міністерство сільського господарства [229].

Зацікавлені групи активно користуються послугами, як власних лобістів, що є співробітниками спеціально створених відділів у структурі компанії, так і найманих лобістів – провідних фахівців юридичних, пропагандистських, консалтингових фірм [109].

Сьогодні у Вашингтоні працює велика кількість різноманітних фірм, що надають лобістські послуги за даними статистичного порталу США серед лобістських фірм у 2019 році за витратами на лобістську діяльність провідною стала Akin, Gump et al, сума витрат якої склала у 2019 році 42,8 тис. доларів США. Ця міжнародна юридична фірма була заснована ще у 1945 р., сьогодні в ній працює більш ніж 800 адвокатів та консультантів по всьому світі, вона представляє інтереси клієнтів у галузях, починаючи від енергетики та охорони здоров'я, до національної безпеки та транспортування, а також дуже активно займається публічним правом та федеральною політикою [255].

Отже, правові засади регулювання лобіювання в США ґрунтуються на принципах обов'язкової реєстрації та звітності лобістів та їх клієнтів, зокрема іноземних клієнтів, розкриття інформації щодо того, хто на кого здійснює вплив при формуванні державної політики (он-лайн через спеціально створений інтернет-ресурс), етичних стандартів поведінки для службовців, обмеження лобістської діяльності для колишніх державних службовців, дозволу лобіювання у всіх гілках влади, нагляді та контролі за лобіюванням

як з боку державних структур (ці функції покладені на секретаря Сенату та секретаря Палати представників) та громадськості, так і з боку власне лобістів шляхом встановлення Кодексу етики лобіювання, посередництва між клієнтом та владою.

Сьогодні лобізм – це окрема швидкозростаюча індустрія в США, у якій працюють великі фірми, що надають професійні лобістські послуги, окремі відділи та спеціалісти з лобіювання та GR при корпораціях, організаціях та асоціаціях. При цьому американські лобісти мають високий ступінь самоорганізації через Асоціацію спеціалістів з GR. Серед замовників лобістських послуг великі корпорації в різноманітних сферах надання послуг та виробництва товарів, неприбуткові організації різного спрямування, етнічні групи тощо.

Функціонуючи на цих засадах, лобізм в США не тільки став невід'ємною частиною політичного процесу, але і утвердився в якості самостійного інституту, що впливає на прийняття рішень.

За прикладом свого південного сусіда була розроблена модель регулювання лобіювання і в **Канаді**. У 1988 році за результатами громадського обговорення парламент Канади ухвалив перший Закон про реєстрацію лобістів (з 2008 р. – Закон про лобіювання).

Необхідність розробки правового регулювання лобізму в Канаді почали обговорювати в політичних колах у 60-х роках ХХ ст. У результаті громадського обговорення в 1988 році було ухвалено Закон про реєстрацію лобістів (Lobbyists Registration Act), що діє з 1 вересня 1989 р.

Функціонування нового для канадської правової та політичної системи закону розкрило перелік його недоліків та пробілів, усуненню яких сприяла низка внесених змін. Зокрема, його було доповнено Додатками 1995 та 2005 рр., а у результаті реформи 2008 р. ухвалено Закон про лобіювання (Lobbying Act) [31].

У Канаді існує три типи лобістів, вимоги до кожного з яких дещо відмінні, це консультанти, корпоративні та організаційні лобісти.

Консультантом-лобістом є особа, найнята клієнтами для спілкування безпосередньо з державними посадовими особами або для організації зустрічі між клієнтом та державними посадовими особами. Особа, яка отримає платню за спілкування від імені клієнта з державними посадовими особами щодо будь-якої політики, правил, змін або грантів чи державних замовлень, класифікується як лобіст-консультант та зобов'язана зареєструвати свою діяльність відповідно до законодавства. Корпоративні та організаційні лобісти – це особи, що працюють у штаті корпорації чи організації, значну частину обов'язків яких складає лобістська діяльність. Їх ще називають «внутрішніми» лобістами, на відміну від лобістів-консультантів, що надають послуги на основі контракту. Лобісти організації зайняті у неприбуткових організаціях, а корпоративні лобісти – у компаніях чи корпораціях [217].

Працівник корпорації чи організації вважається «внутрішнім» лобістом, якщо лобіювання складає не менше 20% його робочого часу (Правило 20 %) [194]. Це правило є предметом критики лобінгового законодавства Канади, адже створює певну «шпарину» в законодавстві – особи можуть проводити лобіювання без реєстрації, тому що корпорація чи організація не досягла встановленого відсотка робочого часу на лобістську діяльність.

Об'єктом лобістської діяльності за законом є державний службовець, що включає членів Сенату або Палати Громад, а також член їх персоналу; осіб, які призначаються в будь-який офіс чи орган за погодженням з губернатором або міністром, за винятком судді; посадових осіб, директорів або працівників будь-якої федеральної ради, комісії чи суду, як визначено в «Законі про федеральні суди»; членів Канадських Збройних Сил, членів Королівської канадської кінної поліції [227].

Основний рекомендований законодавством механізм реєстрації лобістів – реєстрація в мережі Інтернет. Лобіст має зареєструватися у

електронному вигляді протягом 10 днів з початку лобіювання, вказавши дані про себе, клієнта, предмет лобіювання, заплановані методи впливу [227].

Реєстрація та звітність діяльності «внутрішніх лобістів» – відповідальність корпорації чи організації, проводиться їх керівником. Інформація, що має бути надана під час реєстрації повторює вимоги до лобіста-консультанта, тільки необхідно також вказати ім'я та адресу співробітника, відповідального за надання даних.

Під реєстрацію не підпадають благодійні та волонтерські організації, а також приватні особи, які просувають приватні інтереси для власної вигоди.

Канадське законодавство вимагає від лобістів щомісячного звітування про свою діяльність не пізніше 15 числа.

Лобіювання без реєстрації або надання в заявах неправдивої інформації, не подання звітів та інформації про закінчення лобістської діяльності розглядаються як порушення законодавства та передбачають штраф у розмірі до 25 000 кан. дол. або позбавлення свободи строком до двох років. Звинувачення щодо порушення можуть бути висунуті протягом 10 років з його моменту [227].

Контрольно-наглядові функції за дотриманням законодавчих вимог до лобіювання покладено в Канаді на спеціально створену в 2008 році посаду Уповноваженого з питань лобіювання (the Commissioner of Lobbying) та його офіс. Подібні реєстратори працюють і на рівні провінцій. Уповноважений призначається двома палатами парламенту на семирічний термін. З 30 грудня 2017 року посаду обіймає Ненсі Белангер [244].

За прикладом федерального законодавства було розроблено подібні вимоги до лобістів і на провінційному рівні.

Як і в США, у Канаді також лобісти встановили власні етичні норми поведінки. Канадська ліга лобістів та професіоналів у сфері адвокати (Canadian League of Lobbyists and Advocacy Professionals) розробила «Кодекс поведінки лобістів» (Lobbyists' Code of Conduct), що містить стандарти етичної поведінки лобістів. Крім контролю за дотриманням кодексу, ліга

видає бюлетені, проводить тренінги, займається пропагандою особливої ролі лобіста, підкреслюючи її значення та важливість у об'єктивному ухваленні державних рішень [205].

Лобізм в Канаді сьогодні є невід'ємним елементом політичного процесу. Кількість лобістів продовжує збільшуватися: у 1990 р. кількість зареєстрованих лобістів нараховувала 2,8 тис., а у 2018 р. – 9 тис. осіб.

Протягом 90-х рр. ХХ ст. лобіювання поступово перетворилося на обов'язкову частину діяльності організацій та корпорацій Канади. Клієнтами лобістів виступають великі компанії в нафтогазовій, машинобудівній, транспортній, фармацевтичній, банківській, технологічній та інших сферах. Активну лобістську діяльність проводять і неприбуткові громадські організації, серед яких екологічні рухи, профспілки, правозахисні організації, етнічні меншини.

Їх лобіювання стосується великого переліку різноманітних напрямків державної політики. До першої п'ятірки питань, що лобіювалися у 2017 – 2018 звітному році, входить міжнародна торгівля, охорона навколишнього середовища, охорона здоров'я, промисловість, оподаткування та фінанси [251].

Лобістська діяльність згідно канадського законодавства може бути спрямована на органи законодавчої та виконавчої влади, лобіювання в судовій гілці – заборонене. Основні зусилля з просування інтересів у 2017 – 2018 звітному році були спрямовані згідно Звіту Уповноваженого з питань лобіювання на Палату громад, Міністерство інновацій, науки та економічного розвитку, офіс Прем'єр-міністра, Міністерство фінансів та Сенат [251].

Організації та корпорації частіше лобіюються силами власних співробітників. У 2017 – 2018 рр. кількість «внутрішніх» лобістів склала 7 758 осіб (2 948 від корпорації та 4 810 від організації), кількість лобістів-консультантів, що просувають інтереси клієнтів, становила тільки 1 326 осіб [251].

У Канаді сьогодні діє велика кількість компаній, що надають професійні послуги, найбільшими з них стали Кепітал Хіл Груп (Capital Hill Group), канадське відділення Хіл енд Нолтон (Hill and Knowlton Strategies Canada), Глобал Паблік Еферс (Global Public Affairs) тощо. Вони спеціалізуються на зв'язках з державними установами, а також надають консультації із створення іміджу, фанд-райзінгу, кризового менеджменту тощо [177].

Велику кількість лобістів становлять колишні посадові особи, проте лобінгове законодавство передбачає п'ятирічну заборону (cooling-off period) для колишніх державних службовців на проведення лобістської діяльності, щоб попередити зловживання існуючими контактами з державними органами влади [227].

Отже, нормативно-правова база регулювання лобі-діяльності в Канаді заснована на таких принципах, як публічна звітність, поділ лобістів за категоріями, обов'язкова реєстрація, п'ятирічна заборона на проведення лобі-діяльності після залишення посади для колишніх посадовців, відкритість лобістської діяльності суспільству. Особливістю канадської законодавчої бази з лобізму стало доповнення правових вимог нормами професійної та етичної поведінки лобістів, що містяться в Кодексі поведінки, який представляє перелік морально-етичних стандартів, яких повинні дотримуватися лобісти під час своєї діяльності.

Таким чином, дослідивши політико-правові засади лобістської діяльності в країнах Північної Америки, розглянувши процес становлення сучасної моделі її регулювання та особливості функціонування інституту лобізму в США та Канаді, можна зробити такі висновки.

По-перше, держави Північної Америки стали першими країнами, що на законодавчому рівні визначили лобіювання, встановили вимоги до проведення лобістських кампаній. Цьому сприяла низка факторів, серед яких швидкозростаюча роль лобіювання в політичному процесі, його перетворення на окрему професійну діяльність, ефективність лобістських

методів просування інтересів, з одного боку, та високий рівень розвитку громадянського суспільства, яке вимагає підвищення рівня прозорості державного управління після низки корупційних скандалів, пов'язаних з неналежним впливом, з іншого.

По-друге, американська модель правового регулювання лобіювання пройшла довгий шлях становлення в обох державах, зазнала значних трансформацій. На сучасному етапі вона передбачає функціонування окремого комплексного закону, що визначає лобіювання, встановлює вимоги до лобістів з обов'язкової реєстрації та періодичної звітності. Крім того, для американської моделі характерні поділ лобістів за категоріями, триланкова система лобістських контактів (клієнт – лобіст – орган влади), обмеження лобістської діяльності для колишніх державних службовців, інноваційність системи реєстрації та надання звітів он-лайн, доступність цієї інформації для громадськості, підвищений моніторинг за лобістськими контактами з боку суспільства, доповнення правових вимог нормами етичної поведінки лобістів, а в США і посадовців.

По-третє, зазначені політико-правові засади лобіювання в цих державах сприяли його перетворенню на ефективний політичний інститут. Лобіювання інтересів відбувається за всіма напрямками життєдіяльності суспільства. Ключовими для лобістів залишаються такі сфери економіки, як енергетика, фармацевтика, промисловість, будівництво, міжнародна торгівля, медицина, IT-сфера, сільське господарство тощо, лобіюванню в яких протистоять суспільні інтереси (охорона навколишнього середовища, захист прав людини, інтереси етносів, інших меншин та різноманітних громадських рухів та організацій), з перевагою у протистоянні перших. Ці групи спрямовують свій вплив, як на законодавчі, так і на виконавчі органи влади, крім того в США існує механізм опосередкованого впливу і на судові структури через так звані «записки друзів суду».

По-четверте, лобіювання в США та Канаді є окремою професійною діяльністю, зайнятість в якій продовжує неухильно зростати. Функціонує

велика кількість компаній, що спеціалізуються на наданні лобістських послуг, діяльність яких виходить за межі однієї держави. Більш того, лобістська професійна сфера вирізняється високим рівнем самоорганізації та саморегуляції, створено загальнонаціональні асоціації професійних лобістів, що встановлюють власні правила професійної етичної поведінки для своїх членів.

2.2. Лобіювання в Європейському Союзі: наднаціональний рівень та національні моделі правового регулювання

Швидкі темпи європейської інтеграції, створення наднаціональних центрів прийняття рішень на європейському континенті, що регламентують все більше коло питань внутрішнього суспільно-економічного життя держав-членів, перетворили Брюссель на другий після Вашингтону лобістський центр світу. Владні органи ЄС опинилися у центрі впливу з боку різноманітних груп інтересів, серед яких великі транснаціональні корпорації, асоціації компаній у сфері виробництва та послуг, професійні спілки, етнічні групи, правозахисні неурядові організації, пацифістські та антиглобалістські рухи, об'єднання з захисту навколишнього середовища тощо.

Причиною інтересу лобістів до структур ЄС як об'єктів впливу є той факт, що близько 80% національних законів зароджується в установах Брюсселя. На сучасному етапі під юрисдикцією ЄС знаходяться такі сфери, як споживання та соціальна політика, політика щодо навколишнього середовища, сільськогосподарська політика, торгівля, зв'язок, енергетика, ЗМІ та багато іншого. Усе це породжує запити на інформацію для ухвалення рішень та надає більше можливостей для груп інтересів впливати на установи ЄС [7].

Поштовхом для початку лобіювання на рівні ЄС стало ухвалення програми Спільного ринку в 1987 році. Формування європейського лобізму в сучасному вигляді розпочалося на початку 1990-х років, коли ЄС зіштовхнувся з бумом економічного лобіювання. Тоді було прийнято

неформальне рішення про створення індустріальних форумів з обмеженим доступом, зокрема телекомунікаційного та фармацевтичного, що були засновані єврокомісаром Мартіном Бангеманном. Зрештою у 1997 році в Брюсселі працювало близько 3,5 тис. лобістів, при цьому для полегшення доступу до владних центрів невеликі фірми почали приєднуватися до профільних асоціацій [7].

Такий значний інтерес груп інтересів до здійснення впливу на наднаціональні органи ЄС обумовив пошук цією організацією правових інструментів законодавчого та суспільного контролю за лобюванням. Проблему правових обмежень лобізму вперше підняв на початку 1990-х років бельгійський депутат Марк Галле, який підготував доповідь з пропозицією увести кодекс поведінки, визначити закриті зони в будівлях Європарламенту, проводити реєстрацію лобістів, розкриття парламентарями своїх доходів. Проте його доповідь, головним чином через політичні причини, не була розглянута Європарламентом. У 1992 році було опубліковано документ «Відкритий конструктивний діалог між Єврокомісією та окремими групами інтересів», який закликав лобістів до саморегуляції [75].

Наступним кроком стало створення в 1995 році власних реєстрів лобістів окремо в Єврокомісії та Європарламенті, а з 2011 року функціонує спільний Реєстр прозорості ЄС (EU's transparency register). Мета реєстру полягає в забезпеченні публічності інформації про тих, хто намагається взаємодіяти з інституціями ЄС. Реєстрація є добровільною, але може бути і необхідною для отримання певних видів доступу. Наприклад, якщо особа прагне виступити на відкритому слуханні, організованому парламентським комітетом, їй для цього потрібно зареєструватися [259]. Серед стимулів для реєстрації також: дозвіл зареєстрованим отримати доступ до приміщень Європарламенту, дозвіл на зустріч з комісарами ЄС або членами їх кабінетів, можливість отримувати списки членів експертних груп та повідомлення про громадські консультації з питань, що становлять інтерес [200].

Цей реєстр діє на основі Міжінституційної угоди (Interinstitutional Agreement – ІА) між Європарламентом та Єврокомісією 2016 року, яка встановлює правила та принципи лобіювання в ЄС, включаючи кодекс поведінки. Реєстр охоплює всі види діяльності, що здійснюються з метою прямого чи опосередкованого впливу на формулювання та реалізацію політики та процесів прийняття рішень інституціями ЄС, незалежно від каналу або засобу комунікації. До лобістів відносяться організації та окремі особи, незалежно від їх правового статусу та місцезнаходження. Реєстрація не потрібна згідно договору у разі надання певних юридичних та професійних порад, діяльності груп суспільства як учасників соціального діалогу, запитів на фактичну інформацію, дані чи експертизу, не мають реєструватися церкви та релігійні громади, політичні партії, уряди третіх країн, міжнародні міжурядові організації та їх дипломатичні місії [200].

Реєстрація відбувається за шістьма категоріями лобістів:

1. Професійні консультаційні фірми / юридичні фірми/ індивідуальні консультанти.
2. Внутрішні лобісти та торгові / бізнес / професійні асоціації.
3. Неурядові організації.
4. Мозкові центри, дослідницькі та наукові інститути.
5. Організації, що представляють церкви та релігійні громади.
6. Організації, що представляють місцеві, регіональні та муніципальні управління, інші державні та змішані установи [258].

Під час реєстрації необхідно надати таку інформацію: ім'я та контактна інформація, юридичний статус, особа, відповідальна за стосунки з ЄС, цілі / завдання, конкретні види діяльності, кількість осіб, що бере участь у лобістській діяльності, участь у структурах та платформах ЄС, особи, що мають акредитацію в Парламенті ЄС, сфери інтересу, склад членів організації, фінансова оцінка витрат на лобістську діяльність, оборот щодо лобіювання (для лобі-фірм), інформація щодо клієнтів (для лобі-фірм), фінансування, отримане від ЄС, розбивка суми та джерел фінансування (для

неурядових організацій та мозкових центрів). Реєстранти мають оновлювати свої дані принаймні один раз на рік, у разі невиконання реєстрація може бути призупинена [200].

Реєстр прозорості ЄС доповнює ухвалений Кодекс поведінки, що міститься у Доповненні 3 до Міжінституційної угоди 2014 року. Кодекс встановлює правила для всіх, хто реєструється, основні принципи та стандарти поведінки у всіх відносинах з інституціями ЄС, серед яких: завжди представляти себе за назвою та реєстраційним номером, а також суб'єктів чи організації, інтереси яких представляються; декларувати інтереси; не отримувати або не намагатися отримувати інформацію чи рішення нечесним шляхом або з використанням надмірного тиску чи невідповідної поведінки; не надавати неправдиву інформацію в реєстрі, не використовувати логотипи інституцій ЄС без спеціального дозволу; не продавати третім сторонам копії документів, отриманих від установ ЄС; не спонукати службовців інститутів ЄС порушувати правила та стандарти поведінки, що застосовуються до них; інформувати своїх клієнтів про зобов'язання перед інституціями ЄС тощо [209].

Ведення Реєстру прозорості ЄС покладено на Спільний секретаріат реєстру прозорості (Joint Transparency Register Secretariat – JTRS), що складається з посадових осіб Парламенту та Комісії. У випадках невиконання кодексу поведінки Спільний секретаріат повинен провести розслідування і може ввести певні санкції стосовно реєстраторів, які можуть включати видалення з реєстру та позбавлення стимулів, пов'язаних з ним. Більш грубе порушення Кодексу поведінки може спричинити призупинення реєстрації протягом 1-2 років, а у найбільш серйозному випадку публікацію рішення про виключення на веб-сайті реєстру [200].

Доповнює регулювання лобізму контроль за лобістами та посадовцями з боку громадськості. У ЄС розвинута практика фінансування різних неурядових організацій, що спеціалізуються на корупційному моніторингу, наприклад, Альянс за прозорість та етичне регулювання лобіювання – Alter

EU (Alliance for Lobbying Transparency and Ethnic Regulation), що займається виключно лобізмом, відслідковує перехід колишніх посадовців та депутатів ЄС на роботу до лобістських фірм [7]. Alter EU – це коаліція з понад 200 громадських груп та професійних спілок, які стурбовані зростаючим впливом корпоративних лобістів на політичний порядок денний в Європі, а також відкладання та послабленням прогресу у реформах соціального, екологічного та споживчого захисту. Організація вимагає посилення лобістського законодавства в ЄС (обов'язкова реєстрація, посилення етичних правил), посилення вимог кодексу поведінки для співробітників Єврокомісії (реєстрація їх формальних та неформальних зустрічей), припинення надання привілейованого доступу корпоративним лобістам з боку Єврокомісії, закриття «дверей, що обертаються» [195].

Найбільшу критику в європейському суспільстві викликає добровільність, а не обов'язковість реєстрації лобістів. Адже добровільна реєстрація не дає повної картини щодо лобіювання в ЄС. Наприклад, за даними неурядової організації Alter EU, незареєстрованих лобістських груп у Брюсселі не менше 120, у тому числі лобісти, що представляють інтереси таких великих компаній, як Apple, Disney, Tie Warner, Deutsche Bank. Крім того, за 2011 рік у звітах майже 50 компаній було вказано, що на лобіювання було витрачено менше одного євро [7]. Дослідження неурядової організації Leiden International Review 2018 року також звертає увагу на те, що, не зважаючи на велику кількість реєстрацій (понад 11 тис.), багато активних лобі-фірм, що базуються в Брюсселі, відсутні в реєстрі. Серед зареєстрованих лобістів 27% складають компанії, 24% – лобістські фірми та 41% – неурядові організації. При цьому лобістські фірми при реєстрації не розкривають інформацію про своїх клієнтів, посиляючись на конфіденційність, а близько половини неурядових організацій фінансуються інститутами ЄС, що створює конфлікт інтересів [214].

У відповідь на це останнім часом активізувалися переговори між Парламентом, Європейською комісією та Радою про створення обов'язкового

реєстру, який охоплював би інформацію про лобістів у всіх трьох установах. Цей обов'язковий реєстр планується запровадити найближчим часом [212].

Незважаючи на м'яке правове регулювання лобістської діяльності, сьогодні лобіювання у ЄС являє собою цілу індустрію. У Брюсселі діє близько 30 тис. лобістів, що впливають на формування законодавства [260].

Проте кількість зареєстрованих лобістів втричі менша від зазначених обсягів, хоча і продовжує зростати. Якщо у 2012 році кількість зареєстрованих лобістів нараховувала 5,4 тис. осіб, то в 2019 році ця цифра склала 11,9 тис. (Див. Додаток Г) [198].

Серед шістьох категорій лобістів, за якими проводиться реєстрація, за 2019 звітний рік переважають внутрішні лобісти та торгові / бізнес / професійні асоціації, їх кількість склала 52 % (6,2 тис. реєстрацій), на другому місці – неурядові організації (26 % – 3,1 тис. реєстрацій), найменшу кількість серед усіх категорій мають організації, що представляють церкви та релігійні громади (1 % – 59 реєстрація) (Див. Додаток Г) [198].

Переважають представники інтересів, зареєстровані у країнах ЄС – 77%. Крім того, органи ЄС лобіюють представники США, Швейцарії (Див. Додаток Д) [198]. На лобістів з європейських держав, що не входять до ЄС, припадає 3,84% [258].

За даними реєстру 2019 року більшу частину складають лобісти, що витратили на лобістську діяльність менше 100 тис. євро – 74,03% всіх реєстрацій, від 100 тис. до 1 млн. євро витратили 23,67%, більше 1 млн. євро – тільки 2,3 % [258].

Як об'єкти лобіювання серед європейських владних інститутів виокремлюються, у першу чергу, Європейська комісія та Європарламент. Єврокомісія як орган, що має право законодавчої ініціативи, а Європарламент як орган, що їх робить законами. Менш привабливими для лобістів є Рада ЄС та Європейська рада. Крім цього існують так звані позаінституційні органи, наприклад, Європейський соціально-економічний комітет та Комітет регіонів. Доступ до Єврокомісії лобісти мають через

генеральні директорати (Directorates General), кожен з яких пов'язаний з певними лобістськими групами, що прагнуть побудувати з директоратами довгострокові відносини, підтримувати постійну комунікацію. Окремими об'єктами лобіювання виступають комітети та експертні групи, переважна більшість яких створена Єврокомісією. Вони поділяються на наукові комітети, комітети соціального діалогу та найбільш привабливі для лобістів консультативні комітети. Саме в них відбувається взаємодія посадовців з експертами та групами інтересів. Однією з ефективних стратегій лобіювання Єврокомісії вважають стратегію «знизу-вверх» (bottom-up), на відміну від стратегії лобіювання перших осіб (top-down).

Найбільшу активність в Європарламенті демонструють групи, що представляють суспільні інтереси, спеціалізуються на захисті навколишнього середовища, захисті соціальних та виробничих прав. Це пов'язано з тим, що саме такі інтереси більш близькі виборцям, що обирають євродепутатів.

Рада ЄС, як і Єврокомісія, має законодавчу ініціативу, проте є найменш доступною для лобістів серед усіх інститутів ЄС. Але міністри часто підтримують контакти з лобістськими групами зі своїх держав, що відкриває певні можливості для впливу на рішення Ради ЄС [7].

Сфери інтересів, що просуваються, охоплюють майже всі напрямки політики ЄС, серед них: питання захисту навколишнього середовища, дослідження та технології, регулювання внутрішнього ринку, енергетика, економічні та фінансові справи, торгівля, питання споживачів, інформаційне суспільство, освіта, трудові та соціальні питання, охорона здоров'я, транспорт, правосуддя та фундаментальні права, оподаткування, транс'європейські зв'язки, сільське господарство, зовнішня політика ЄС, культура, політика безпеки та оборони, бюджет, гуманітарна допомога, розширення ЄС, питання молоді та спорту тощо [259].

Ефективними в ЄС з точки зору впливу на політичний процес виступають енергетичні, хімічні та транспортні компанії. Неурядові організації поступаються впливом великим корпораціям [7].

Традиційно для ЄС тютюнова та сільськогосподарська промисловість були одними з провідних сфер, інтереси яких представляють лобісти. Кількість ресурсів, які тютюнова та сільськогосподарська промисловість залучають для лобіювання, ставить їх серед найбільш активних представників інтересів. За даними інтернет-видавництва «Єврократік» тютюнова компанія Philip Morris International витратила 5,25 млрд. євро на лобіювання в ЄС у 2013 році, більше, ніж будь-яка інша компанія за цей рік. Сільське господарство також є привабливою сферою для лобістів у ЄС через одну з найдорожчих програм ЄС – Спільну сільськогосподарську політику ЄС (EU's Common Agricultural Policy), яка передбачає прямі виплати фермерам та складає 40 відсотків бюджету. У 2012 році в реєстрі кількість лобістів з агробізнесу була в чотири рази більшою за кількість лобістів у інших областях, а з огляду на добровільність реєстрації, ця кількість може бути більшою. За даними Corporate Europe Observatory, харчові багатонаціональні компанії, сільськогосподарські товаровиробники та виробники насіння більше контактували з Торговим відділом Комісії, ніж фармацевтична, хімічна, фінансова та автомобільна промисловість разом. Агробізнес та харчовий сектор підтримали та лобіювали ухвалення Трансатлантичного торговельно-інвестиційного партнерства (Transatlantic Trade and Investment Partnership) [207].

Однією з головних особливостей функціонування лобізму в ЄС є розвиток європейських галузевих організацій, що стало реакцією на лобістську завантаженість Брюсселя. Єврокомісія надає перевагу взаємодії з загальноєвропейськими групами інтересів, а не з групами окремих держав. Ще наприкінці 1990-х років сформувалася тенденція до передачі вироблення політики групам з особливих проблем бізнесу. З того часу в ЄС активно діють Трансатлантичний бізнес діалог (з 1995 року), що об'єднав великі корпорації Європи та США, та Європейський круглий стіл, до якого увійшли 46 директорів найбільших європейських компаній [7].

Сьогодні однією з найбільш впливових є Європейська Федерація Асоціацій Фармацевтики (European Federation of Pharmaceutical Industry Associations), активну лобістську діяльність проводить комітет аграрних організацій в ЄС (Committee of Agricultural Organizations in the EU), Союз конфедерацій промисловців та роботодавців (Union of Industrial and Employer's Confederation of Europe), Асоціація європейських торгово-промислових палат (Association of European Professional Chambers of Commerce and Industry), Європейський круглий стіл (European Round Table), Комітет американських торгово-промислових палат в ЄС (EU Committee of American Chamber of Commerce), Європейська конфедерація професіональних спілок (European Trade Union Confederation) та численні європейські об'єднання малих та середніх підприємців [75].

Лобіювання з боку неурядових організацій, у свою чергу, простежується за чотирма основними категоріями: це захист навколишнього середовища, інтереси споживачів, регіональні інтереси, інтереси різноманітних громад (жінки, молодь, спорт тощо). Серед захисників навколишнього середовища своєю лобістською діяльністю відрізняються Європейське бюро навколишнього середовища, Грінпіс, Міжнародний фонд захисту природи (Worldwide Fund for Nature), серед споживачів: Європейський союз споживачів (BEUC), Конфедерація сімейних союзів (Confederation of Family Organization), Європейське співтовариство споживчих кооперативів (EUROCOOP), Європейський інститут регіональних споживачів (Consumer's Interregional European Institute), Eurocommerce тощо, найбільші організації, що представляють регіональні інтереси: Асамблея Європейських регіонів (Assembly of European Regions), Рада європейських муніципалітетів та регіонів (Council of European Municipalities and Regions), що конкурують між собою, а також EUROCITIES, Науково-дослідницький центр європейських органів самоврядування (European Local Authorities Research and Study Center), FOUR MOTORS тощо. Організації різних суспільств є більш слабкими порівняно з іншими лобі-групами в ЄС, вони

менш мобілізовані, їх транснаціональні зв'язки слабкі, проте в деяких випадках вони демонструють ефективне лобіювання, наприклад, Європейське жіноче лобі (European Women's Lobby) домоглося включення в Амстердамську угоду пунктів про гендерну рівність [7].

Отже, правове поле лобіювання в Європейському Союзі засновано на континентальній моделі, що передбачає м'який тип регулювання цієї діяльності. У межах ЄС відсутнє окреме законодавство в цій сфері, проте діють правила та принципи лобістської діяльності, встановлені Міжінституційною угодою, укладеною Європарламентом та Єврокомісією в 2011 році, яка встановлює добровільний реєстр лобістів та кодекс поведінки, що містить етичні норми проведення лобіювання. Для ЄС також є характерним суспільний контроль за лобіюванням, розвинута практика фінансування структурами ЄС неурядових організацій, що спеціалізуються на моніторингу прозорості політичного процесу. Головну критику серед основних вимог до лобістів викликає добровільність реєстрації, що знижує ефективність контролю за лобістами.

Функціонування інституту лобізму в ЄС також характеризується низкою особливостей, серед яких: позитивна динаміка кількості лобістів, перевага внутрішніх лобістів над лобістами-консультантами, центральне місце Європарламенту та Єврокомісії як об'єктів впливу, широке географічне охоплення суб'єктів лобіювання, що представляють інтереси всіх регіонів світу з переважною більшістю установ, зареєстрованих в ЄС, розвиток загальноєвропейських галузевих організацій як суб'єктів лобі-діяльності, що об'єднують інтереси великих європейських компаній у різних сферах економіки, домінування серед суспільних інтересів таких сфер, як захист навколишнього середовища, інтересів споживачів, регіональних інтересів та інтересів громад (жінки, молодь, спорт тощо), асиметрія ефективності впливу промислових інтересів над суспільними.

Зазначені особливості правових засад регулювання та функціонування лобізму в ЄС на наднаціональному рівні відрізняється від національних

практик країн-членів. Країни-члени ЄС мають різні підходи до регулювання лобіювання. З 28 держав, що входять до ЄС, окремі правила та норми щодо лобіювання ухвалені тільки 16 країнами, серед них сім обрали американську модель регулювання, ухваливши окремий закон у цій сфері (Великобританія, Ірландія, Франція, Австрія, Литва, Польща; лобінгове законодавство та реєстр Угорщини, ухвалене в 2006 році, через свою неефективність були скасовані в 2011 році), для інших 9 країн характерні саморегуляція лобістів та м'які механізми контролю континентальної моделі (Німеччина, Італія, Іспанія, Нідерланди, Фінляндія, Чехія, Хорватія, Латвія, Румунія). Інші 12 країн-членів не мають ні окремого законодавства, ні кодексів поведінки, ні реєстрів лобістів (Див. Додаток Є) [219]. Розглянемо ці національні моделі регулювання лобіювання більш докладно.

Великобританія є країною, що поєднує елементи як американської (англосаксонської), так і континентальної моделі регулювання лобістської діяльності. У правовій системі цієї держави не існувало окремого закону про лобіювання, не було встановлено і реєстру лобістів, але в 2014 р. через низку корупційних скандалів після політичних дискусій та консультацій було ухвалено Закон про прозорість лобіювання, непартійну діяльність та профспілки (Transparency of Lobbying, Non-Party Campaigning and Trade Union Bill), що вимагає реєстрацію лобістів-консультантів.

Фактично усі ключові конституційні акти – Велика Хартія Вільностей 1215 року, Петиція про права 1628 року та Білль про права 1689 року були прийняті монархом під консолідованим тиском спочатку представників дворянства, а згодом буржуазії. Таким чином, у процесі започаткування демократичних перетворень, було закладено підвалини для майбутнього лобіювання у Великобританії, основною формою якого у подальшому стало право громадян на подання до органів влади офіційних письмових клопотань – петицій [133].

Безпосереднім регулюванням відносин державних службовців, депутатів і лобістів займається створений у 1994 році Комітет зі стандартів

публічної сфери. У першому звіті Комітету 1995 року було визначено ряд принципів, обов'язкових для дотримання членами парламенту і державними службовцями, а в 1996 р. за рекомендацією Комітету був розроблений і прийнятий Кодекс поведінки та коментар до правил поведінки членів парламенту [191].

На початку 2000-х рр. у Великобританії відбулася низка скандалів через «продаж перів» або присвоєння перських титулів залежно від внесків на розвиток партій, що відновило дискусії щодо необхідності законодавчо обмежити неналежний вплив на владу, що призвели до розробки законопроект з прозорості лобіювання, непартійної діяльності та профспілок, поданого 17 липня 2013 р. на розгляд Палати громад. Законопроект складався з трьох частин, перша частина стосувалася лобіювання. Основні її положення встановлювали, що «лобісти, які працюють на лобістські фірми (лобісти від третьої сторони), називаються «лобістами-консультантами», вони підлягають реєстрації та мають розкривати інформацію щодо своїх клієнтів, якщо лобіювання їх «основне заняття». Відсутність реєстрації або надання неточної або неповної інформації вважається правопорушенням. Керівництво Реєстром проводить Реєстратор, призначений урядом, який буде фінансуватися за рахунок внесків за реєстрацію. Реєстратор матиме повноваження накладати штрафи за правопорушення, хоча це призведе до неможливості кримінального провадження, буде застосовуватися лише до незначних порушень. Цей законопроект охоплює лише лобіювання міністрів та постійних секретарів уряду Великобританії шляхом особистого спілкування в усній або письмовій формі... Законопроект не створює кодекс поведінки для лобістів, і не поширюється на лобіювання членів будь-якої палати парламенту поза міністерськими обов'язками» [241].

30 січня 2014 року законопроект було прийнято як Закон про прозорість лобіювання (Transparency of Lobbying, Non-Party Campaigning and Trade Union Administration Act) [257]. Новий закон встановив посаду

Реєстратора лобістів-консультантів (Registrar of Consultant Lobbyists). Закон охоплює усне або письмове спілкування, особисто з міністром чи постійним секретарем (та іншими визначеними посадовцями). Закон не встановлює кодекс поведінки лобіювання, але вимагає від лобістів-консультантів дотримуватися відповідного галузевого кодексу поведінки. Реєстр керується Реєстратором, призначеним урядом, який фінансується за рахунок внесків за реєстрацію. Зареєстровані лобісти зобов'язані надавати Реєстратору інформацію за кожний квартал. Відсутність реєстрації або надання неточної або неповної інформації вважається правопорушенням. Реєстратор може прийняти рішення накладити штраф за ці злочини із застосуванням покарання, що не перевищує 7 500 фунтів стерлінгів [203].

Реєстр лобістів є доступним громадськості он-лайн через спеціально створений веб-сайт www.lobbying-register.uk, надає можливість пошуку інформації за ім'ям особи, організації чи клієнта [262].

Положення закону доповнюються і іншими нормативно-правовими документами. З 2007 року у державі діє Міністерський кодекс (Ministerial Code), який вимагає від членів Уряду бути незалежними від комерційних установ, що намагаються вплинути на політику уряду. Для цього Кодекс містить низку обмежень, які встановлені для міністрів. Зокрема, він забороняє останнім приймати будь-які подарунки, гостинність чи послуги, що можуть поставити урядовців у залежність від третіх осіб. Це положення також поширюється і на членів їх сімей. Остання редакція Міністерського кодексу, опублікована в січні 2018 року, також містить заборону колишнім міністрам на проведення лобіювання протягом двох років (ст. 7.25) [242].

Вирізняє британську модель лобізму високий рівень саморегуляції лобістів. Зокрема, на основі рекомендації парламентського комітету з реєстрації фінансових інтересів депутатів від 1991 року, п'ятьма найбільш потужними англійськими лобістськими фірмами було створено у 1994 році Асоціацію професійних політичних консультантів (Association of Professional Political Consultants (APPC)), яка являє собою неурядову організацію, що

впроваджує високі стандарти у галузі лобіювання. Членство в Асоціації наразі мають 825 лобістів, які щорічно обслуговують близько 1800 клієнтів [133]. АРРС ухвалили власний Кодекс поведінки (остання редакція – червень 2018 р.), який регулює діяльність політичних практиків у взаємодії з усіма урядовими установами Великобританії [199].

Лобістська індустрія Великобританії продовжує зростати. За оцінками експертів, у цій сфері витрачається близько 1,9 млрд. фунтів стерлінгів, і у ній зайнято близько 14 тисяч осіб. На початку 1990-х років у Лондоні функціонувало близько 40 лобістських фірм, а в 2009 році цей показник збільшився майже вдвічі. Більша частина з них входять до Асоціації професійних політичних консультантів. За фактичними оцінками у галузі лобіювання працює близько 14 тисяч осіб. Суттєво збільшилися у Великій Британії також і видатки на лобіювання. Якщо на початку 90-х років ХХ століття річні витрати на лобіювання склали лише 500 мільйонів фунтів стерлінгів, то станом на 2009 рік цей показник суттєво зріс та становив вже 1,9 мільярдів фунтів стерлінгів [133].

У Великій Британії існує низка добре організованих груп тиску, таких як Конфедерація британської промисловості (Confederation of British Industry), яка виступає від імені британського бізнесу, галузевих асоціацій: Британська Медична Асоціація (British Medical Association), Асоціація юристів (Law Society), Національний союз вчителів (National Union of Teachers), Конгрес тред-юніонів (Trades Union Congress). Деякі групи тиску дуже ефективні, особливо якщо вони добре фінансуються, мають багато членів і можуть організувати ефективні кампанії. Групи тиску, які підтримують уряд («інсайдерські групи») є більш успішними. Наприклад, Конфедерація британської промисловості тісно співпрацює з урядом, підтримує вихід Великобританії з ЄС. Якщо ж група тиску не має достатньої підтримки або фінансування, чи її цілі не відповідають політиці уряду («аутсайдерська група»), у неї менше шансів на успіх, частіше вони проводять лобістські кампанії в медіа-сфері, прагнучи отримати громадську

підтримку. В останні роки ряд організацій, таких як «Грінпіс» та «Друзі Землі», вжили заходів, включаючи протести та PR кампанії, спрямовані на блокування пропозицій щодо використання гідророзриву як способу видобутку газу у Великобританії [246].

Серед сучасних ключових груп тиску в Великобританії варто виділити також UK Uncut (мережа протестних груп), Грінпіс, Amnesty International, Migration Watch UK (мозковий центр) та інші [247].

У якості об'єкта лобіювання переважає Кабінет Міністрів та урядові установи й відомства. Це зумовлено зростанням політичної ваги уряду, який формується партією, що отримує більшість місць у Палаті громад, а звідси і його підтримка парламентською більшістю у законопроектній роботі; повноваженням Уряду, починаючи ще з XIX століття, розробляти фінансові закони; надзвичайно високою законодавчою активністю Уряду – переважна більшість законопроектів (близько 95% від усіх зареєстрованих у парламенті) надходить саме від урядових установ й відомств [133].

Серед методів лобіювання в арсеналі британських лобістів: спрямування до парламенту приватних законопроектів (Private Bills) у формі петицій; участь лобістів та лобістських об'єднань у обговоренні законопроектів за спеціальною парламентською процедурою, видання «зеленої» і «білої» книг; участь лобістів та лобістських об'єднань у роботі спонсорських підрозділів при соціально-економічних урядових відомствах тощо [133].

Отже, модель регулювання лобіювання у Великобританії є прикладом трансформації з континентальної в англосаксонську модель. Після ухвалення окремого закону в цій сфері у 2014 році, лобізм у Великобританії функціонує на принципах обов'язкової реєстрації тільки лобістів-консультантів без розкриття фінансової інформації, системи саморегулювання лобіювання за рахунок ухвалення галузевого кодексу поведінки, системи декларування державними службовцями подарунків та винагороди, що вони отримують, заборони для колишніх посадовців на проведення лобіювання протягом двох

років. Таке правове поле для лобіювання вважається досить ефективним у державі, проте в політичних колах продовжуються дискусії щодо необхідності посилення законодавчих вимог для лобістів: розширення визначення лобіста, включивши внутрішніх лобістів, розширення визначення лобіювання, включити надання лобістських порад; розширення переліку осіб, контакти з якими вважаються лобіюванням.

Цікавим є досвід регулювання лобіювання у **Франції**, де лобіювання фактично було заборонене законодавчо, а лобінгові вимоги були одними з найслабших в Європі. Проте сучасне французьке правове регулювання лобістської діяльності є жорстким, має обов'язковий характер, доводить свою ефективність за незначний період чинності.

Конституційно-правову основу інституту лобіювання у Франції становлять положення Конституції Франції (свобода створення політичних партій і груп, створення Соціально-економічної ради – одного із основних конституційних суб'єктів законодавчого процесу), Виборчого кодексу (принцип посадової несумісності особи). Незважаючи на негативні конотації лобіювання, які панують у французькому суспільстві, громадськість у цілому підтримувала ідею законодавчого регулювання лобіювання спеціальним законом. Так, 9 жовтня 2008 року 18 професійних спілок та об'єднань звернулися до Національних Зборів з пропозицією про нормативне визначення взаємодії обраних представників та лобістів [133].

У відповідь у 2009 році було створено добровільну систему реєстрації зацікавлених осіб та груп при обох палатах Парламенту, Сенаті та Національних Зборах, основним стимулом для реєстрації в парламентських реєстрах було надання реєстратору доступу до офісів цих палат [202]. Але ця система критикувалася громадськими організаціями, адже кількість зареєстрованих представників інтересів була занадто незначною, не реалістичною. За ініціативою Бюро Національної Асамблеї було створено робочу групу з прозорості, яка представила доповідь з удосконалення правил прозорості та етичності для представників інтересів. У державі розпочалися

дебати щодо нового законодавства в сфері лобізму. Розробка нового антикорупційного закону тривала близько двох років [200].

У результаті 9 грудня 2016 року Франція ухвалила схему обов'язкової реєстрації для лобістів. Цей реєстр створено Законом про транспарентність, протидію корупції та модернізацію економічного життя (*Relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique*), що прийнято називати «Другий закон Сапіна», за ім'ям головного розробника законопроекту, міністра фінансів Мішеля Сапіна. 1 травня 2018 року цей новий лобінговий закон повністю було реалізовано [202].

Закон встановлює електронний реєстр, вимагає від лобістів зареєструватися. Лобістами за французьким законом вважаються особи або юридичні особи, організації та групи з комерційною та виробничою діяльністю; торгіві, промислові та торгово-промислові палати [238]. Особи, що не підпадають під вказане визначення, але здійснюють лобістську діяльність від імені таких організацій, також повинні зареєструватися та розкривати особистість людей чи організацій, інтереси яких вони представляють.

Реєстр лобістів працює у Франції з 1 липня 2017 року, через рік, станом на 1 липня 2018 року, у ньому зареєструвалося вже понад 1,6 тис. лобістів [200]. Під час реєстрації мають бути надані особисті дані, обсяг їх лобістської діяльності; кількість людей, яких вони залучали для лобіювання; сума витрат на лобістську діяльність протягом попереднього року, інформація щодо професійних організацій, союзів або неурядових організацій, інтереси яких пов'язані з інтересами, що представляє реєстрант [202].

Протягом трьох місяців з дня закриття звітнього року організація, зареєстрована як лобіст, має подати звіт, вказавши вид державних рішень, на які була спрямована лобістська діяльність; методи лобіювання; категорії державних службовців, з якими відбувалися контакти; якщо лобіст виступав

від імені третіх осіб, то інформацію щодо них; сума витрат на лобістську діяльність за попередній рік (тобто людські, фінансові та матеріальні ресурси, мобілізовані з метою впливу на процес прийняття державних рішень) [238].

Не підпадають під вимоги про реєстрацію обрані посадові особи, що діють в межах своїх службових обов'язків, політичні партії, що діють у межах їх конституційних повноважень, профспілки та релігійні організації [238].

Французький закон містить також і вимоги до етичної поведінки, встановлює, що під час взаємодії з органами державної влади лобісти повинні діяти справедливо та чесно відповідно до етичних правил, зокрема надавати інформацію про себе, установу, на яку працюють та інтереси установи, що вони представляють тощо [238].

Законодавство Франції має також подібні етичні правила і для державних посадовців, вони перераховані в кодексах поведінки для обох палат парламенту [216].

Контроль за реєстрацією покладено на Вище управління з питань прозорості у суспільному житті (Haute Autorité pour la transparence de la vie publique – HATVP), що працює ще з січня 2014 року. Головним обов'язком цього управління є контроль за лобістами в дотриманні вищезазначених вимог [216].

Невиконання вимог закону потенційно може спричинити кримінальну відповідальність і карається терміном до одного року ув'язнення та штрафом у розмірі 15 000 євро (75 000 євро, якщо лобіст є юридичною особою) [202]. Такі ж санкції застосовуються і до лобістів, які, отримавши перше офіційне повідомлення від HATVP з наказом дотримуватися своїх етичних зобов'язань, знову зневажають ті ж самі етичні зобов'язання протягом наступного трирічного періоду [216].

Ще до ухвалення окремого закону про лобіювання лобістська діяльність фактично здійснювалася в обох палатах вищого законодавчого

органу країни членами більш ніж 170 так званих «співтовариств» і «дослідницьких груп», що спеціалізуються на розробці конкретних проблем та їх просуванні в якості законодавчих ініціатив. Крім того, діє низка «груп дружби», що використовуються іншими державами, вони діють у Національних зборах (наприклад, франко-ізраїльська, франко-в'єтнамська тощо) [47].

У 2014 році добровільний реєстр Національної Асамблеї нараховував 162 організації (40 підприємств, 37 асоціацій, 27 консалтингових фірм, 28 представницьких організацій, 17 неурядових організацій, 7 державних або напівдержавних органів, 5 державних підприємств та 1 аналітичний центр), а реєстр Сенату – 97 представників інтересів [232]. У 2018 році новий обов'язків реєстр нараховує вже більше 1,6 тис. організацій, найбільшими з них виступають Загальна конфедерація праці (*Confédération générale du travail*), Генеральна конфедерація керівників (*Confederation française de l'encadrement - Confederation generale des cadres*), Французька конфедерація християнських працівників (*Confederation française des travailleurs chrétiens*), Французька демократична конфедерація праці (*Confederation Française Democratique du Travail*) тощо.

Серед форм лобістської діяльності у Франції переважає участь у роботі Соціально-економічної ради, яка консультує уряд у законопроектній діяльності у формі надання йому висновків з усіх законопроектів соціально-економічного характеру, за сутністю виступає як «лобістський парламент»; участь у роботі консультативно-дорадчих установ, створених при урядових відомствах; участь у роботі позапарламентських організацій тощо [133].

Інтереси французьких компаній та організацій представляють численні лобістські фірми, серед яких *Affaires Publiques Consultants, Communication & Institutions, Lysios, Hopscotch Corporate, Domaines Publics* та багато інших. Ці фірми створили асоціацію спеціалістів у сфері адвокати, GR, PR та лобіювання, яка функціонує з 1991 року під назвою Французька асоціація лобіювання та консультування з громадських справ (*Association française des*

conseils en lobbying et affaires publiques – AFCL). Асоціація встановила власний Кодекс поведінки, що є обов'язковим для її членів.

Отже, низька громадська довіра до лобіювання та вимоги підвищення прозорості політичного процесу призвели до розробки досить жорсткого лобінгового законодавства у Франції, що має риси як континентальної, так і американської моделі. Сучасна французька модель регулювання лобізму характеризується наявністю окремого закону про лобіювання (з 2017 року), що вимагає за прикладом американської моделі реєстрацію та щорічну звітність лобістів, контролем за лобістами з боку незалежного владного органу, наявністю кодексів поведінки, що встановлюються законом та обов'язковими для виконання лобістами та державними службовцями, самоорганізацією лобістів, переважанням серед форм лобіювання участі в дорадчих органах при державних структурах тощо.

Подібними до британської та французької є моделі регулювання лобіювання в **Австрії** та **Ірландії**. Їх закони про лобіювання також прийняті нещодавно.

В **Австрії** 1 січня 2013 р. набув чинності Закон про лобіювання та прозорість представництва інтересів (Lobbying and Interest Representation Transparency Act), що встановив реєстр лобістів та заборону виступати лобістом державним службовцем. Реєстрація перед лобіюванням є обов'язковою для таких чотирьох груп:

- 1) лобі-фірми, що лобіюють в інтересах клієнта за оплату,
- 2) компанії, які використовують корпоративних лобістів, що не більше 5% свого часу витрачають для лобіювання,
- 3) самоврядувальні установи (професійні групи інтересів та інші юридично створені об'єднання, включаючи Економічну та Трудову палати, торгові асоціації),
- 4) групи інтересів (приватні асоціації фізичних осіб, неурядові організації).

Інформація, що має бути представлена під час реєстрації, відрізняється залежно від категорії. Лобісти третьої та четвертої групи подають менший

обсяг інформації. Реєстрації не потребують політичні партії та партійні організації, релігійні групи, міста та муніципалітети [252].

Запуск цього інтернет-реєстру відбувся 1 січня 2013 р., його ведення законом покладено на Федеральне міністерство юстиції. Реєстраційні збори складають 600 євро для лобі-фірм, 200 – для компаній та 100 – для асоціацій. Закон передбачає і санкції за недотримання вимог реєстрації: адміністративні штрафи до 60 000 євро та / або видалення з реєстру, ці санкції стосуються виключно перших двох категорій [226].

Об'єктами лобіювання виступають як законодавчі, так і виконавчі органи влади федерального та місцевого рівнів.

Серед недоліків законодавства виокремлюють: нечіткість формулювань у законі, що призводить до його порушення, нелогічність поділу лобістів на чотири категорії та неоднакові вимоги до процедури їх реєстрації, звітності та штрафування, надмірний перелік винятків, що створює можливість для лобіювання без реєстрації, частковий доступ громадськості до інформації реєстру (доступні тільки назва компанії та імена лобістів), що перешкоджає публічності лобіювання, відсутність обмеження системи «дверей, що обертаються».

Проте, не зважаючи на недоліки законодавства, його характеризують як досить ефективне. Протягом двох років після запуску реєстру в ньому зареєструвалося 245 лобістів. В Австрії працює від 3 до 4 тис. осіб, які професійно займаються лобіюванням: 60% працюють у палатах, приблизно 15% є вбудованими лобістами, близько 15% працюють на асоціації, а решта 5 – 10% є самонайнятими.

Опитування у 2014 році, проведене серед майже 400 учасників Економічного форуму менеджерів, показало, що 62,2% опитаних австрійських компаній практикують лобіювання. Більшість лобістських заходів відбувається у Відні.

Діяльність лобістів в Австрії, як і в попередньо розглянутих державах, характеризується саморегуляцією. В Австрії існує дві організації, що

представляють інтереси лобістів: Австрійська асоціація громадських справ (ÖPAV) та Австрійська рада лобіювання та зв'язків з громадськістю (ALPAC). ÖPAV і ALPAC мають кодекси поведінки для своїх членів, які можна знайти на їх веб-сайтах [231].

У Ірландії регулювання здійснюється згідно Закону про регулювання лобіювання (Regulation of Lobbying Act), підписаному президентом країни 11 березня 2015 року.

Цей закон визначає, що особа здійснює лобіювання, якщо вона має, організує або керує відповідною комунікацією (письмова чи усна комунікація з посадовою особою стосовно певного питання) від імені іншої особи в обмін на оплату, а також має або організовує контакти щодо розвитку територіального зонування за законами про планування та розвиток 2000 – 2014 рр. До лобістів закон відносить: а) осіб, що мають більше 10 працівників та мають відповідні контакти від імені третіх осіб, б) осіб, що мають одного чи більше працівників та є об'єднанням, що створене для представництва інтересів своїх членів, і має контакти від імені членів, в) осіб, що мають одного чи більше працівників та є об'єднанням, що створене для вирішення конкретних питань, і має контакти для їх вирішення [252].

Об'єктами лобіювання згідно ірландського законодавства виступають міністри, члени парламенту, члени Європейського парламенту, члени місцевих органів влади, державні службовці всіх категорій, тобто всі державні органи влади законодавчої та виконавчої гілок, як на центральному, так і на місцевому рівні [243].

Закон також передбачає обов'язкову реєстрацію лобістів, інтернет-реєстр було запущено 1 травня 2015 року. Під час реєстрації необхідно вказати ім'я (назву), адресу проживання (юридичну адресу), опис основної діяльності, контакти. Зареєструвавшись, лобіст має подавати кожні чотири місяці звіти про лобістську діяльність, вказуючи інформацію щодо клієнта, посадову особу, з якою відбувалися контакти, предмет лобіювання, тип лобістської діяльності, особу, що безпосередньо здійснювала контакти [249].

Контроль за реєстром лобістів покладено на Комісію зі стандартів в органах влади (Standards in Public Office Commission), вона здійснює нагляд за впровадженням реєстру, контролює дотримання вимог законодавства, надає консультації та допомогу, а також, у разі необхідності, розслідує порушення. Порушенням закону вважається відсутність реєстрації, відсутність звіту у встановлений термін, надання недостовірної інформації Комісії, відмова у співпраці під час розслідування порушень чи перешкоджання його проведенню. Санкції за ці порушення наступні: 1) якщо визнана вина в окружному суді, штраф складає до 2500 євро; 2) якщо визнана вина у кримінальному суді, передбачається штраф та ув'язнення на строк до двох років; 3) відсутність звіту у встановлений термін призведе до штрафу в 200 євро. Санкції розпочали свою дію з 1 січня 2017 року [250].

Закон передбачає право Комісії зі стандартів розробити кодекс поведінки лобістів. Сьогодні тривають слухання та дискусії щодо проєкту кодексу, представленому на веб-сайті, присвяченому лобінговому законодавству Ірландії (www.lobbying.ie).

За перший рік після запуску реєстру в ньому як лобісти зареєструвалося 997 фізичних та юридичних осіб, за 2016 рік реєстраційні форми подали 447 лобістів, а за 2017 – 234. Загальна кількість реєстрацій в ірландському реєстрі лобістів нараховує сьогодні близько 1,7 тис. Серед лобістів переважають ті, що представляють інтереси в таких сферах, як охорона здоров'я, комунальні питання, правосуддя та рівність, сільське господарство, фінансування, будівництво, благодійність тощо [251].

Значно відрізняються від розглянутих моделей регулювання лобіювання правові механізми державного та суспільного контролю за цією діяльністю в **Німеччині**. Її модель є однією з найбільш м'яких, що обумовлює також те, що держава має одну з найменш прозорих лобістських систем серед розвинених країн. За даними дослідження Transparency International, опублікованого в квітні 2015 року, Німеччина посіла шосте місце серед європейських країн з найменш відповідним законодавством у

сфері лобіювання. Найбільша економіка Європи лише на 23% відповідає міжнародним стандартам та передовим практикам у цій сфері і опинилася позаду Болгарії та Словаччини [196].

Відсутність правового регулювання лобіювання, на думку дослідників та політичних аналітиків, є значним недоліком німецької політичної системи. Правовими основами для лобіювання у цій державі слугують положення Конституції ФРН, що гарантують право на створення об'єднань та товариств (ч.1 ст. 9) та можливість звертатися до органів влади (ст. 17), Федеральний закон «Про направлення петицій до Німецького Бундестагу», Кодекс поведінки члена Бундестагу від 1972 року, Федеральний Закон від 1972 року про опублікування «лобістського списку» (переліку різних спілок та їх представників, що можуть бути присутніми на засіданнях парламенту та уряду), Регламент діяльності федерального уряду та Єдине положення про федеральні міністерства [133].

Відповідно до Кодексу поведінки члена Бундестагу 1972 року члени парламенту можуть за винагороду просувати інтереси з проблем, які обговорюються в комітетах, але мають проінформувати про це до початку слухань [100].

Ключовим елементом корпоративізму в Німеччині є залучення асоціацій до політичного процесу. Загальноприйнята законодавча практика включає можливість для асоціацій отримувати законопроекти заздалегідь та надавати консультації. Інший елемент – список асоціацій німецького Бундестагу. Цей список існує з 1973 року і сьогодні нараховує більше 2 тисяч об'єднань (у 2014 році список нараховував 2 178 груп). Він оновлюється кілька разів на рік, і доступний в Інтернеті в електронному вигляді з 2012 року. Реєстрація спілок в якості лобіста не є обов'язковою в Німеччині, проте вона дає можливість офіційно брати участь у роботах комітетів [133].

Через слабкість законодавчих вимог до лобістів важко точно визначити масштаби та інтенсивність лобіювання в Німеччині. Однією з проблем є те, що немає положень, які визначали б, хто є лобістом. За даними Асоціації

акредитованих адвокатів державної політики в Європейському Союзі (Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union) масштаби лобіювання можуть бути визначені наступними такими: 4000 загальнонаціональних асоціацій (від 3 до 120 співробітників), 120 офісів у Берліні (в середньому 4 співробітники), 90 державних установ (з загальним обсягом близько 1000 співробітників), 50 аналітичних центрів у Берліні, 20 юридичних фірм, які також займаються лобіюванням, 200 науковців, що є членами чи експертами в консультативних радах, 30 фірм, що консультують з комерційних питань, 30 наукових установ та університетів, 25 фондів, які консультують політиків, 300 окремих лобістів / політичних радників. Хоча достовірної інформації про фінансові витрати та обсяг винагороди за лобіювання немає [233].

Серед лобістів Німеччини превалюють асоціації, що становлять близько 80 відсотків лобістів. Велика кількість об'єднань забезпечує лобіювання в різних сферах: це професійні асоціації, торговельні палати, асоціації роботодавців та працівників, об'єднання та групи споживачів тощо. Серед найбільш потужних лобі-груп слід виокремити Німецьку торговельну палату (АНК), Асоціацію торгових виставок та ярмарків Німеччини (AUMA), Асоціацію німецьких банків, Федеральне об'єднання німецької оптової та зовнішньої торгівлі (BGA), Федеральну асоціацію німецької торговельної промисловості (DBE), Федеральну асоціацію енергетичного та водного господарства (BDEW), Асоціацію німецьких промисловців (BDI), Федеральну асоціацію приватних підприємців (BFB), Германську асоціацію фармацевтики (BPI), Германську асоціацію електронної промисловості (BVDW) тощо [206].

Найважливішими сферами для лобіювання залишаються енергетична політика, промислова політика, охорона здоров'я, фінансові ринки та банки, транспорт та оборона. Превалюють здебільшого ті області, де держава виступає клієнтом [254].

Головним об'єктом лобізму є уряд. Серед форм лобістської діяльності превалюють експертні консультації [73].

Саморегуляція лобіювання не розвинена в Німеччині. Немає загальнообов'язкового кодексу поведінки для всіх лобістів. Недоліки в саморегуляції пов'язані з відсутністю організацій, створених лобістами. У Німеччині є лише дві організації, що об'єднують представників цієї сфери: Німецька асоціація політичних консультантів (Deutsche Gesellschaft für Politikberatung) та Німецька асоціація спеціалістів з PR (Deutscher Rat für Public Relations) [233].

Ключовим елементом моніторингу та контролю за лобіюванням у Німеччині виступають неурядові організації та мас-медіа. Основна мета такого лобістського контролю – забезпечення прозорості та відповідальності в законотворчому процесі, підтримка демократії, виявлення корупції та зловживань. Медіа моніторинг та контроль за лобіюванням здійснюється в першу чергу через політичну журналістику. Дослідницька робота журналістів пов'язана з діяльністю громадських правозахисних груп, що мають на меті моніторинг прозорості політичного процесу і, таким чином, підвищення якості демократії. Їх робота базується на спеціалізованих дослідженнях, контактах, а також на політичній та медіа експертизі. Серед них варто виокремити діяльність Lobbycontrol, Abgeordnetenwatch.de, Transparency International та Campact [254].

Таким чином, регулювання лобізму в Німеччині відрізняється незначними та необов'язковими вимогами до лобістів, правовими засадами для лобіювання в державі слугують норми конституції та законів, що стосуються права на створення об'єднань, можливості звертатися до органів державної влади, поведінки членів Бундестагу тощо. Єдиним офіційним джерелом інформації щодо лобістів є так званий «лобістський список», створений за результатами реєстрації спілок, що беруть участь у роботі парламенту і федерального уряду. Проте така реєстрація є добровільною. Серед особливостей німецького лобізму: слабе лобінгове законодавство,

превалювання асоціацій в якості лобістів, а органів виконавчої влади як об'єктів лобіювання, практика «дверей, що обертаються», п'ятирічна заборона на проведення лобіювання колишніми державними службовцями, недостатньо розвинена саморегуляція лобістів, моніторинг та контроль за лобістами з боку громадянського суспільства.

Досвід держав-членів Європейського Союзу, що входили до соціалістичного табору, значно відрізняється моделями регулювання лобізму від інших країн ЄС. Для них, з одного боку, є характерним неадекватне сприйняття власне поняття «лобіювання» серед громадськості, що дорівнюється в політичній свідомості до корупції, незаконного фінансування кандидатів тощо, а з іншого боку – поширення громадської недовіри до органів державної влади, вимога суспільства щодо прозорості політичного процесу, а також необхідність відповідності стандартам ЄС щодо демократичних принципів державного управління. Усе це призвело до поживлення дискусій з приводу легалізації лобіювання та його обмеження правовими нормами. Наслідком цих процесів стало ухвалення законодавства в сфері лобіювання в Литві, Польщі, Словенії та Угорщині.

Литва стала першою з постсоціалістичних країн, що ухвалила закон про лобіювання. У 2000 р. було прийнято Закон «Про лобістську діяльність», що набрав чинності 1 січня 2001 р., він став результатом низки корупційних скандалів. Цей закон ввів до правового поля Литви такі нові поняття, як «лобістська діяльність», «лобіст», «клієнт лобістських послуг», «звіт лобіста», «витрати лобіста» тощо, встановив обов'язкову систему реєстрації лобістів, ведення якої покладено на Центральний комітет з етики.

Згідно литовського закону під лобістською діяльністю розуміється діяльність особи з впливу на ухвалення або неухвалення, на зміну, доповнення або скасування нормативних актів. Це визначення має досить широкий зміст та передбачає вплив тільки на законодавчі органи влади. Не вважаються лобістською діяльністю: діяльність або робота власників, видавців і співробітників ЗМІ; діяльність посадовців, спрямована на

ініціювання, підготовку, обговорення, прийняття або тлумачення проєктів законів та інших правових актів, що їх здійснюють відповідно до визначених посадових обов'язків; дії некомерційних організацій; наукова діяльність, крім діяльності на замовлення; діяльність фізичної особи з тлумачення зміни, доповнення або скасування правових актів, крім діяльності в інтересах замовника лобістської діяльності [26].

Лобіст відповідно до закону має право: брати участь у підготовці правових актів, вносити пропозиції і пояснення, за власною ініціативою здійснювати експертизи правових актів або їх проєктів, пред'являти висновки і коментарі замовникам лобістської діяльності, вирішувати питання інформування громадськості, переконувати державні та муніципальні установи про доцільність прийняття або неприйняття певного правового акта, проводити ознайомчу роботу з громадськістю, підприємствами, установами та організаціями про підготовлювані в парламенті, уряді або інших державних або муніципальних установах правові акта, робити повідомлення за допомогою засобів масової інформації та брати участь у масових заходах, збирати дані та інформацію про прийняття правових актів і представляти їх замовникам правової діяльності, організувати зустрічі, організувати репрезентативні і інші заходи з питань нормотворчості, організувати зустрічі політиків, державних службовців і посадових осіб з громадськістю з питань нормотворчості; отримувати копії проєктів нормативно-правових актів та іншу інформацію з держустанов і установ місцевого самоврядування [102].

Система реєстрації в Литві включає лише контрактних лобістів, які намагаються вплинути на законодавчу гілку влади. Закон не регулює діяльність внутрішніх лобістів, що входять до складу постійного персоналу корпорації, та некомерційні лобістські організації. Лобісти в Литві подають річний звіт про їх лобістську діяльність до реєстру. Окрім імені, адреси, номера телефону та номера сертифікату, зареєстрований лобіст повинен також вказати свої доходи та витрати на лобістську діяльність, а також назви

(цілі) впливу. Відповідно до закону інформація про лобістську діяльність є гласною, і дані про список лобістів раз на три місяці публікуються у фаховому виданні «Відомості держави». Ці ж дані публікуються на Інтернет-сторінці Центральної комісії з етики [235].

Закон встановлює низку обмежень щодо лобістської діяльності. Так, лобіювання забороняється особам молодше 18 років, політикам, посадовцям, суддям, колишнім державним службовцям протягом одного року, особам із судимістю. Зі свого боку, замовниками лобістських послуг не можуть бути державні органи, державні службовці та органи місцевого самоврядування [46]. Крім того, лобістською діяльністю в Литві заборонено займатися банківським установам.

Зміни до закону про лобіювання 2017 року обмежили поняття лобіста, до якого тепер відносяться тільки фізичні особи, лише вони мають зареєструватися у встановленому законом порядку.

Недоліком законодавства є відсутність ефективних санкцій за недотримання положень законодавства про лобіювання, адже передбачена лише адміністративна та цивільно-правова відповідальність у разі заподіяння лобістом шкоди третім особам [26]. Крім того, закон про лобіювання має інші значні недоліки: він стосується тільки впливу на законодавчі органи влади з боку лише лобістів-консультантів, встановлює великий реєстраційний внесок, жорсткі вимоги до реєстрації та звітності.

Незважаючи на вісімнадцятирічний термін чинності закону про лобіювання, на сьогодні він залишається неефективним. На 2017 рік у реєстрі нараховувалося лише 40 лобістів. Небажання реєструватися пояснюється низкою факторів, серед яких складний процес реєстрації та звітності, вимога про розкриття обсягів фінансування, дорогий реєстраційний внесок (10 тис. літів (91,5 тис. грн.) – для юридичних осіб та 2 тис. літів (18,3 тис. грн.) – для фізичних осіб), відсутність розуміння цінності професійних лобістів для розвитку демократії серед громадськості, ефективність непрозорих засобів впливу на посадовців, адже литовські групи інтересів не використовують

складні практики лобіювання, а доступ та вплив переважно базується на особистих зв'язках та корупційній практиці [235]. Спроби внесення змін до законодавства, остання з яких відноситься до липня 2017 року не призвели до зміни такої ситуації.

Схожа модель регулювання та функціонування лобізму склалася і в **Польщі**, де ухвалення лобінгового законодавства пояснювалося подібними до литовських причинами, зокрема вступом до ЄС, необхідністю відповідати його демократичним стандартам, а також гучними корупційними скандалами. Однією з найважливіших справ, яка зробила внесок у розвиток законодавства про лобістську діяльність, стала так звана «справа Лева Ривіна». Кінопродюсер Лев Ривін у 2002 р. вимагав у редактора видання «Газета виборча» 17,5 млн. доларів хабара в обмін на внесення змін до законопроекту про теле- і радіомовлення. Ця справа продемонструвала не тільки політичній еліті, а й суспільству в цілому необхідність урегулювати лобістську діяльність спеціальним законом [26].

Для регулювання лобістської діяльності Польща обрала американську модель, ухвалила 7 липня 2005 року «Закон про лобіювання в законодавчому процесі» (набрав чинності у березні 2006 року), що встановив обов'язкову реєстрацію та звітність лобістів. Польський закон складається з 24 статей, розділених на шість глав. Перша глава визначає загальні положення, трактуючи «лобіювання» як будь-яку діяльність, що здійснюється будь-якими юридично допустимими засобами, спрямованими на вплив на органи державної влади в законодавчому процесі, лише на центральному, урядовому та парламентському рівнях. Закон поділяє лобістів на таких, що виконують лобістську діяльність професійно та «за нагодою». Метою професійного лобіювання є одержання прибутку, воно ведеться для третіх осіб, може здійснюватися підприємцем або фізичною особою на підставі цивільно-правового договору. Інша діяльність, яка має на меті здійснення впливу на законодавчий процес, вважається тимчасовою лобістською діяльністю [78].

Друга глава регулює процедури законотворення. Найважливішим є зобов'язання Ради міністрів та усіх міністерств підготувати законодавчі плани раз на шість місяців. Цей план має містити інформацію про передмови положень законопроекту, проблему, на вирішення якої він спрямований, відповідальний орган та особу, що його готує, посилення на ресурс із документами [46].

Ця ж глава містить процедуру декларування інтересу до поточних законодавчих робіт на урядовому рівні – кожен, хто бажає подавати пропозиції щодо змін у проєкті, повинен письмово повідомити про свою зацікавленість відповідному міністерству. Усі декларації про інтерес повинні бути опубліковані на веб-сайтах із документацією, що стосується цього законодавчого процесу [236].

Закон також впроваджує інститут громадських слухань проєкту закону, в якому можуть брати участь усі зацікавлені особи та організації. Інформація про громадські слухання має бути оприлюднена за сім днів до його проведення [46].

Вимоги до ведення Реєстру організацій, що здійснюють професійне лобіювання, та правила проведення професійного лобіювання містить третя глава закону. Відділом, відповідальним за реєстр професійних лобістів, є Міністерство внутрішніх справ та адміністрації (MSWiA). За реєстрацію передбачається внесок, але його максимальна сума не може перевищувати 100 злотих (приблизно 25 євро). Положення також визначають загальні правила реєстрації та обставини, в яких міністерство може відмовити в ній (наприклад, у випадку надання недостовірних даних або через відсутність необхідних даних) та обсяг інформації. Після реєстрації професійний лобіст може отримати сертифікат про реєстрацію, який органи, які проводять законодавчі роботи, можуть вимагати від професійних лобістів [236].

Закон також передбачає санкції за порушення його положень. Міністерство внутрішніх справ та адміністрації може ввести штраф за

відсутність реєстрації у розмірі від 3 до 50 тис. злотих (приблизно від 800 до 10 000 євро) у формі адміністративного рішення [236].

Доповнюють закон про лобіювання положення Закону «Про діяльність депутата та сенатора відповідно до мандату» та Закону «Про Раду Міністрів», що регламентують порядок надання депутатами та членам уряду інформації про своїх співробітників для попередження «вбудованого лобіювання», Закону «Про орган урядової адміністрації», що встановлює засади ведення реєстру професійних лобістів [46]. Крім того, урядовий контроль за діяльністю лобістів в Польщі доповнюється саморегуляцією. З 2003 року функціонує Асоціація професійних лобістів (Association of Professional Lobbyist in Poland), яка розробила Кодекс етичної поведінки, дотримання якого вимагає від усіх своїх членів [26].

Перші проблеми з інтерпретацією цього закону виникли у зв'язку з його назвою, неадекватною щодо положень, включених до змісту правового акту. Використаний там термін «у законодавчому процесі» дозволяє припускати, що закон регулює всі форми активності лобістів із впливу на процес законодавства, а відтак і стосунки між лобістами й органами, які створюють закони. Однак більш детальний аналіз положень закону показує, що об'єктами лобіювання є Сейм, Сенат, Рада Міністрів, Голова Ради Міністрів та міністри. Таким чином, закон не бере до уваги інших суб'єктів, які, відповідно до Конституції, наділені правом творення джерел загальнообов'язкового права або можливостями участі у цьому процесі: Президента, Національну раду радіомовлення і телебачення, органи урядової адміністрації та місцевого самоврядування [78]. Крім того, критику викликає відсутність заборони колишнім посадовцями на певний термін проводити лобістські кампанії.

За даними досліджень польських та європейських правозахисних організацій на практиці встановлені в Польщі правила та норми лобінгового законодавства здебільшого ігноруються. Домінуючою є неформальна мережа друзів та сімейних контактів, процес ухвалення політичних рішень має

тенденцію до закритості, відсутності прозорості, офіційні зустрічі часто менш важливі, ніж неофіційні, що відбуваються до і після. Лобіювання у Польщі переважно здійснюється неформальним способом на основі неформальних зв'язків між парламентарями та представниками бізнесу. У Польщі зареєстровано близько 300 професійних лобістів, але лише 20 з них працюють у парламенті. Незареєстровані лобісти часто з'являються в парламенті як експерти або діють від імені різних юридичних осіб. Парламентарії намагаються уникати контактів з «професійними лобістам», оскільки відповідно до закону вони повинні повідомляти про такі контакти. Кожен, хто потребує лобіювання в Польщі, вважає за краще використовувати неофіційні канали, а не реєструватися як лобіст [236].

Таким чином, досвід Литви та Польщі з правового визначення лобіювання є свідченням того, що технічне перенесення запозиченої американської моделі регулювання не є ефективним. Створення законодавства в цій сфері в цих державах не було своєчасним з огляду на низькій рівень політичної культури, ефективність нелегальних методів впливу на посадовців, високий рівень корупції, нерозуміння та негативне ставлення громадськості до лобіювання.

Серед колишніх держав соціалістичного табору найбільш успішно американська модель була адаптована в **Словенії**, де в 2010 році ухвалено Закон про чесність та запобігання корупції (Integrity and Prevention of Corruption Act). Закон передбачає реєстрацію лобістів, їх звітність, встановлює дворічну заборону колишнім посадовцям проводити лобіювання.

Проте механізми регуляції та контролю потребують подальшого вдосконалення, адже існуюча система не забезпечує достатню прозорість усіх лобістських контактів, не зважаючи на наявність реєстру з обов'язковою реєстрацією лобістів, прозорість процесу прийняття рішень на всіх його етапах залишається недостатньою, а сама система реєстрації є досить бюрократизованою [237].

Серед перешкод на шляху збільшення прозорості політичного процесу виокремлюють недостатній контроль за фінансуванням політичних партій та виборчих кампаній, низький рівень залучення громадськості до процесів прийняття рішень та її інформованості, нерегульованість лобіювання на місцевому рівні, надмірний вплив політичних еліт та груп інтересів на формування державної політики та порядку денного. Як наслідок, більшість лобістських контактів в Словенії продовжуються в тіні і залишаються безконтрольними. Крім того, заборона на проведення лобіювання для колишніх посадовців протягом двох років також не контролюється з боку влади.

Ці недоліки частково можливо вирішити саморегуляцією лобістів, проте її рівень також залишається дуже низьким, сама професія лобіста недостатньо розвинена. Асоціація професійних лобістів у Словенії, що включає 20 членів, створила Етичний кодекс, але ініціативи саморегулювання підприємств приватного сектору, інших професійних асоціацій та груп інтересів є мінімальними [237].

Отже, не зважаючи на певні здобутки Словенії в сфері контролю за лобіювання, у цій державі загальна ситуація в цій сфері є незадовільною, ризик неправомірного впливу на посадовців залишається високим. Для досягнення більш прозорого та етичного лобіювання у Словенії необхідною є подальша освітня та просвітницька діяльність, підготовка професійних та непрофесійних лобістів та широкої громадськості.

Показовим є приклад **Угорщини** з правового визначення та контролю за лобістами, де з 1994 року існував добровільний реєстр лобістів, а з 1 вересня 2006 року набрав чинності Закон про лобіювання, що передбачав обов'язкову реєстрацію для лобістів, загальний кодекс поведінки та вимоги до звітування як лобістів, так і органів виконавчої влади. Закон встановив максимальний розмір штрафу в приблизно 33 тисячі доларів для осіб, що порушують вимоги закону. Ведення Реєстру стало функцією Центрального

управління юстиції, підпорядкованого Міністерству юстиції та правопорядку.

До вересня 2010 року в Угорщині було зареєстровано близько 600 лобістів, проте існували припущення, що це число було лише верхівкою айсберга.

Після початку реалізації цього закону в його бік, почала звучати критика ставлення до нього як до неефективного та невдалого механізму регулювання лобістів. Більшість лобістів в Угорщині визнали, що Закон про лобіювання мав незначний вплив на прозорість лобіювання. Існували різні причини: технічно було легко обійти регулювання, Центральне управління юстиції не розробило жодних вказівок щодо застосування закону, жодне правопорушення законодавчих вимог не розглядалося і не передавалося до суду, закон наклав значні обов'язки на зареєстрованих лобістів. Це призвело до низького рівня підтримки закону з боку громадськості та груп інтересів, більшість угорських зацікавлених сторін сприймали нове законодавство про лобіювання як таке, що не враховує угорський контекст і не відповідає правовій і політичній культурі країни [234].

Усі ці обставини призвели до скасування цього закону в 2011 році, залишилися тільки непрямі правові засади для проведення лобіювання та контролю за неправовим впливом на посадовців.

Отже, досвід Угорщини з врегулювання лобіювання демонструє, що будь-яке законодавство та правові вимоги до прозорості лобіювання не можуть бути ефективними, якщо вони не мають довгострокової підтримки з боку всіх зацікавлених сторін. Для того, щоб зробити регулювання функціональним, необхідна готовність до цього громадськості та органів влади, їх підтримка, контроль з боку незалежних організацій.

Таким чином, у результаті проведеного аналізу наднаціонального рівня та національних моделей правового регулювання лобіювання в Європейському Союзі, можна зробити такі висновки.

По-перше, політичний інтерес до контролю за лобіюванням у країнах Європи, на відміну від Північної Америки, почав зростати вже на початку XXI ст. Регулювання лобістської діяльності в цьому регіоні існує як на національному рівні окремих держав, так і на наднаціональному рівні в межах Європейського Союзу. При цьому, класичне віднесення моделей регулювання лобіювання в Європі до континентальної не є актуальним на сучасному етапі, усе більше країн останніми роками надають перевагу більш жорстким вимогам до лобістів, характерним для американської моделі, що пояснюється суспільним запитом щодо підвищення транспарентності процесу ухвалення управлінських рішень.

По-друге, розробка правових засад для лобіювання в ЄС стало першою спробою врегулювати цю діяльність на наднаціональному рівні. У цілому, вимоги до лобістів, що намагаються вплинути на діяльність інститутів ЄС, засновані на континентальній моделі: правила та принципи лобістської діяльності визначені Міжінституційною угодою, укладеною Європарламентом та Єврокомісією в 2011 році, що встановлює добровільний реєстр лобістів за категоріями (лобісти-консультанти та внутрішні лобісти) та кодекс етичної поведінки. Проте, трансформація правого регулювання лобізму в ЄС має тенденцію до посилення контролю за лобістами, переходу від м'якого до жорсткого способу регулювання.

По-третє, лобістська практика в ЄС має низку особливостей: розвиненість галузевого лобіювання через європейські асоціації; високий рівень суспільного контролю за лобіюванням, зокрема з боку неурядових організацій, що фінансуються з бюджету ЄС, центральне місце Європарламенту та Єврокомісії як об'єктів впливу, широке географічне охоплення суб'єктів лобіювання, що представляють інтереси всіх регіонів світу з переважною більшістю установ, зареєстрованих в ЄС, домінування серед суспільних інтересів таких сфер, як захист навколишнього середовища, регіональних інтересів, інтересів споживачів та громад, асиметрія ефективності впливу промислових інтересів над суспільними.

По-четверте, з огляду на інструменти регулювання лобістів у країнах-членах ЄС, їх можна умовно поділити на такі групи: 1) держави, що обрали американську модель регулювання, ухваливши окремий закон у цій сфері (7 країн: Великобританія, Ірландія, Австрія, Франція, Литва, Польща, до 2011 року Угорщина); 2) держави, для яких характерні саморегуляція лобістів та м'які механізми контролю континентальної моделі (9 країн: Німеччина, Італія, Іспанія, Нідерланди, Фінляндія, Чехія, Хорватія, Латвія, Румунія); 3) держави, де питання розробки окремого законодавства, встановлення етичних стандартів чи створення реєстру лобістів не стоїть на порядку денному (12 країн).

По-п'яте, досвід окремих розглянутих національних моделей регулювання лобі-діяльності демонструє, що правові вимоги до прозорості лобіювання будь-якої моделі не можуть бути ефективними без готовності до цього політичної системи, високого рівня політичної культури, зрілості громадянського суспільства, підтримки з боку всіх зацікавлених сторін. Так, сталі демократичні традиції обумовлюють низький рівень корупційних проявів та зловживань у сфері впливу на політичний процес навіть за відсутності окремого лобіногового законодавства. Проте, несвоєчасне технічне перенесення запозиченої американської моделі регулювання не усуне корупційні прояви. Особливо показовим з цієї точки зору є приклад Литви, Польщі, Словенії та Угорщини, де незважаючи на чинність лобінгового законодавства, загальна ситуація в цій сфері є незадовільною, ризик неправомірного впливу на посадовців залишається високим. Для досягнення більш прозорого та етичного лобіювання у цих державах необхідна подальша освітня та просвітницька діяльність, підготовка професійних лобістів, адаптування правових механізмів до національних особливостей.

Висновки до Розділу 2

Дослідження особливостей лобіювання в демократичному суспільстві дозволяє сформулювати такі висновки.

У державах Північної Америки та Європейського Союзу лобізм перетворився на окрему швидкозростаючу індустрію, а Вашингтон та Брюссель стали двома найбільшими лобістськими центрами світу. Швидкозростаюча роль лобіювання в політичному процесі США та Канади, його перетворення на окрему професійну діяльність, ефективність лобістських методів просування інтересів, з одного боку, та високий рівень розвитку громадянського суспільства, з іншого, обумовили необхідність створення правових механізмів обмеження та контролю за лобістською діяльністю.

У свою чергу, швидкі темпи європейської інтеграції, створення наднаціональних центрів прийняття рішень на європейському континенті, що регламентують все більше коло питань внутрішнього суспільно-економічного життя держав-членів, обумовили пошуки шляхів регулювання лобістської діяльності. Розробка законодавства в сфері лобіювання в межах ЄС стало першою спробою упорядкування лобістської діяльності на міжнародному рівні. Політико-правові основи функціонування лобізму в Європейському Союзі характеризуються низкою особливостей, що відрізняють його досвід в цій сфері від національних практик в окремих державах розвиненої демократії, адже вони спрямовані на обмеження цієї діяльності на наднаціональному рівні, встановлення вимог до лобістів, що діють не в окремих державах, а намагаються здійснити вплив на роботу владних органів міжнародної організації.

США та Канада стали піонерами в сфері законодавчого регулювання лобізму. У державах ухвалено окремі комплексні закони, правові засади сьогодні ґрунтуються на принципах обов'язкової публічної реєстрації та звітності лобістів та їх клієнтів, зокрема іноземних клієнтів (США), розкриття інформації щодо того, хто на кого здійснює вплив при формуванні

державної політики (он-лайн через спеціально-створений інтернет-ресурс), етичних стандартів поведінки для службовців, обмеження лобістської діяльності для колишніх державних службовців, нагляді та контролі за лобіюванням як з боку державних структур (ці функції покладені на секретаря Сенату та секретаря Палати представників у США та Управління Уповноваженого з лобіювання в Канаді) та громадськості, так і з боку власне лобістів шляхом встановлення Кодексів етики лобіювання, посередництва між клієнтом та владою.

На противагу правове поле лобіювання в Європейському Союзі засноване на континентальній моделі, що передбачає м'який тип регулювання цієї діяльності. У межах ЄС відсутнє окреме законодавство в цій сфері, проте діють правила та принципи лобістської діяльності, встановлені Міжінституційною угодою, укладеною Європарламентом та Єврокомісією в 2011 році, яка встановлює добровільний реєстр лобістів та кодекс поведінки, що містить етичні норми проведення лобіювання. Проте, трансформація правого регулювання має тенденцію до посилення контролю за лобістами, переходу від м'якого до жорсткого способу регулювання.

Національні інструменти регулювання лобістів в країнах-членах ЄС є неоднаковими, їх можна умовно поділити на держави, що обрали американську модель регулювання, ухваливши окремий закон у цій сфері (7 країн: Великобританія, Ірландія, Австрія, Франція, Литва, Польща, до 2011 року – Угорщина); держави, для яких характерні саморегуляція лобістів та м'які механізми контролю континентальної моделі (9 країн: Німеччина, Італія, Іспанія, Нідерланди, Фінляндія, Чехія, Хорватія, Латвія, Румунія); держави, де питання розробки окремого законодавства, встановлення етичних стандартів чи створення реєстру лобістів не стоїть на порядку денному (12 країн).

Моделі регулювання лобіювання у Великобританії та Франції є прикладами трансформації в англосаксонську модель із збереженням рис континентальної, що було обумовлено низькою громадською довірою до

лобіювання та вимогами підвищення прозорості політичного процесу. Одними з найбільш м'яких є вимоги до лобістів у Німеччині. Досвід посткомуністичних держав-членів ЄС значно відрізняється моделями регулювання лобізму від інших країн ЄС, свідчить про те, що технічне перенесення запозиченої американської моделі регулювання не є ефективним, ухвалення лобінгового законодавства в Литві, Польщі, Словенії та Угорщині не було своєчасним з огляду на більш низький рівень політичної культури, ефективність нелегальних методів впливу на посадовців, високий рівень корупції, нерозуміння та негативне ставлення громадськості до лобіювання.

Проведений аналіз правових моделей регулювання лобізму в демократичних країнах свідчить про те, що, незважаючи на фундаментальні відмінності, існує тенденція до зближення між американською та європейською моделями правового регулювання лобізму. У деяких країнах з європейським типом регулювання вводяться системи реєстрації лобістів. До того ж, глобалізація і викликане нею постійне збільшення значущості транснаціональних компаній, зорієнтованих здебільшого на плюралістичний підхід до побудови політико-економічних відносин, змушує замислюватися про встановлення в традиційно корпоративістських країнах разом зі специфічним груповим представництвом інтересів повноцінного лобістського законодавства американського зразка. Не виключаються і сценарії посилення ролі корпоративістських механізмів у країнах з американською моделлю правового регулювання лобізму.

Незважаючи на різницю в моделях правової регламентації, функціонування лобізму як політичного інституту в державах зі сталими демократичними традиціями характеризується такими рисами: значний суспільний контроль за лобіюванням та прозорістю політичного процесу з боку громадянського суспільства; лобіювання інтересів відбувається у всіх галузях економіки (провідними з яких є енергетика, фармацевтика, промисловість, будівництво, міжнародна торгівля, медицина, ІТ-сфера,

сільське господарство тощо), лобіюванню в яких протистоять суспільні інтереси (охорона навколишнього середовища, захист прав людини, інтереси етносів, інших меншин та різноманітних громадських рухів та організацій), з перевагою у протистоянні перших; лобіювання є професійною діяльністю, функціонує велика кількість компаній, що спеціалізуються на наданні лобістських послуг, при цьому лобістська професійна сфера вирізняється високим рівнем самоорганізації та саморегуляції, створено загальнонаціональні асоціації професійних лобістів, що встановлюють власні правила професійної етичної поведінки для своїх членів тощо.

Отже, у політичних системах, що функціонують на демократичних засадах та принципах, лобіювання є невід'ємним елементом політичного та правотворчого процесів, що діє у встановлених законодавчих межах під пильною увагою громадянського суспільства. Правове регулювання лобіювання в демократичних країнах націлене на підтримку демократичності політичного процесу, покликане сприяти втіленню в життя принципів конкуренції у процесі ухвалення політичних рішень, забезпечувати прозорість політичного процесу і ефективний діалог між державою і суспільством за допомогою створення передумов для дієвої участі громадян у процесах вироблення державної політики.

Результати цього етапу дослідження знайшли відображення в роботах автора: «Англосаксонська та континентальна моделі регулювання лобізму: порівняльний аналіз» [83], «Lobbying in the European Union: Supranational Level of Legal Regulation and Functioning» (Лобіювання в ЄС: наднаціональний рівень правового регулювання та функціонування) [226], «Основні тенденції становлення та функціонування лобіювання в США» [92].

РОЗДІЛ 3.

СТАНОВЛЕННЯ ЛОБІЗМУ ЯК ПОЛІТИЧНОГО ІНСТИТУТУ В УКРАЇНІ

Закордонний досвід функціонування лобізму доводить необхідність його законодавчої регламентації для забезпечення прозорості політичного процесу, демократизації політичної системи, зменшення корупційних ризиків. З огляду на це, в Україні тривалий час продовжуються дискусії щодо інституціоналізації лобізму, його введення до правового поля, тривають і спроби ухвалення національного закону в цій сфері з адаптуванням закордонного досвіду до українських реалій.

У цьому розділі ми простежимо динаміку розвитку законодавчих ініціатив з регулювання лобізму в Україні, розглянемо, як визначалися проектами законів основні терміни лобістської діяльності, які в своїй сукупності складають її категоріальний апарат. Значну увагу зосередимо на дослідженні особливостей українського лобізму, які ми розглянемо шляхом визначення зв'язків між його проявами та моделями, типами і формами лобі-діяльності. На основі проведеного аналізу ми спробуємо запропонувати відповідні рекомендації з інституціоналізації українського лобізму.

3.1. Динаміка розвитку законодавчих ініціатив з унормування лобізму в Україні

У транзитних суспільствах, до яких певною мірою можна віднести і Україну, термін «лобізм» демонструє досить різне змістовне наповнення в академічному дискурсі і в політичній практиці. З одного боку, як теоретична дефініція, лобізм вважається формою законного впливу на прийняття управлінських рішень з метою відстоювання та просування інтересів певних груп [109]. З іншого боку, у суспільній свідомості лобізм часто нерозривно пов'язаний з корупцією, підкупом чиновників і є елементом закулісної

тіньової політики. І таке сприйняття відображає політичні реалії в Україні, де лобізм не має прозорої та законної форми.

Однак давно назріле завдання формування дійсно демократичної правової і політичної системи в Україні вимагає створення законодавчої бази для здійснення лобістської діяльності та переходу до цивілізованого лобізму. Це завдання фігурує і в статті 444 Договору про Асоціацію з ЄС. Відповідно до неї Україна і ЄС беруть на себе зобов'язання щодо сприяння інституційному процесу розвитку організацій громадянського суспільства, у тому числі – лобістської діяльності [179]. Тому вивчення досвіду законотворчого врегулювання лобізму є важливим завданням не тільки для теоретичного аналізу і систематизації напрацьованої правової бази, а й для визначення адекватних практичних дій з легітимізації інституту лобізму.

Проведено аналіз законопроектів, які в різний час були представлені на розгляд Верховної Ради України – № 3188 «Про лобіювання в Україні» (13.04.1999, народний депутат І. Шаров), № 3188-1 «Про правовий статус груп, об'єднаних спільними інтересами (лобістських груп)» (03.11.1999, народний депутат Ю. Сахно), № 8429 «Про діяльність лобістів у Верховній Раді України» (09.11.2005, народний депутат І. Гринів), № 7269 «Про регулювання лобістської діяльності в Україні» (20.10.2010 народний депутат В. Коновалюк) і № 7129 «Про забезпечення прозорості і законності комунікації з об'єктами владних повноважень» (20.09.2017, народний депутат М. Найєм).

Поряд з цими законопроектами, ми розглянемо також деякі інші ініціативи, які мали менший резонанс, і положення яких згодом було акумульовано у вищезгаданих проектах.

Найбільш широко об'єкти лобіювання визначалися в проекті закону «Про лобіювання в Україні», представленому в квітні 1999 р. народним депутатом І. Шаровим. Вони включали практично всі органи державної влади, починаючи з Президента і закінчуючи органами місцевого самоврядування, за винятком органів судової влади, Збройних Сил,

спецслужб і правоохоронних органів. Відповідно, широке тлумачення отримували і суб'єкти лобіювання – будь-які фізичні та юридичні особи, як вітчизняні, так і зарубіжні, які повинні бути зареєстровані як «лобісти». Механізм такої реєстрації був таким самим, як і у випадку з громадськими організаціями, тобто вона здійснювалася при будь-якому органі державної влади або місцевого самоврядування, який був об'єктом лобіювання.

Законопроект був достатньо сирым, і, на думку В. Нестеровича, готувався під вибори, адже таким чином великий бізнес намагався підстрахуватися на випадок можливих несподіванок у вигляді несприятливого для нього результату виборів [113]. Звертає на себе увагу наявність аж трьох визначень лобізму, що свідчить про недостатнє розуміння предмету врегулювання або ж навмисне намагання сформулювати його найбільш широко і розмито.

У Законі зустрічалися терміни «лобіст» і «професійний лобіст» але різниця між ними не була чітко визначена. Лобіст – це фізична і юридична особа (зареєстрована як лобіст), що діє у своїх інтересах, а професійний лобіст – фізична і юридична особа (зареєстрована як лобіст), що діє за винагороду на замовлення. Замовника лобістських послуг закон називає абстрактно та не досить вірно з юридичної точки зору «група інтересів», натомість в інших випадках фігурує термін «клієнт».

Законопроект дозволяв посадовим особам і парламентаріям укладати контракти з лобістами на виконання роботи за додаткову винагороду. Вочевидь, ця норма була покликана маскувати надання хабара держслужбовцям і депутатам.

У законопроекті не містилася заборона на лобістську діяльність колишніх посадових осіб, що також мало надавати можливість для тіньового використання політичних зв'язків.

У проектах законів «Про правовий статус груп, об'єднаних спільними інтересами (лобістських груп) у Верховній Раді України» (листопад 1999 року, народний депутат Ю. Сахно) і «Про діяльність лобістів у Верховній

Раді України» (листопад 2005 р., народний депутат І. Гринів) об'єктно-суб'єктне коло лобізму істотно звужувалося. Об'єктами лобіювання в цих проєктах визначалися народні депутати, їх фракції і групи, комітети і тимчасові спеціальні комісії парламенту. Тобто проєкти регулювали тільки лобіювання законотворчої діяльності, замикаючись у парламентських стінах. Суб'єктами лобістського впливу повинні були бути народні депутати і парламентські комітети, а також громадські організації, професійні спілки та підприємницькі об'єднання.

Неоднозначною нормою законопроєкту Ю. Сахна була правова можливість створення лобістського угруповання депутатами Верховної Ради, що по суті являло собою легітимізацію «вмонтованого» лобізму.

При цьому законопроєкти встановлювали обмеження для індивідуального лобізму. Згідно з законопроєктом Ю. Сахна лобі-діяльність можна було здійснювати лише в рамках об'єднання, а законопроєкт І. Гриніва дозволяв лобізм тільки з боку юридичної особи. Останній також встановлював певні непрямі обмеження на лобістську діяльність громадянського суспільства, адже вимагав сплату реєстраційного збору. Звісно, громадським об'єднанням було б проблематично зібрати встановлену суму у розмірі п'ятидесяти мінімальних заробітних плат.

У законопроєктах прописувався порядок реєстрації лобістів, яку повинен був здійснювати спеціальний відділ Верховної Ради (законопроєкт Ю. Сахно) або спеціально уповноважений підрозділ Апарату Верховної Ради України. Однак механізм формування такого органу не було визначено.

В обох законопроєктах були відсутні визначення поняття «лобіювання», а також «охолоджуючий період» для колишніх посадовців.

Експертна критика обох законопроєктів насамперед стосувалася їх поширення лише на Верховну Раду. Так, щодо законопроєкту І. Гриніва, такий підхід Науково-експертне управління Верховної Ради України вважало занадто вузьким. На думку фахівців Управління, інститут лобізму повинен регулюватися в одному законі щодо всіх суб'єктів нормотворення (ВРУ,

Кабміну, Адміністрації Президента). До того ж, проєкт закону у пропонованому вигляді у разі прийняття не гарантував зменшення «тіньового лобізму» в парламенті. Фахівці Апарату ВРУ вважали, що подолати незаконний вплив на нормотворчу діяльність органів державної влади можна передусім через вдосконалення законодавчих актів про боротьбу з корупцією, державну службу і статус органів державної влади. Водночас Апарат ВРУ та Комітет так і не дали ні рекомендацій, ні відповіді на запитання, яким чином забезпечити рівні можливості впливу різних суспільних груп на вироблення тих чи інших рішень та реалізацію конституційного права громадян «брати участь в управлінні державними справами». Також ніяк не було вказано на корисність або недоцільність нормування лобізму в органах місцевого самоврядування. Науково-експертне управління апарату ВРУ у своєму висновку піддавало сумніву саму необхідність врегулювання інституту лобізму [101].

У 2003 р. народний депутат А. Ткачук оприлюднив через інтернет Проєкт Закону України «Про регулювання лобістської діяльності в органах державної влади». У такий нестандартний на той час спосіб депутат намагався заручитися підтримкою широкого загалу, а також обговорити законопроєкт поза парламентом.

На відміну від усіх попередніх, цей законопроєкт встановлював обмеження на заняття лобізмом особам, які раніше перебували на державних посадах (термін обмеження – 1 рік після звільнення). Об'єктами лобіювання була правотворча діяльність вищої законодавчої і виконавчої влади. Органи місцевого самоврядування не входили до цього переліку. Клієнтом лобіста могла бути тільки юридична особа. Дуже розмито було визначено суб'єктів лобіювання, якими могли бути лобістські компанії та громадяни України, що отримали ліценцію на лобіювання [133]. Звернемо увагу на те, що лобіст міг здійснювати свою діяльність безоплатно, що теоретично відкривало простір тіньовим винагородам і ухилянню від податків.

Важливо відзначити, що з кінця 2000-х рр. активізація законотворчих ініціатив з питань лобіювання була часто пов'язана з міжнародними обов'язками України. Так, у 2008 р. Україна приєдналася до Конвенції ООН проти корупції, Кримінальної конвенції Ради Європи проти корупції та Додаткового протоколу до неї. Тому було прийнято Рішення Ради національної безпеки та оборони «Про стан протидії корупції в Україні», у якому Кабінету Міністрів доручалося внести на розгляд Верховної Ради законопроект про лобіювання [131].

Робоча група, сформована з спеціалістів Міністерства юстиції підготувала законопроект «Про лобіювання», який був представлений на обговорення громадськості. Згодом, назву проекту було змінено «Про вплив громадськості на прийняття нормативно-правових актів». Це було аргументовано тим, що сам термін «лобіювання» сприймається негативно широким загалом. Громадське обговорення проекту Закону України «Про вплив громадськості на прийняття нормативно-правових актів» (альтернативна назва – «Про лобіювання») відбувалося у період з 3 вересня 2009 року (дата переходу Системи із тестового режиму у режим реального обговорення) по 5 жовтня 2009 року (дата фіксації результатів громадського обговорення для формування аналітичного звіту) за електронною адресою www.lobbying.in.ua [133].

Протягом зазначеного періоду для того, щоб взяти участь в обговоренні проекту Закону України «Про вплив громадськості на прийняття нормативно-правових актів» на зазначеному веб-сайті зареєструвалося 103 користувача Інтернет, з яких близько двох третин продовжили роботу у Системі та, використовуючи запропоновану методику, висловили своє ставлення (провели оцінку) до тих чи інших структурних блоків (розділів, статей, пунктів) законопроекту. При цьому, приблизно кожен п'ятий відвідувач залишив текстові коментарі зі своїми зауваженнями та пропозиціями щодо окремих пунктів законопроекту. Загалом було отримано понад 160 таких коментарів [133].

Отже, бачимо зовсім невелику кількість тих, хто ознайомився з проєктом і взяв участь в обговоренні. Тому, звісно, не можна говорити про широку дискусію з питання, але все ж зазначимо, що понад 50% коментаторів зазначили, що Україні потрібен закон про лобіювання.

Незважаючи на певні зусилля щодо залучення громадськості до обговорення питань унормування лобізму, проєкт навіть не був поданий на розгляд Верховної Ради. Адже унаслідок зміни в 2010 році складу Кабінету Міністрів України проєкт закону України «Про вплив громадськості на прийняття нормативно-правових актів» був визнаний політично недоцільним та взагалі вилучений із переліку урядових законопроєктів [111].

Законопроєкт «Про регулювання лобістської діяльності в Україні» (2010, народний депутат В. Коновалюк) на перший погляд розширював розуміння лобізму [140]. До об'єктів впливу знову відносилися органи місцевого самоврядування, а суб'єктами впливу визначалися громадські організації, політичні партії, релігійні організації та інші об'єднання. Але суб'єктність цих структур була опосередкованою, адже вони повинні були діяти не самостійно, а тільки через відповідні зареєстровані лобістські організації. З іншого боку, проєкт не передбачав обмеження тіньової лобістської діяльності, адже він ніяким чином не регулював діяльність незареєстрованих в установленому порядку лобістів. У законі також не було заборони здійснювати лобістську діяльність помічникам народних депутатів, які не є державними службовцями. У законі не були прописані рамки винагороди, яку отримують за свою працю лобісти. Таким чином, лобістська діяльність може бути використана для відмивання капіталу, здобутого незаконним шляхом.

Ще однією можливістю для цього можна було вважати те, що не було прописано жодних обмежень на витрати на лобізм для фізичних осіб (на відміну від юридичних). Так, наприклад, юридичним особам було заборонено відносити на витрати певну суму, витрачену на лобі. Водночас таке

обмеження не діяло для фізичних осіб, які могли б витратити на лобіювання скільки завгодно, списати це на витрати і ухилитися від податків.

Спірним моментом закону була також заборона на здійснення лобістської діяльності для іноземців. При тому рівні корупції, що є в Україні, за бажання закордонні фірми все одно можуть знайти вихід на лобі, яке буде тіншовим [84].

Таким чином, законопроект В. Коновалюка, на наш погляд, надавав значні можливості для збереження лобістської діяльності в тіні з вагомою корупційною складовою.

Показово, що ані цей законопроект, ані всі попередні, не були затверджені навіть після першого читання. Усі вони стали предметом критики в політичних та експертних колах через неповноту об'єктів лобіювання, відсутність правових норм регулювання непрямого лобіювання (через ЗМІ, з залученням широких кіл громадськості тощо), відсутність регламенту взаємодії лобістів з об'єктами лобіювання тощо [176].

Визнаючи справедливність більшості таких зауважень, відзначимо, що деякі з них викликають сумнів і здаються занадто суб'єктивними. Так, в експертному висновку парламентського комітету з правової політики щодо законопроекту В. Коновалюка, зазначалося, що суспільство ще не готове сприйняти узаконення лобізму через негативне ставлення до цього поняття [21].

Після Революції Гідності вітчизняний політикум знову повернувся до питання врегулювання лобістської діяльності. Законопроекти, що пропонуються передбачають м'який (без обов'язкової реєстрації) або жорсткий (з обов'язковою реєстрацією та суворим контролем) варіанти такого регулювання. Так, Законопроект № 5661 від 19 .01 2017 р. «Про публічну адвокацію» (народний депутат Р. Богдан) передбачає запровадження в Україні м'якої моделі правового регулювання лобізму, покладаючись на саморегулювання лобістів [139]. При чому сам термін «лобізм» у законопроекті не використовується, а діяльність з просування

впливу названо «адвокацією». Передбачається створити відкритий реєстр компаній, які займаються адвокацією, натомість, включення до цього реєстру має відбуватися за бажанням.

Сама адвокаційна діяльність відбувається для забезпечення власних інтересів (здійснюється власними співробітниками) або на договірних засадах (із залучення професійних лобістів на комерційній основі, договір з яким має оприлюднюватися) [49].

Законопроект № 5144 «Про лобізм» від 20.09.2016 (народний депутат Т. Батенко), розроблений депутатами партії «Укроп» пропонує створити Єдиний реєстр лобістів України. Органом реєстрації суб'єктів лобізму є Міністерство юстиції України [136]. Водночас пропонується створити низку органів, які мають опікуватися питаннями лобізму в Україні – Асоціацію лобістів України, раду лобістів у регіонах та з'їзд лобістів [57]. Така кількість органів здається незрозумілою, адже лобісти на відміну від адвокатів не виконують жодних державних функцій.

Останнім на сьогодні законопроектом, який регулює сферу лобізму, є проект Закону «Про забезпечення прозорості і законності комунікації з суб'єктами владних повноважень» (народний депутат М. Найєм, вересень 2017 р.) [135]. Він акумулював у собі ряд попередніх проектів, які навіть не виносилися на розгляд Верховної Ради або були зняті з розгляду на користь цього проекту.

Цей законопроект можна віднести до жорсткого варіанту законодавчого регулювання лобізму.

Важливою відмінністю цього документа є те, що лобізм однозначно визначається як підприємницька діяльність, а його суб'єктами виступають тільки фізичні або юридичні особи, що надають професійні лобістські послуги. Вони повинні бути зареєстровані в Державному реєстрі лобіювання, і діяти від імені замовника і на підставі договору про надання послуг або від свого імені. При цьому вони не мають права займатися іншою підприємницькою діяльністю крім лобізму. На думку авторів закону, це

сприятиме чіткому і ефективному відмежуванню діяльності суб'єктів лобіювання від фактично існуючої тіньової діяльності з позаправного впливу на владу. Контроль над реєстром лобізму буде здійснювати НАБУ.

Але критики законопроекту справедливо відзначають, що ця норма закону автоматично виводить з числа суб'єктів лобіювання юридичні компанії, але ж вони на сьогодні є одними з основних учасників ринку законного лобіювання в Україні. Йдеться про представництво клієнта з питань взаємодії з державними органами або Government Relations. Серед такого представництва – отримання дозвільної документації, представництво інтересів клієнта при перевірках і допомога в розробці законопроектів [45].

З точки зору комерційних інтересів юридичних компаній їм тепер не вигідно буде займатися лобізмом офіційно. Оскільки це вимагає виконання додаткових обов'язків із реєстрації лобістського персоналу, фіксації в реєстрі, формування нової звітності. У підсумку це ускладнить залучення до лобізму професіоналів в юридичній сфері або змусить їх знову залишатися в тіні, хоча в останньому випадку вони будуть нести відповідальність за свою діяльність.

Адже законопроект вперше передбачає введення відповідальності за вчинення лобіювання без реєстрації як відповідного суб'єкта. Тому, вочевидь, можливою буде така ситуація, коли реальний лобіст буде страхуватися, і знайде можливість знову-таки, маскувати свою діяльність під консалтинг, аналітику, представництво. Тим самим він буде намагатися мінімізувати відповідальність і ризики пов'язані, з нинішньою негативною тенденцією у взаєминах НАБУ і прокуратури, і вважатиме за потрібне не наражатися на ризики корупційного тиску з боку податкової.

Обмеження можливостей участі професійних експертів у процесі вироблення рішень можна побачити і в тій нормі проекту, яка легалізує комунікацію з органами влади лише штатних співробітників лобістських фірм. Водночас, ці фірми можуть залучати до роботи третіх осіб (експертів і аналітиків), але виключається їх пряма участь у дискусіях з представниками

державної влади. Тут простежується прагнення зробити ринок лобістських послуг максимально відкритим і прозорим, але, водночас, звужується поле для професійної дискусії.

Аргументи доступу до присутності на комітеті або можливості зайти в будівлю Верховної Ради не є достатнім мотивом реєструватися лобістом. У законопроекті вкрай розмито прописані суб'єкти – в одній статті це в основному фізичні особи, в іншій – і компанії, але очевидно, що суб'єктами лобізму зараз є громадські організації, профільні асоціації, окремі компанії (консалтингові і юридичні), think tanks. У законі не прописано, як вони можуть брати участь у розробці регуляторної політики, наприклад, який обсяг ринку повинна представляти асоціація або окрема компанія, якщо вона хоче бути лобістом, наскільки спілкування з нею є обов'язковим, а не просто можливим [118].

Об'єктами лобіювання, згідно із законопроектом можуть бути органи та представники вищої влади України виконавчої та законодавчої гілок, а також органи місцевого самоврядування. При цьому легітимність лобіювання поширюється і на радників і помічників посадових осіб.

Слід зазначити, що, як і попередні законопроекти, які вводили в число об'єктів лобіювання органи місцевого самоврядування, цей проект також практично не звертає уваги на специфіку цих органів влади. Наприклад, вищезазначена вимога про можливість легального лобізму виключно тими суб'єктами, які не ведуть іншої підприємницької діяльності, ставить багато питань щодо лобіювання на місцевому рівні. Бо лобіювання на рівні міської або районної ради через свою не надто високу затребуваність навряд чи зможе бути винятковим заняттям будь-якої компанії.

Таким чином, незважаючи на широкий перелік об'єктів лобіювання сам процес розписаний відносно докладно тільки стосовно Верховної Ради.

Серед методів лобіювання законопроект вперше передбачає таку форму, як «платна публічна акція» (вплив шляхом проведення публічного

заходу, наприклад, шляхом організації та проведення мітингу, демонстрації, зборів, флеш-мобів тощо).

На відміну від попередніх законопроектів тут акцентується прозорість лобі-діяльності. Вона досягається такими методами: обов'язкова звітність суб'єктів лобіювання; перебування всіх суб'єктів лобіювання в Державному реєстрі; обов'язок оприлюднювати інформацію про лобіювання, звітний обов'язок владних установ, діяльність яких була об'єктом лобіювання по звітності; електронне декларування суб'єктів лобіювання - фізичних осіб.

За порушення закону передбачається штраф або анулювання ліцензії.

Реєстром, наглядом та контролем за суб'єктами лобіювання згідно законопроекту має займатися Апарат Верховної Ради України. Проте більшість експертів, що взяли участь у круглому столі у Торгово-промисловій палаті України 14 листопада 2016 р. сходяться на тому, що ця функція повинна покладатися на Міністерство юстиції України або на якийсь окремо створений орган [42].

Варто відзначити, що питання, чи потрібне сьогодні законодавче регулювання лобізму, все ще викликає протилежні відповіді, породжує дискусію. На думку М. Найєма, законодавче регулювання лобізму сприятиме прийняттю більш якісних законів, зменшенню корупції, більшій прозорості законодавчої гілки влади. «Врегулювання правових основ взаємодії громадськості й органів державної влади стосовно здійснення лобістської діяльності дасть змогу оптимізувати діалог між бізнесом та державою» [42].

Але деякі експерти ставлять під сумнів те, що закон про лобізм стане запобіжником корупції. Так, А. Гросфельд взагалі зазначає, що регулювання лобізму і боротьба з корупцією – різні напрямки правового регулювання, які краще не пов'язувати. Лобізм сам по собі не породжує корупцію. Попрання публічного інтересу досвідченими посадовими особами, службовцями та лобістами відбувається не у зв'язку з відсутністю закону про лобізм. Подолання корупції – предмет законодавства про політичні партії, вибори, статус органів і державної служби. І якщо в рамках цього законодавства не

вдається розв'язати цю проблему, то і в рамках регулювання лобізму цього не відбудеться [36].

Тієї ж самої думки дотримується і А. Палій. Він вважає, що корупційні явища провокують надмірна бюрократія і посадове свавілля окремих чиновників, а в нинішніх умовах лобіювання може перетворитися в інститут протекціонізму. Лобісти будуть піклуватися тільки про добробут конкретних промислових груп, оскільки відстоювати інтереси суспільства їм буде економічно не вигідно. «Незрозуміло, хто в існуючих умовах буде замовником лобіювання реформ адміністративної, судово-правової, пенсійної систем, галузі ЖКГ» [98].

На думку М. Бризицького, в порівнянні з хабарництвом, лобіювання є вищою, «витонченою» формою впливу на прийняття офіційних правових актів. До того ж, у більшості випадків лобіювання є більш витратним і менш ефективним, корупційні зв'язки виявляються «дешевшими» та ефективнішими, ніж складний процес лобіювання [71].

Противники закону про лобізм часто аргументують свою позицію тим, що законодавча діяльність народного депутата, це й є по суті, діяльність з реалізації інтересів та потреб своїх виборців. Так, Г. Крючков вважає, що якщо група депутатів чи політична партія відстоюватиме той чи інший законопроект у суспільно-політичному плані, то це можна назвати лобізмом, бо ж вони підтримують, лобіюють цей законопроект, але це аж ніяк не може бути предметом законодавчого регулювання, оскільки якщо лобістська діяльність цивілізована – вона не потребує ніякого врегулювання.

У такій позиції, на наш погляд, є деяке лукавство. Адже абстрактне лобіювання інтересів виборців на практиці часто заміщується просуванням інтересу якоїсь групи, і саме це покликаний унормувати спеціальний закон.

Також, на наш погляд, не витримують критики твердження, що прийняття закону не на часі, адже у суспільстві зберігається негативне сприйняття поняття «лобізм». Така аргументація схожа на відмовку, адже якщо не відбувається обговорення цієї тематики, широкого суспільного

діалогу (що й передбачається підготовчою роботою з прийняття закону), таке ставлення не зміниться.

По-друге, аргументи про «несприйняття» громадянами лобізму, які стали загальним місцем у відповідних дискусіях, загалом, не зовсім відповідають дійсності. За результатами соціологічного опитування щодо ставлення до лобістської діяльності, що проводилося восени 2017 р., 27% респондентів відповіли, що це корупція або її легалізований вид, 43% – не змогли дати визначення, 30% – погодились, що це демократичний засіб впливу на владу. При цьому 30% респондентів висловилися на підтримку легалізації лобізму, 22% – проти, 47% не відповіли. Опитування продемонструвало позитивне ставлення до лобізму з боку 13% респондентів. Значний процент респондентів, що не змогли дати відповідь щодо свого ставлення, демонструє нагальну потребу в просвітницькій діяльності з роз'яснення його сутності для широкої громадськості. Так, наприклад, дві третини українців не розуміють, що означає поняття «лобізм», і лише кожен десятий має певне уявлення [117].

Ще у 2009 р. при громадському обговоренні в Інтернеті проєкту Закону України «Про вплив громадськості на прийняття нормативно-правових актів» потрібним Україні у ближчій або віддаленій перспективі запропонований до обговорення законопроект вважала більшість респондентів (87,4%). Втім, як ми зазначали вище, це обговорення характеризувалося не досить великою кількістю учасників.

Громадське обговорення законопроектів про лобізм у Львові і Вінниці у 2016 р. продемонстрували значну зацікавленість предметом регулювання з боку представників як влади, так і громадськості, а також дозволили доопрацювати положення законопроекту, які викликають найбільшу увагу та питання.

Все це дозволяє стверджувати, що в тій частині громадськості, яка обізнана зі значенням слова «лобізм», негативне ставлення до нього зовсім не превалює. Проблема в тому, що значна частина громадян взагалі не

розуміють про що йдеться, а тому треба проводити масштабну просвітницьку роботу, в якій важливе слово має бути за медіа.

Отже, прийняття закону, який регулював би лобістську діяльність в Україні є нагальною політичною і суспільною потребою. Закон повинен надати правовий механізм регулювання взаємовідносин представницьких груп із владою, закріпити правові засади лобістської діяльності в Україні, визначити права та обов'язки лобістів, зменшити тіньовий вплив олігархів на рішення влади тощо.

На разі всі законопроекти, що стосувалися лобізму в Україні в цілому вписувалися у два підходи щодо регулювання цієї діяльності. Перший пов'язаний із прагненням надання більшої можливості контролю органів державної влади з боку суспільства з метою обмеження неправового лобіювання.

Сутність другого підходу полягає не в обмеженні, а у правовому стимулюванні лобізму, адже вважається, що різні заборони є малоефективними та легко подоланими.

Для ефективного регулювання лобізму необхідно поєднання двох підходів. Базуючись на цьому, на основі аналізу закордонного досвіду, проведеного у другому розділі роботи, пропонуємо декілька рекомендацій щодо можливого впровадження у законотворчий процес:

- відмова від жорсткого прив'язування офіційного лобізму до єдиної можливої підприємницької діяльності;
- правове визначення лобізму як діяльності, яка здійснюється з метою впливу на об'єкт лобіювання легальними методами;
- впровадження певних стимулів для виходу лобізму з «сірої зони», наприклад, автоматична акредитація зареєстрованих лобістів при державних органах, оприлюднення реєстру лобістів тощо;
- обов'язкова реєстрація лобістів;

- підвищення прозорості лобістської діяльності, зокрема, шляхом оприлюднення інформації щодо надання лобістських послуг, їх замовників, предмета, методів здійснення впливу;
- обов'язок органів державної влади та місцевого самоврядування на постійній основі розглядати матеріали, представлені лобістами (експертні висновки, аналітичні довідки, пропозиції тощо);
- законодавче визначення лобістів як платників податків;
- паралельне впровадження антикорупційного законодавства, адже будь-який закон про лобізм може ефективно працювати тільки з адекватно розвиненим антикорупційним правовим полем.

3.2. Типологія українського лобізму

Відсутність правового унормування лобізму в Україні зумовлює не тільки специфіку цього явища, але й значну варіативність його проявів. Адже в умовах юридичної невизначеності та при розмаїтті інтерпретацій на академічному і медійному рівнях під лобізмом в Україні розуміють широкий спектр дій від виключно корупційних обгородок та позаправового впливу до будь-яких засобів (у тому числі легальних) з просування своїх інтересів на політичному рівні. Саме на це звертає увагу О. Гросфельд, яка по-перше, зазначає, що «...при теоретичному вивченні достатньо важко охопити процес лобіювання, що постійно змінюється, зокрема, його структурні аспекти: хто, як і в якому напрямі просуває свої інтереси» [37, с. 3]. По-друге, дослідниця вказує на труднощі визначення критерії демаркації регіональних, галузевих та інших інтересів у політиці, засобом захисту яких вважається лобізм.

До нашого завдання не входить аналіз теоретичного дискурсу лобізму у вітчизняній політичній науці (частково це зроблено у першому розділі нашої роботи), а особливості українського лобізму ми розглянемо шляхом визначення кореляційних зв'язків між його конкретними проявами та відомими в науковій літературі моделями, типами і формами лобі-діяльності.

Так, як вже зазначалося, у студіях з проблем лобізму поширеним є виокремлення двох його моделей – англосаксонської та європейської. Англосаксонській моделі регулювання лобістської діяльності властива наявність єдиного спеціального закону про лобіювання в країні. Особливістю цієї моделі є те, що вона являє собою триланкову схему лобіювання інтересів: група інтересів – посередник (професійний лобіст) – законодавець. У такій моделі групи тиску не допускаються до важелів влади і змушені діяти через посередників, діяльність яких в свою чергу жорстко регулюється законодавством [191].

Нагадаємо, що такий зміст регулювання лобізму насамперед притаманний США. Англосаксонська модель має суттєві варіації. Наприклад, країни з вестмінстерською системою влади (Велика Британія, Нова Зеландія, Австралія) акцентують не регулювання діяльності лобістів, а етичні норми їх поведінки. У Великій Британії є кодекс ділової етики для членів парламенту, тобто центр уваги в питаннях регулювання зміщується від лобістів до об'єктів лобізму, до політиків, які приймають рішення. Така система контролю фактично вводить принцип саморегулювання політиків, єдиним зовнішнім регулятором залишаються ЗМІ. Проте, обов'язкова реєстрація лобістів присутня і у «вестмінстерському» варіанті англосаксонської моделі [54].

Звісно, український кейс не підпадає під цю модель через відсутність спеціального закону про лобіювання. Але, в деяких законопроектах, зокрема законопроекті М. Найєма, простежується спроба впровадити в Україні саме англосаксонську модель в її американській варіації.

Європейська (континентальна) модель не передбачає законодавчого врегулювання лобізму. Тут немає чітких правил. Законодавець вважає за краще регулювати не діяльність груп інтересів та лобістів-посередників, а роботу політиків і державних службовців. У цьому випадку групи інтересів мають можливість безпосередньо впливати на представників влади. Класична європейська модель є корпоративістського моделлю взаємодії між бізнесом,

державою та іншими групами інтересів (зокрема, профспілками). Однак, в міру того як лобізм набуває характеру відстоювання приватних інтересів, а зв'язка «корпоративний лобіст - держава» замінюється зв'язкою «компанія - консультант – держава», європейська модель наближається до американської [54]. При цьому ці відносини залишаються нерегульованими. Тобто, по суті йде інвазія англосаксонської (американської) моделі у континентальну але без відповідного правового закріплення лобізму.

Яким чином лобізм в Україні відповідає вказаним моделям? Безумовно, реалії українського лобізму – відсутність законодавчого визначення, нерегульованість лобістської діяльності тощо є ближчими до континентальної моделі. Але, на наш погляд, методологічно не зовсім вірно намагатися «втиснути» національну варіацію лобізму в рамки тієї чи іншої моделі. Адже виокремлення англосаксонської або континентальної (європейської) моделей базується на одному головному критерії – наявності або відсутності закону про лобізм. Між тим, цей критерій є далеко не єдиним і не охоплює все розмаїття лобістських практик. До того ж ці практики ,як було сказано вище, еволюціонують у бік поєднання моделей.

Задля типологізації лобі-діяльності в Україні як суспільно-політичного феномену можна також звернутися до двох основних теорій лобізму – теорії лобістського плюралізму (плюралістичний тип представництва інтересів) та теорії лобістського корпоративізму (корпоративістський тип представництва інтересів) [80]. Згідно з першою, процес лобіювання – це постійний вплив конкуруючих груп інтересів на державні органи з метою донесення до владних структур своїх пропозицій з певних аспектів регулювання життя суспільства. І хоча кожна з груп впливу має на меті сприяти власним корпоративним інтересам, проте держава гарантує рівні можливості для груп впливу та приймає рішення, виходячи з аналізу всіх можливих варіантів, запропонованих лобістами.

Вказані групи інтересів складаються спонтанно; є багаточисельними та конкурують поміж собою; не об'єднані в яку-небудь ієрархічну систему; є

незалежними від держави; жодна з груп впливу не має монополії в певній сфері інтересів; досягнення мети є результатом їх конкурентної боротьби.

Отже, лобізм визначається як притаманний відкритому суспільству процес захисту інтересів, що відбувається шляхом конкурентного впливу на владні структури з боку зацікавлених груп, жодна з яких не посідає монопольного становища.

Натомість ключовими рисами лобістського корпоративізму є те, що, по-перше, корпоративістські організації монопольні за своєю суттю, оскільки джерелом їх монопольного стану є держава. Держава укладає з якою-небудь групою своєрідну угоду (явну або таємну), отримуючи в обмін на отримані групою пільги лояльність та гарантію підтримання державних інтересів. По-друге, корпоративістські організації є носіями як функцій управління, так і функцій представництва. По-третє, в теорії лобістського корпоративізму держава розглядається в якості головного інструменту виявлення інтересів та об'єднання навколо них важливих суспільних груп. Держава сама відбирає та надає певній ідеологічно надійній групі монопольне право бути представником інтересів.

Отже, якщо плюралістичний тип представництва інтересів передбачає собою конкурентний вплив на владні структури знизу, то корпоративістський тип лобіювання – це ієрархічно побудована державою неконкурентна система монопольних груп впливу [79, с. 359].

Українському лобізму притаманний, вочевидь, більше корпоративістський тип лобіювання, адже саме держава та її інститути є «альфою» та «омегаю» лобістського процесу, а більшість суб'єктів лобізму як т.зв. «вмонтованими», тобто є одночасно і державними посадовцями і носіями лобістського інтересу. А вони, в свою чергу, є креатурами фінансово-промислових олігархічних груп, які тримають монополію в реалізації лобістського впливу і фактично зрослися з державними інституціями.

Між тим, наразі не можна стверджувати про повну домінацію такого типу лобізму, адже наявність сьогодні громадянського активізму, впливових гравців третього сектору дещо розмиває олігархічну систему прийняття рішень. Але поки що можна констатувати лише епізодичні прояви конкурентного, плюралістичного лобізму і, перш за все, у тих сферах, де немає економічних інтересів великого бізнесу.

У роботах українських дослідників подекуди можна зустріти сегментацію лобізму на «цивілізований» та «нецивілізований». При чому, «нецивілізованим» лобізмом апріорі вважається лобізм, що не має законодавчого закріплення або ж вміщує у себе протизаконні дії. Так, І. Немчинов вважає, що «спроба «протиснути» вигідне рішення якогось приватного питання чи якоїсь приватної проблеми» – це і є нецивілізований лобізм [110].

За такою класифікацією український лобізм зазвичай відносять до «нецивілізованого». Натомість вважаємо, що дихотомія «цивілізований-нецивілізований» лобізм є занадто спрощеною, абстрактною і може увести від сутності як феномену лобізму взагалі так і його українських проявів. Наприклад, у «нецивілізованому» лобізмі можна вбачати і просте правопорушення чи зловживання. Чи вважати «нецивілізованим» лобізмом будь-який вплив на прийняття політичного рішення (в тому числі і цілком легітимний, наприклад, громадський тиск або кампанії в ЗМІ) в умовах відсутності правової інституалізації лобізму? При нагоді зазначимо, що, на наш погляд, власне формулювання «цивілізований» – «нецивілізований» лобізм складно назвати науковим.

Тяжіє до подібної класифікації виокремлення таких типів лобізму як тіньовий (або «дикий»), публічний (відкритий) і інституціолізований. На думку Ю. Зущика, перший характеризується прямими, особистими (а головне – негласними і непрозорими) контактами зацікавленої сторони з особою, яка приймає рішення, в результаті чого з'являється акт протекції:

постанова, указ, закон, які є підставою для пільг, дотацій, субсидій, тобто вигідних для одного або групи підприємств, умов діяльності [51].

Публічний лобізм відрізняється від «тіньового» тим, що просуває не просто інтереси окремих підприємств, а й коригує загальні «правила гри» для цілих областей і сфер економічної діяльності. Тому він захищає загальнонаціональні інтереси і має більше значення для економіки країни, ніж «тіньовий» лобізм. Дослідник виділяє наступні загальні критерії цивілізованості лобіювання: опосередкованість лобіювання лобістськими структурами, гласність, прозорість і контроль лобістської діяльності, конкуренція між лобістськими групами.

При нагоді зазначимо, що такі характеристики як опосередкованість лобіювання лобістськими структурами, прозорість і контроль лобістської діяльності, напевне, неможливі без законодавчої фіксації лобі-діяльності. Але для Ю. Зушика наявність такої фіксації – аргумент виокремлення третього типу лобізму – інституціолізованого. Отже, на наш погляд, ця класифікація теж є не досить оптимальною. Якщо ж намагатися згідно з нею класифікувати український лобізм, то, вочевидь, він підпадає під два типи – тіньовий і публічний, але не інституціолізований.

Згідно з класифікацією типів лобізму, яку пропонують Ч. Ендрейн і Д. Ептер, виокремлюється три типи лобізму – прямий, непрямий і внутрішній. Прямий лобізм здійснюється лобістами – професіоналами, до нього також можна зарахувати GR. Непрямий лобізм – це коли організуються різні акції у вигляді широкомасштабних кампаній у ЗМІ, збору підписів, надсилання листів на підтримку або проти конкретних рішень. Внутрішній лобізм – коли інтереси в органах влади захищають особи, які працюють в них або мають до них безпосередній доступ [9]. Отже, за такого підходу українському лобізму притаманні характеристики всіх трьох типів,

Все ж визначення особливостей вітчизняного лобізму потребує звернення до більш широкого спектру критеріїв та їх деталізації. Тому

пропонуємо охарактеризувати українську лобі-діяльність за найбільш показовими її складовими: суб'єкти, об'єкти, методи та технології.

Природно, що об'єктами лобіювання є центри прийняття політичних рішень, а саме органи вищої виконавчої та законодавчої влади та місцевого самоврядування. Важливість виконавчої влади, насамперед, Кабінету Міністрів України як об'єкта лобістських зусиль зумовлена кількома чинниками.

По-перше, велика кількість законопроектів розробляється саме в уряді. Сьогодні, враховуючи проурядову парламентську більшість, ймовірність прийняття таких законопроектів Верховною Радою є досить великою. Так, статистика свідчить, що тільки за півтора року діяльності уряду В. Гройсмана (квітень 2016 – листопад 2017 р.) у Верховній Раді восьмого скликання зареєстровано 415 законопроектів, за поданням Кабінету Міністрів, з яких станом на 97 прийнято в цілому; 21 прийнято в першому читанні; 17 повернуто на доопрацювання; 6 пропозицій враховано; 4 направлено на повторне перше читання; 190 готувалося до розгляду в першому читанні на пленарних засіданнях ВРУ; 80 знято з розгляду (з них 7 – як такі, що не включені у порядок денний сесії та 48 – відкликано) [114].

У вітчизняних експертів з українського лобізму акцентується визначальна роль уряду у прийнятті економічних документів. Називається навіть цифра – у 2008 р. близько 70% економічних законопроектів від депутатів потрапляють на експертизу саме до Кабміну. Згодом з Кабінету Міністрів законопроект з необхідним обґрунтуванням подається до ВРУ, що спрощує його прийняття (міністерство може підготувати сприятливі висновки щодо законопроекту та скласти протекцію на засіданні урядового комітету) [189]. Це пояснює те, чому лобісти шукають підтримки профільного міністерства.

По-друге, сам механізм впровадження урядового рішення більш легкий та ефективний. Законопроект, прийнятий Верховною Радою проходить три читання, натомість Постанова Кабінету Міністрів вступає в силу з моменту

підписання. У цьому випадку також можна уникнути публічності процесу, чого не вдасться зробити із парламентським законопроектом.

По-третє, лобістська робота з урядом дає можливість здійснити вплив на тлумачення і виконання урядом законів, адже конкретизація прийнятих Верховною Радою законів на стадії їх виконання регламентується іншими фігурантами процесу, а саме – структурами виконавчої влади.

Візьмемо, наприклад ситуацію з прийняттям бюджету, адже саме це той випадок, який активізує лобістську діяльність. Теоретично, увага лобістів мала б спрямуватися на профільний бюджетний комітет Верховної Ради. Натомість і бюджетний кодекс, і регламент Верховної Ради при формуванні бюджету визначальну роль відводять виконавчій владі. Кабмін контролює всі фінансові потоки й готує проект бюджету на кожен рік. Де-юре, згідно з Бюджетним кодексом, депутати можуть впливати на процес, але де-факто цього не відбувається. Всі обговорення проходять у першому читанні, а за уряду М. Азарова – навіть без обговорення. Згідно з логікою, депутат-член бюджетного комітету повинен ініціювати профільні законопроекти, що стосуються змін поточного бюджету та вдосконалення бюджетного процесу (Бюджетного кодексу). Проте аналіз депутатських ініціатив Верховної Ради України VII скликання у цьому напрямку показує – члени бюджетного комітету в переважній більшості не цікавилися внесенням змін до Державного бюджету або Бюджетного кодексу, а якщо й готували відповідні пропозиції, то безрезультатно [3]. Їх або не було розглянуто парламентом, або було відкинуто. Зміни Державного бюджету, прийняті парламентом з подачі членів бюджетного комітету, спрямовані виключно на перерозподіл коштів всередині виконавчої влади та держпідприємств.

А. Гросфельд називає основний метод лобіювання в уряді «коридорним лобізмом» [37]. Коридорний лобіст повинен досконало знати систему функціонування апарату, систему прийняття рішень, ступінь впливу на керівника його найближчого оточення. Від імені своїх клієнтів лобісти зв'язуються з державними посадовими особами, на прийняття рішень на

державному рівні, наприклад, на розробку законодавчих пропозицій, концепцій або програм, надання грантів або іншого фінансового сприяння, виділення державних замовлень або призначення на державну посаду .

Поширеною є практика просування «своїх» людей до уряду. В інтерв'ю «Економічній правді» колишній міністр фінансів О. Данилюк заявив про нав'язування йому заступників, яких лобіював народний депутат І. Кононенко [38].

Часто важливим інструментом впливу на відповідне міністерство є просування «своїї людини» до державної структури, яка не являючись урядовим органом, тим не менш є важливою для забезпечення приватного інтересу у певній економічній галузі. Так, у січні 2018 р. головою Державної продовольчо-зернової корпорації України став А. Дрепін – людина, близька до київського бізнесмена В. Столара. Той, у свою чергу, перебуває в тісному партнерстві з С. Львовчкіним у сфері впливу на політичні процеси в Києві. Отже, отримання контролю над важливою національною компанією, яка має вплив у різних регіонах України – здійснює форвардні та інші закупівлі зерна, дасть С. Львовчкіну великі можливості для розмови з багатьма представниками місцевої влади [153].

Нарешті, посада в уряді надає широкі можливості внутрішнього лобіювання, коли чиновник виступає не тільки об'єктом, але і суб'єктом лобізму. Так, експерти оцінили лобістський законопроект, розроблений і поданий Міністерством регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства. Головна новація законопроекту «Про внесення змін до деяких законів України щодо удосконалення розрахунків за енергоносії» полягала у введенні поточних рахунків зі спеціальним режимом використання для суб'єктів господарювання у сфері централізованого водопостачання та водовідведення. Профільний парламентський комітет рекомендував відхилити законопроект, оскільки він суперечить, по-перше, Господарському кодексу, який забороняє втручання в господарську та комерційну діяльність господарюючих суб'єктів, і, по-друге, коаліційній

угоді, яка вимагає скасування рахунків із спеціальним режимом використання. Антимонопольний комітет України та парламентський комітет з питань запобігання та протидії корупції виявили в проєкті корупційні фактори. Зокрема, спецрахунки повинні були відкриватися в «уповноваженому банку», який завдяки цьому отримав би привілейоване становище. Також негативну позицію по відношенню до законопроєкту висловили екологічний комітет парламенту і Асоціація міст України.

Верховна Рада України також має серйозну «вагу» як об'єкт лобіювання. Адже парламент має можливість блокувати рішення Кабміну, видавати закони і формувати загальне нормативне поле, у тому числі для бізнесу. З іншого боку, парламентський лобізм передбачає більшу відкритість і прозорість завдяки наявності в ВР конкуренції між групами депутатів, колегіальності ухвалення рішень і системі противаг щодо виконавчої влади.

Звернемо увагу на парламентські установи, що виступають об'єктами лобіювання. Це комітети Верховної Ради України; парламентські партії/фракції; рідше – Апарат Верховної Ради України та рада голів депутатських фракцій.

Формальні і неформальні функції профільних комітетів зумовлюють їх привабливість для лобістських зусиль. Особливо важливою є роль постійних комітетів під час попереднього опрацювання законопроєктів. З цією метою вони мають право: здійснювати підготовку текстів законопроєктів до розгляду у Верховній Раді України; вносити пропозиції та поправки; давати оцінку законопроєктам з погляду фахівців, експертів, враховувати під час розгляду законопроєкту думки громадськості; проводити комітетські слухання; вивчати ефективність діяльності Кабінету Міністрів України, органів державної виконавчої влади з питань, що віднесені до компетенції комітетів; здійснювати контроль за дотриманням Конституції та законів України тощо [41].

Думка профільного комітету під час представлення та обговорення законопроекту на пленарному засіданні часто визначально впливає на рішення парламенту. Важливість профільних комітетів демонструють загалом високі показники їх відвідуваності. Так, середній показник відвідуваності народними депутатами засідань профільних комітетів за час роботи Ради 8 скликання становить 70,9%. Це на понад 20% вище, ніж середній показник фактичної участі парламентарів у голосуваннях у сесійній залі – 49,8% [149].

У свою чергу 16 народних обранців за 3 роки роботи Верховної Ради (2014 – 2017 рр.) відвідали менше 10% засідань свого профільного комітету. Серед них П. Балоба, А. Білецький, В. Богуслаєв, Ю. Бойко, О. Вілкул, А. Денисенко, М. Добкін, Д. Добкін, К. Жеваго, Ю. Солод, С. Львовчкін, Д. Ярош, О. Онищенко, Р. Сольвар, С. Ключев. Персональний склад «прогульників» свідчить, що це або представники великого бізнесу або лідери партій та фракцій, які віддають перевагу піару на телебаченні, ніж комітетській роботі.

Основні лобістські зусилля в парламенті сконцентровано на бюджетному комітеті. Він найбільший за чисельністю у Верховній Раді й нараховує 29 осіб [61]. Пильна увага лобістів приділяється комітетам ВРУ з питань управління народним господарством, економічної політики, власності та інвестицій; промислової політики і підприємництва; паливно-енергетичного комплексу, ядерної політики і ядерної безпеки; фінансів і банківської діяльності.

З одного боку, професійна і системна робота депутатів у комітетах надає можливості для публічного лобізму. З іншого боку, керівництво профільними комітетами має можливості використовувати свій статус і повноваження для тіньового лобізму.

Лобістський вплив також зосереджується на парламентських фракціях та їх лідерах. Негативною специфікою вітчизняного парламентаризму є те, що партії та фракції часто слугують механізмом представництва інтересів

фінансово-промислових груп, а не виборців. Це призводить до зрощення суб'єктів та об'єктів лобізму [189]. С. Телешун вважає, що фінансово-промислові групи фактично «утримують» державу [163].

У такій якості парламентські партії та фракції виступають не стільки об'єктами, скільки суб'єктами лобіювання.

Апарат Верховної Ради – це допоміжний орган, який сприяє діяльності нардепів. Тобто парламентарі не є працівниками апарату. Максимальна кількість співробітників апарату Верховної Ради сягає 1115 чоловік. Працівники апарату допомагають у розробці законопроектів, реєструють їх, проводять експертизу, доопрацьовують після внесення парламентарями поправок [48].

Хоча працівники апарату не впливають на прийняття рішень, але вони знаються на безлічі процедурних питань, наприклад, щодо реєстрації та проходження документів у Верховній Раді.

Погоджувальна рада депутатських фракцій (депутатських груп) як об'єкт лобізму дає можливості впливати на швидкість та ефективність просування лобістських пропозицій. До її функцій відносяться узгодження плану законопроектної роботи, розгляд та ухвалення пропозицій щодо розкладу сесій та пленарних засідань, їх порядку денного, погодження кандидатів на керівні посади комітетів, внесення до Верховної Ради пропозицій про скликання позачергового пленарного засідання тощо [130].

З одного боку, колегіальність прийняття рішень, конкурентність фракцій, медійне висвітлення парламентського процесу створюють умови для публічного лобізму. І саме Верховній Раді як осередку лобізму в його суб'єктно-об'єктному вияві приділено особливу увагу у всіх законопроектах щодо інституалізації лобі-діяльності. З іншого боку, в умовах викривленого парламентаризму і політичного впливу олігархії, фракції, партії, окремі депутати займаються лобіюванням безпосередньо, просуваючи інтереси фінансово-промислових груп.

Таким чином, лобіст і парламентарій фактично поєднуються в одній особі, частіше виступаючи перш за все суб'єктом, ніж об'єктом лобіювання. У вітчизняній літературі поширеною є сегментація суб'єктів лобізму на внутрішніх і зовнішніх. Внутрішні лобісти – урядовці, депутати, парламентські фракції, тобто їх ще можна назвати «вмонтованими» лобістами, які поєднують у своїй діяльності і прийняття рішень, і просування інтересу (як правило, приватного). Зовнішні лобісти – бізнесові структури, галузеві об'єднання і асоціації, неурядові організації, зокрема, громадські об'єднання, ЗМІ тощо.

Особливу роль у лобіюванні відіграють великі бізнесові структури. Практика вітчизняної політики демонструє, що фінансово-промислові угруповання не обмежуються роллю зовнішнього лобіста, а й мають на утриманні парламентські партії, фракції, окремих депутатів, і, по суті, вмонтовані у систему влади. Це явище можна охарактеризувати як фаворитизм, що є характеристикою і вітчизняного лобізму, і політичної системи взагалі. За оцінками 2017 р., Україна посідає 99-е місце зі 140 за рівнем фаворитизму, який є складовою оцінки Глобального індексу конкурентоспроможності. За оцінкою якості антимонопольної політики, країна займає 136 місце, тоді як у Польщі – 50-е, а у Грузії – 116-е [76].

Наприклад, у паливно-енергетичному комплексі, на думку експертів, активно лобіюються інтереси олігарха Р. Ахметова, власника ДТЕК, до якої входять численні, обленерго, теплоелектроцентралі. Також йому належить холдинг SCM, до якого входить металургійна корпорація «Метінвест», левова частка шахт на Донбасі та Дніпропетровщині, енергогенеруючі підприємства, «Укртелеком» та «Київенерго» [126].

Одним з найвідоміших бізнес-партнерів Р. Ахметова є В. Новинський, який контролює групу компаній «Смарт-Холдинг». В. Новинський у 2012 р. змінив російське громадянство на українське, у минулому був у фракції Партії регіонів, а зараз обраний за списком «Опозиційного блоку». За

мажоритарними округами до парламенту було обрано ще кілька колишніх топ-менеджерів підприємств Р. Ахметова [190].

У Верховній Раді попереднього скликання група депутатів-мажоритарників з БПП були близькими до дніпровського бізнесмена І. Коломойського, лояльними до нього вважали мажоритарників Бориса Філатова та Д. Яроша, лідера «Правого сектора» [190]. І. Коломойський контролює активи нафтопереробки, а саме «Укртатнафту», «Нафтохімік Прикарпаття» та НПЗ «Галичина», мережу автомобільних заправок «Укрнафта» та «Авіас», низку гірничо-видобувних підприємств, активи металургійної та харчової промисловості, володіє телеканалами «1+1» та «2+2».

За свідченням депутатів С. Лещенка та М. Найєма, у конфлікті навколо державної компанії «Укртранснафта» на боці І. Коломойського брав участь член парламенту В. Хомутиннік, який був керівником депутатської групи «Відродження» чисельністю у 22 людини [148].

Найбільшими активами В. Пінчука є металургійна компанія «Інтерпайп» та низка гірничо-збагачувальних комбінатів Дніпропетровщини. Найбільший медіа-актив – група StarLightMedia, до якої входять канали СТБ, ICTV, Новий канал, М1, М2 та QTV. У парламенті він не мав власної групи депутатів, проте там працюють деякі колишні менеджери його компаній, у тому числі Яків Безбах [190].

К. Жеваго часто був лідером у рейтингах депутатів, які найбільше прогулюють засідання парламенту, він контролює гірничу корпорацію Ferrexpo та фінансово-промислову групу «Фінанси та Кредит». З початком російської агресії на сході України компанія отримала значну кількість військових замовлень.

Одним з найвідоміших бізнесменів України є Д. Фірташ, який був одним із учасників компанії «Росукренерго», сьогодні він керує групою компаній DF Group, яка володіє низкою хімічних підприємств, значними активами у гірничій промисловості. Титановий бізнес Д. Фірташа продовжує

працювати в анексованому Росією Криму. Д. Фірташ володіє найрейтинговішим телеканалом України – «Інтером». Наразі бізнесмен чекає на рішення щодо екстрадиції до США під арештом у Австрії.

Фракцію «Опозиційного блоку» у попередньому скликанні Верховної Ради очолював соратник Д. Фірташа Ю. Бойко, а також працювали кілька депутатів, які раніше вважалися його соратниками.

Звісно, такий фаворитизм не передбачає відкритого і прозорого лобювання. Вітчизняні дослідники категорично визначають, що удільна вага публічного лобізму в Україні вкрай низька. Наприклад, кількість законів, прийнятих українським парламентом, значно менша за кількість змін до них. За змінами, поправками та уточненнями часто ховаються пільги і преференції, які не поширюються на всі існуючі в певній сфері групи інтересів [37].

Така поведінка великого бізнесу є водночас і наслідком, і причиною викривлених економічних і політичних процесів сучасної України. З одного боку, в умовах недосконалого законодавства, непрозорої конкуренції, захистити свій бізнес можна було лише завдяки міцному політичному «даху». З іншого боку, отримавши такий дах, фінансово-промислові угруповання швидко зрозуміли, що це дає майже необмежені можливості для незаконного збагачення у поєднанні з політичним впливом і участю у розподілі ресурсів. Влада виступає для них чи не головною конкурентною перевагою, а держава стає інструментом бізнесу.

Отже, незважаючи на заклики «відокремлення бізнесу від влади» можна спостерігати зовсім зворотні процеси. У парламентах останніх скликань простежується стійка тенденція збільшення кількості великих бізнесменів в якості народних депутатів. Крім власне олігархів і афільованих з ними партій, фракцій і окремих депутатів у Верховній Раді України VIII скликання працювала ще низка бізнесменів, які входять до перших п'ятдесяти найбагатших людей країни за версією журналу Forbes. Н. Шуфріч контролює активи у нафтогазовій сфері, О. Фельдман має статки у

175 млн. дол. США, В. Богуслаєв керує машинобудівною компанією «Мотор Січ» та інші [190].

Загалом, у Верховній Раді VIII скликання майже 60 % народних обранців були представниками бізнесу [24].

Найбільший інтерес для лобістів представляють питання економічного блоку – приватизація, фінансування, кредитування, здійснення банківських операцій, ліцензування, розподілу фондів тощо. Великий бізнес лобіює такі законодавчі документи, які надають пільги в оподаткуванні, сплаті митних та інших зборів; розподіляють бюджетні дотації, субвенції, кредити; надають гарантії уряду під отримання кредитів; розподіляють напрямки використання і обсяги бюджетних коштів у «ручному режимі» управління бюджетом; встановлюють винятки із загальних правил приватизації; змінюють тендерні правила; встановлюють межі вільних економічних зон і правила здійснення економічної діяльності в них; надають право управління державними корпоративними правами приватним і напівприватним структурам; змінюють порядок і межі здійснення операцій з енергоносіями, електроенергією, стратегічною сировиною; встановлюють додаткові правила і норми контролю за економічною діяльністю, спрямовані проти конкурентів і економічної опозиції.

Певний потенціал для надання лобізму великого бізнесу більш цивілізованих і прозорих форм можна вбачати у діяльності галузевих асоціацій. Наприклад, у банківській сфері – це Асоціація українських банків, незалежна асоціація банків України. На ринку страхових послуг – Ліга страхових організацій України, на фондовому ринку – Українська асоціація інвестиційного бізнесу, Професійна асоціація реєстраторів і депозитаріїв тощо [30].

В одному тільки аграрно-промисловому комплексі діє близько 100 профільних об'єднань. Принципи співробітництва між аграрним сектором та профільним міністерством значно змінилися, розробка важливих рішень відбувається із залученням малих та великих стейкхолдерів. Показовим

прикладом став проведений 2017 р. захід у Брюсселі в рамках діалогу Україна – ЄС, коли у консультаціях активно взяли участь вісім асоціацій України [178].

Але важливою проблемою є те, що галузеві асоціації як потенційні суб'єкти лобізму часто поступаються активності та ефективності окремим представникам олігархічного бізнесу, що відрізняє український лобізм від європейського, де асоціації є основними гравцями в сфері лобізму. Якщо західні виробники сільськогосподарської продукції створюють асоціацію, то вона фінансується самостійно і лобіює інтереси всієї галузі. В Україні власник великого бізнесу стає народним депутатом і починає лобіювати преференції тільки для своєї структури – бюджетні асигнування, різні податкові пільги. Однак не всьому сектору, а тільки собі, що фактично вбиває за кошти податків конкуренцію в секторі [15].

Показовим є приклад із законопроектом №7010 про «єдине вікно» на митниці. В останній момент депутат О. Кришин запропонував правки, завдяки яким великі зернотрейдери отримали можливість закуповувати залізничні вагони за рахунок субсидій фермерів. Ці правки пов'язують із депутатом В. Хомутиником, що керує компанією «Кернел» (виробник соняшникової олії). Асоціація фермерів звернулася до Президента з проханням накладити вето на зміни до закону, перешкодити реалізації приватного інтересу [151].

З діяльністю фінансово-промислових груп та бізнес-асоціацій пов'язаний так званий «галузевий» лобізм. Умовно виокремлюють – аграрне, металургійне, машинобудівне, газове, вугільне, банківське та інші лобі. Депутати-лобісти спрямовують зусилля на виділення дотацій або перерозподіл бюджету на користь власної галузі. Так, у Верховній Раді VII скликання лобістський законопроект у сфері зміни бюджету було прийнято з подачі члена Партії регіонів – А. Мартовицького. За рахунок атомних енергетиків на користь вугільної промисловості було направлено 1,5 млрд. грн. [3].

У свою чергу, враховуючи географічний чинник структури української економіки, галузевий лобізм тісно переплітається з регіональним. Аграрії традиційно сильні в сільськогосподарських областях: Житомирській, Вінницькій, Рівненській, Тернопільській, Івано-Франківській тощо, проте вони не мають таких впливових регіональних лобістських груп, як представники Донецької, Луганської, Дніпропетровської, Запорізької, Харківської областей.

Дійсно, за роки державності в Україні сформувалося декілька потужних регіональних еліт олігархічного характеру. Їх інтереси виходять далеко за межі майна і бюджетних потоків регіону. Предметом стають бюджетні кошти держави і майно загальнодержавного значення [37].

Один з перших дослідників українського лобізму Ю. Зушик виокремлював у 2000 р. декілька моделей регіональних еліт – кланову однополярну (Харківщина), кланову двополярну (Одещина), адміністративну (Правобережна та Західна Україна) і «регіональний альянс» (Промисловий Південний Схід) [51].

Але сьогодні ця класифікація вже давно не відображає реалій. Вона стала змінюватися ще з початку 2000-х рр. через повзучу експансію донбаського регіонального політикуму до центральної влади і контролю над бюджетними потоками. Саме беззастережне панування «донецьких» у часи президентства В. Януковича стало передумовою посилення корупції, тіньового лобізму, пов'язаного з податковими та бюджетними пільгами на користь бізнесменів та галузей близьких до влади.

Бюджетні пропозиції членів бюджетного комітету Верховної Ради VII скликання демонстрували їх особливе піклування про власні регіони. В. Жеребнюк найбільше уваги приділяв фінансовій допомозі Вінницькій області. Про рідні регіони турбувалися і В. Шкварилюк (Івано-Франківська обл.), О. Медуниця (Сумська обл.), Є. Геллер (Донецька обл.) та ін. В ініційованих депутатами поправках, як і у випадку з законопроєктами про внесення змін до бюджету, переважають соціально-популістські та відомчі

інтереси. У 2014 р., ще за Президента В. Януковича було прийнято закон про бюджет. Депутати- члени бюджетного комітету виявили неабияку активність у регіональному лобізмі. Вони ініціювали поправку до закону про бюджет, в якому розписали 1 млрд. гривень. Ці гроші мали йти до Фонду регіонального розвитку на капітальні видатки, але бюджетний комітет розписав суму на детальні капітальні видатки по округах мажоритарників із бюджетного комітету [3].

Сьогодні в рамках децентралізації бюджетний процес істотно змінився. Зміцнення місцевого самоврядування неможливе без перерозподілу фінансових потоків на користь територіальних громад. Бюджетний кодекс змінювався паралельно з адміністративною реформою. Громада отримує повноваження відносно розподілення коштів, встановлення місцевих податків тощо. Зі свого боку територіальні громади покликані лобіювати право самостійно розпоряджатися земельними ресурсами на відповідній території, щоб саме до їх компетенції відносилися питання наповнення бюджету і відповідальність за його витрати [23].

Це знизило можливості для тіньового лобізму у бюджетній сфері, а відтак, бачимо, що унормування лобізму повинно походити паралельно з реформуванням інших сфер державного управління.

Якщо виокремлювати суб'єктів лобізму, які мають дійсно зовнішній, посередницький характер, то тут знову-таки ми наштовхуємося на необхідність їх розподілу на публічних та тіньових. Оскільки лобістська діяльність не визначена законодавством, фірми, які нею займаються, мають назву юридичних, консалтингових, або GR (government relations – зв'язки з урядом). Вони надають юридичні, консультаційні або інформаційні послуги, що в цілому перебуває в законодавчому полі, але за умови сплати всіх установлених податків.

Ще в 2010 р. фахівці не змогли визначити точний обсяг українського ринку GR і кількість фірм, що працюють на ньому. Основна складність полягає в методиці підрахунку, і в тому, що значна частина гравців працює в

тіні. Ю. Пушко, директор напрямку зі зв'язків з урядом компанії WillardGroup, відзначала, що особливість українського ринку GR-послуг у тому, що замість публічних акцій використовуються тіньові процедури лобіювання. Адже можливості тиску на органи влади через пресу і громадську думку обмежені, а коло осіб, що приймають стратегічні рішення, досить вузьке [50].

Реформи останніх років, що забезпечили дещо більшу прозорість влади і механізму прийняття рішень, зумовили те, що GR поступово виходить з «тіні». За словами президента Асоціації GR-спеціалістів і лобістів Катерини Одарченко, асоціація нараховує зараз понад 60 членів, які представляють ключові галузі платників податків (оборонна галузь, металургія, аграрії). Ця асоціація несе також і просвітницьку функцію, дає відповідну медіа-платформу.

Часто GR - менеджери працюють всередині бізнес-корпорацій. Людина займає таку посаду, і її основна функція – ходити до держорганів і асоціацій, відстежувати, як змінюється законодавство і політичне поле в індустрії її компанії, просувати ініціативи, корисні компанії і індустрії в цілому. Сьогодні вони просто наймані працівники.

Утім, основний ринок лобістських послуг в Україні знаходиться в тіні. Велика частина зовнішніх українських лобістів – фізичні особи. У народі їх називають «решали». Це або вихідці з держорганів, або люди, які мають до держорганів якесь відношення (наприклад, через родинні зв'язки), і вони «вирішують питання». Це чорні лобісти, які стимулюють корупцію. Вони беруть оплату готівкою за свої посередницькі послуги, частину гонорару направляють на хабарі і «відкати». Є також «решали» під «дахом» юридичних фірм. Вони діють так само, як і чорні лобісти [193].

Інструментами прозорого лобізму мали б бути ЗМІ. Але сьогодні медійний простір майже повністю контролюється олігархічними угрупованнями. Для власників ЗМІ – це інструмент політичного і пропагандистського впливу. Тому характерною особливістю українських

ЗМІ є так звана «джинса», тобто замовні матеріали, які просувають інтереси власника. Особливо кількість замовних статей збільшується під час передвиборчих кампаній. Так, згідно з даними моніторингу Інституту масової інформації тільки на тижні 1-7 вересня 2014 року у праймових новинах семи телеканалів зафіксовано 80 таких матеріалів; на тижні 29 вересня – 4 жовтня – 97 матеріалів; 6-11 жовтня – 129 матеріалів (за моніторингами за підтримки Ради Європи).

Найбільшу кількість матеріалів з ознаками джинси та порушеннями журналістських стандартів подавали телеканали «Інтер» та «Україна» (наприклад, за тиждень 6-11 жовтня на «Інтері» було 58 таких матеріалів, на «Україні» – 36). Новини телеканалів ICTV та «1+1» містили дещо меншу кількість матеріалів з ознаками замовності та порушеннями стандартів.

Отже, передвиборча кампанія на телеекранах стає не змаганням програм, і навіть не змаганням харизматичних лідерів, а війною олігархів

Джинса у регіонах більш дрібна та персоналізована, в першу чергу це піар кандидатів-мажоритарників. За даними моніторингу лідерами джинсового антирейтингу є харківський «7 канал» (40% контенту з ознаками замовності, збільшення піар-матеріалів міського голови Г. Кернеса) та сумський «Відікон» (48% контенту з ознаками замовності). «Вкрай негативна ситуація із «джинсою» у регіональній пресі, зазначила О. Романюк, виконавчий директор Інституту масової інформації: «До 80% площі в регіональній пресі відводиться під замовні матеріали. Шалено джинсують матеріали, які фінансуються з держбюджету. Утім, якщо порівняти з виборами 2012 року, джинса зменшилась на третину, бо тепер немає головного замовника 2012 року – Партії регіонів» [180].

Після Революції Гідності значно зросла активність неурядових організацій, громадських об'єднань на полі лобізму. Маємо на увазі аналітичні центри, правозахисні організації, благодійні організації, молодіжні організації, етнічні об'єднання тощо .

Роль громадських об'єднань в лобістських процесах є подвійною. З одного боку, вони самі є суб'єктами лобізму, а з іншого, саме громадські об'єднання здійснюють контроль за владними органами з метою запобігання корупційних дій і «тіньового» лобізму.

Показовим є приклад із закупівлями протигрипозних вакцин. Відповідно до національного законодавства щеплення проти грипу не входять до Національного календаря щеплень, тому вакцини для профілактики захворювання на грип не купуються за кошти державного бюджету. Вони можуть бути придбані за рахунок місцевих бюджетів або інших легальних джерел. Міністерство охорони здоров'я розіслало в регіони листи з рекомендацією закуповувати вакцини двох фармвиробників – «Абботт Біолоджікалз Б. В.» і «Санофі Пастер».

Громадське об'єднання «Медичний контроль» побачило в цьому лобізм на користь цих виробників. Адже рік тому МОЗ рекомендувало корейську вакцину разом із французькою. Наступного року замість неї до рекомендованих ввели поспіхом зареєстровану вакцину від «Абботт Біолоджікалз Б. В.». Хоча лист мав рекомендаційний характер, але на місцях сприймався як керівництво до дії. За відсутності альтернативної інформації та докладання додаткових зусиль для лобізму своєї продукції з боку фармкомпаній-виробників технічне завдання на закупівлю вакцин у регіонах, ймовірно, складатиметься з урахуванням тільки тих позицій, які озвучила в.о. Міністра охорони здоров'я. Завдяки зусиллям ГО «Медичний контроль» оновлена інформація про перереєстрацію чотирьох вакцин проти грипу на офіційному веб-сайті Міністерства з'явилася згодом, і тепер у тендерах на рівних позиціях братимуть участь усі виробники вакцин. Це дало змогу сформувати нормальне конкурентне середовище і закупити необхідну кількість протигрипозних препаратів [142].

Методи та технології українського лобізму вже частково описані нами в контексті розгляду типів та суб'єктів лобі-діяльності. У релевантній літературі можна зустріти декілька варіантів класифікації лобістських

методів. А. Трофименко виокремлює дві їх групи – «стандартні» (традиційні) та «нестандартні». Традиційні методи – це класичні, здебільшого цивілізовані способи впливу на центри ухвалення рішень: участь у парламентських або відомчих слуханнях, прямі контакти з офіційними особами – на з'їздах, банкетах тощо, презентація результатів наукових досліджень, вступ у коаліцію з іншими організаціями, спроба здійснити вплив на процес реалізації рішення, контакти з представниками ЗМІ, допомога в процесі підготовки законопроектів, консультування різних державних органів та комісій, організація демонстрацій та рухів протесту та багато іншого.

Використання нестандартних методів лобіювання залежить від конкретної ситуації. До нестандартних методів можна віднести впровадження агентів впливу до структури компаній-конкурентів та апарату профільних відомств, нав'язування конкурентам неефективних об'єктів лобістського впливу, перетягування об'єктів лобістського впливу на свій бік не тільки переговорами, але й силою події, участь у позовах та судових процесах, гра на протистоянні депутатів та позапарламентських активістів їх партій та інше [173].

На наш погляд, в українських реаліях така схема не є адекватною. Адже, саме «тіньові» методи лобіювання превалюють у вітчизняній лобістській практиці, тобто називати їх «нестандартними» є не зовсім вірно.

А. Гросфельд всю сукупність лобістських технологій воліє розподілити на два комунікаційні канали. Перший – цивілізований (участь у слуханнях органів влади; прямі контакти з посадовцями; вплив через ЗМІ; підпис петицій, надсилання листів тощо). Другий – це політичні або номенклатурні «клани», галузеві і регіональні лобі, політичні «холдинги» та олігархічні об'єднання. Вони використовують неформальні контакти, беруть участь у процесі розробки політичних рішень, вдаються до тіньових домовленостей із державними службовцями та парламентаріями. Серед безпосередніх парламентських технологій дослідниця акцентує увагу на двох, найбільш

поширених – підкуп депутатів за «правильне» натискання кнопки та «найм» кількох депутатів, за допомогою яких на розгляд Верховної Ради подається законопроект, який вони публічно відстоюють.

Але не слід вважати, що всі рішення приймаються шляхом елементарного підкупу. Ухвалення потрібної поправки, як правило, є результатом складних домовленостей між фракціями, і в обмін на голоси на підтримку закону депутатська група може отримати потрібну посаду в регіональних органах влади або підтримку при вирішенні політичних питань [37].

Ю. Зущик виокремлює такі методи: персональні контакти з представниками органів влади; участь у засіданнях комітетів і комісій Верховної Ради, уряду, міністерств; робота в експертних групах із підготовки проектів документів парламенту та уряду; з'їзди, конгреси, наради підприємців за участю представників органів влади; громадські слухання законопроектів, які проводяться спільно з представниками об'єднань підприємців з членами комітетів ВР і представниками уряду, Адміністрації Президента та інших державних структур; вплив через громадську думку і ЗМІ; зустрічі з вищими керівниками держави [51].

Подібний спектр методів визначає і А. Євгенєва. Вона виокремлює прямі і непрямі методи лобіювання. До прямих форм лобіювання експерт відносить: підготовку та надання відповідним органам проектів нормативно-правових актів; вплив з метою призначення на посади та розподіл між ними повноважень; переговори із уповноваженими органами влади; участь у комісіях різного рівня тощо. Серед непрямих форм лобіювання виокремлюються: підготовка наукових, аналітичних чи статистичних досліджень, звітів або висновків; висловлення позиції щодо законопроектів та проектів інших нормативно-правових актів; організація та участь у круглих столах, конференціях, семінарах, слуханнях із обговорення певних рішень вплив на громадську думку через ЗМІ; організація та агітація суспільних груп до активних дій та виступів тощо [43].

Активізація громадянського суспільства потребує прозорості і відкритості лобістських методів. На жаль, великий бізнес і політикум надає перевагу «тіньовим» інструментам. Так, бажаючи інвестувати у будівництво курників у Черкаській області компанія «Миронівський хлібопродукт» (ТМ «Наша Ряба»), що належить бізнесмену Ю. Косюку, домовилася з місцевою владою – головою Черкаської райдержадміністрації і головою Черкаської районної ради. При цьому не було публічно представлено проект забудови, його техніко-економічного та соціального обґрунтування, не проведено комунікації з місцевою громадою. Без проведення роз'яснювальної роботи, без проведення громадських слухань голова Черкаської районної РДА К. Омаргілієв запропонував надати право на зміну цільового призначення сільськогосподарських земель у Черкаському районі на побудову курників «Нашої Ряби». Місцеві жителі чинили жорсткий спротив ідеї побудови курників, які стали б для сіл екологічною катастрофою [6].

Отже, бачимо відсутність стратегічного бачення щодо інформаційного, громадського просування інтересів підприємства шляхом застосування прозорої комунікації.

Таким чином, український лобізм як явище суспільно-політичного життя з різноманітними своїми проявами доволі складно піддається чіткій типологізації. Якщо посадовець одночасно діє як депутат та представник лобі-групи, дуже складно провести межу між протекціонізмом, лобізмом і корупцією.

Відсутність правового регулювання і відсутність у значній кількості випадків проміжної посередницької ланки у вигляді професійних лобістів у ланцюгу «суспільний (приватний) інтерес – влада» зумовлюють наближення українського лобізму до континентальної (європейської) моделі. Превалювання внутрішнього (вмонтованого) лобізму над зовнішнім, широка розповсюдженість «тіньових» схем лобіювання, відсутність фіксації (реєстрації) лобістів-посередників (якщо вони є), наявність корупційної складової у лобі-діяльності дозволяє значній кількості дослідників визначати

лобізм в Україні як «нецивілізований», зумовлений олігархічною системою влади та великого бізнесу. Водночас не можна ігнорувати існування в Україні відкритого, публічного лобіювання, яке більш розповсюджене у випадках зовнішнього лобізму, де суб'єктами виступають або GR – компанії, або галузеві асоціації, або структури громадянського суспільства.

Методи і технології лобізму в Україні доцільно розділити на публічні, демократичні та тіньові. При цьому слід пам'ятати, що публічні методи часто можуть містити елементи тіньового закулісного лобізму (джинса, підкуп депутатів тощо).

Висновки до Розділу 3

Розвиток законодавчих ініціатив щодо регулювання лобізму в Україні пройшов декілька етапів і у певній мірі детермінований суспільно-політичними обставинами та характером відносин влади і суспільства у різні періоди сучасної української державності.

Законопроекти кінця 1990 –х рр. були розроблені в умовах становлення олігархічної економіки і політичної системи, злиття бізнесу і політики, формування великих фінансово-промислових груп і їх політичної клієнтури. Вони були покликані легітимізувати ці процеси, які розвивалися інтенсивно і вибухово, і водночас не надто обмежувати їх.

Спроби правового закріплення лобізму у 2000-х рр. характеризувалися намаганням надати більшій публічності цьому процесу, запровадити громадське обговорення, що натомість не позначилося прийняттям відповідного закону. У період президентства В. Януковича в умовах формування жорсткої ієрархії влади, на вершині якої знаходилося оточення Президента, невдалі спроби легалізувати лобізм вписувалися в загальну мейнстримну тенденцію «показових» реформ, які повинні були завуалювати посилення авторитарно-олігархічної сутності влади.

Після Євромайдану і Революції Гідності (2013 – 2014 рр.) стимулом для актуалізації питання стали певна демократизація політичної системи,

намагання влади координувати свої дії з вимогами європейських партнерів, початок розбудови антикорупційного законодавства і відповідних структур. Спроби легалізації лобізму в цей період з одного боку, як і раніше, намагалися впровадити м'яку модель лобізму (тобто без суворого державного і суспільного контролю та навіть без обов'язкової реєстрації суб'єктів лобізму), а з іншого – вперше пропонували «жорстку» модель, в якій лобіст знаходиться в чіткому і обмеженому правовому і податковому полі, під жорстким контролем його діяльності.

В цілому, хоча розглянуті нами основні законопроекти розроблялися в різних суспільно-політичних умовах і на різних етапах розвитку політичної системи України, хоча вони часом по-різному трактують відповідну термінологію і суб'єктно-об'єктні відносини лобістської діяльності, у них можна виділити такі загальні моменти. По-перше, це прагнення вивести ринок лобістських послуг з тіні – з реєстрацією суб'єктів лобізму, звітністю та оподаткуванням. По-друге, зменшити корупційну складову лобістської діяльності. По-третє, незважаючи на наявність в ряді проектів широкого кола об'єктів лобіювання, усі вони перш за все регулюють цей процес стосовно Верховної Ради. Водночас механізм лобізму на локальному рівні практично не розроблений, навіть в разі згадки органів місцевого самоуправління як об'єктів лобістських зусиль.

Зміст законодавчих ініціатив характеризувався посиленням прозорості та вимогливості до суб'єктів лобіювання, розширенням (хоча і формальним) об'єктів лобіювання. При цьому, на наш погляд, не стільки недоліки зазначених законопроектів, скільки опір тих сил, які звикли до незаконного та часто корупційного лобіювання, відіграє ключову роль у відсутності його правового регулювання на сьогоднішній день.

Визначення типології українського лобізму ускладнюється не тільки великою кількістю критеріїв класифікації цього феномену, а й досить широкою варіативністю і непрозорістю проявів лобі-діяльності в Україні.

По відношенню до двох найбільш відомих моделей лобізму – англосаксонської та континентальної (європейської), український лобізм, враховуючи відсутність законодавчого врегулювання, офіційно визначеного та зареєстрованого переліку суб'єктів лобіювання тощо, займає місце явно ближче до європейської моделі

З точки зору виокремлення плюралістичного та корпоративістського підходу до лобіювання український лобізм відповідає більшості критеріїв корпоративістського підходу з фактичною монополією на лобізм з боку олігархічних груп і державних структур (як внутрішніх лобістів)

Відсутність прозорості і правового врегулювання лобізму, наявність у ньому корупційної складової зумовлює його визначення як «тіньового» або «нецивілізованого», хоча останнє визначення більш наближене до емоційної публіцистики ніж академічного дискурсу.

Об'єктами лобі-діяльності в Україні найчастіше є органи вищої виконавчої та законодавчої державної влади – Кабінет Міністрів, Верховна Рада та її численні структурні елементи. Особливостями українського лобізму є поширеність т. зв. «вмонтованого» лобізму, коли державний службовець або народний депутат є водночас і об'єктом і суб'єктом лобістського впливу і обслуговує інтереси або власного бізнесу, або інтереси фінансово-промислових угруповань.

Галузевий і регіональний лобізм – поширені і ефективні види лобізму в Україні, але саме тоді, коли його суб'єктами стають не стільки галузеві асоціації чи регіональні об'єднання громадськості, скільки олігархічні галузеві і регіональні групи, що діють непрозоро через власних «вмонтованих» лобістів.

Демократичні перетворення останніх років, і, перш за все, зростання громадянської свідомості суспільства відкрили певне «вікно можливостей» для більшого поширення публічних методів лобізму, залучення до нього як прозорих посередників-професіоналів у вигляді консалтингових та GR фірм так і широкі кола громадянського суспільства. Набуття вітчизняним лобізмом

прозорих, демократичних і правових форм залежить від успішного розвитку трьох взаємопов'язаних процесів: прийняття і реалізації антикорупційного законодавства, подальшого зростання громадського активізму та законодавчого унормування лобі-діяльності.

Результати цієї частини дослідження були опубліковані у роботі автора «До питання про типологію українського лобізму» [88].

ВИСНОВКИ

1. Проблема визначення лобізму та лобіювання, їх змісту, меж та сутнісних характеристик є однією з актуальних проблем теорії та практики, яку активно досліджують представники різних наукових дисциплін та експертів, що представляють практично всі сфери життя сучасного суспільства. Разом з економічним, юридичним, соціологічним, політологічним, психологічним підходами, які міцно утвердилися при аналізі лобізму, сьогодні все більше дослідників прагне до його осмислення в контексті теорій та підходів, що розробляються в рамках комунікативних технологій та комунікативного менеджменту.

Водночас дефініції понятійно-категорійного апарату дослідження не однозначно трактуються та мають яскраво виражений дискусійний характер, що свідчить про багатогранність та складність такого явища, як лобізм, що з одного боку включає в себе елементи структури демократичного суспільства, виступаючи важливим інститутом його політичної системи, а з іншого боку є процесом взаємодії суспільства та влади.

2. Аналіз наявної літератури з проблематики дослідження та її систематизація дозволяє зробити висновок про значний інтерес до цієї проблеми з боку дослідників, що представляють різні напрями наукової думки. Систематизація літератури була проведена на основі проблемного підходу, зокрема виділено найбільш актуальні проблеми в українських умовах, серед яких теоретико-методологічні аспекти лобізму, проблема його інституціоналізації, досвід становлення та функціонування інституту лобізму інших держав, проблема розвитку та становлення лобізму в Україні в контексті використання закордонного досвіду.

Систематизація наявної наукової літератури дозволила визначити питання, що залишилися поза увагою науковців, це обумовило використання

широкого кола первинних джерел, серед яких документи, що формують правові засади функціонування лобізму в різних країнах, кодекси поведінки лобістів та посадовців, підзаконні нормативно-правові акти спеціально створених органів державної влади для контролю за прозорістю політичного процесу, нормативні документи, що формують правові засади лобістської діяльності в Україні, законопроекти з регулювання лобізму в Україні.

3. В залежності від правових механізмів регулювання лобістської діяльності можна умовно виділити чотири основні групи держав: 1) законодавче регулювання лобізму (США, Канада, Австралія, Великобританія, Франція, Литва, Польща тощо); 2) існують закони, що регулюють певні аспекти лобізму (Німеччина, Нідерланди, Італія, Хорватія, Румунія тощо); 3) не існує лобінгове законодавство, але розглядаються проекти законодавчих актів (Україна, Швеція, Казахстан, Росія тощо); 4) питання правового визначення лобізму не стоїть на порядку денному.

Виділяють дві моделі регулюванням лобіювання в правотворчому процесі: американську (англосаксонську, класичну) та континентальну (європейську). Основна відмінність між ними полягає в тому, що американська модель передбачає наявність окремого закону про лобізм, що встановлює процедуру реєстрації та звітності лобістів. Закони про лобіювання в країнах з американською моделлю регулюють діяльність лобістів, вимагають обов'язкову реєстрацію лобі-груп, звіти про зарплату, поточні витрати, про джерела фінансування визначають легальні рамки лобізму в державі. Лобістам надаються відносно вільні і рівні умови щодо взаємодії з органами державної влади. У свою чергу континентальна модель не висуває жорстких вимог до лобістів, натомість правова база цих держав встановлює законодавчі обмеження здебільшого для чиновників у відносинах з представниками громадськості, а також ухвалює окремі кодекси поведінки для них. Ця модель передбачає заснування спеціальних консультативних інститутів, беручи участь в яких представники різних груп інтересів отримують можливість впливати на прийняття політичних рішень.

Проведений аналіз правових моделей регулювання лобізму в демократичних країнах свідчить про те, що, незважаючи на фундаментальні відмінності, існує тенденція до зближення між американською та європейською моделями правового регулювання лобізму з переважанням характеристик першої.

4. Піонерами в сфері законодавчого регулювання лобізму стали країни Північної Америки, американська модель пройшла довгий шлях становлення та трансформації, сьогодні вона має низку таких характеристик: функціонування окремого комплексного закону, що визначає лобіювання, встановлює вимоги до лобістів з обов'язкової реєстрації та періодичної звітності, поділ лобістів за категоріями, триланкова система лобістських контактів (клієнт – лобіст – орган влади), обмеження лобістської діяльності для колишніх державних службовців, інноваційність системи реєстрації та надання звітів он-лайн, доступність цієї інформації для громадськості, підвищений моніторинг за лобістськими контактами з боку суспільства доповнення правових вимог нормами етичної поведінки лобістів, а в США і посадовців.

Ключовими для лобістів залишаються такі сфери економіки, як енергетика, фармацевтика, промисловість, будівництво, міжнародна торгівля, медицина, IT-сфера, сільське господарство тощо, лобіюванню в яких протистоять суспільні інтереси (охорона навколишнього середовища, захист прав людини, інтереси етносів, інших меншин та різноманітних громадських рухів та організацій), з перевагою у протистоянні перших. Ці групи спрямовують свій вплив як на законодавчі, так і на виконавчі органи влади, крім того в США існує механізм опосередкованого впливу і на судові структури через так звані «записки друзів суду».

5. Регулювання лобіювання в Європі починає розроблятися значно пізніше за країни Північної Америки. На сучасному етапі воно функціонує на двох рівнях: на національному рівні окремих держав та на наднаціональному рівні в межах Європейського Союзу.

Швидкі темпи європейської інтеграції, створення наднаціональних центрів прийняття рішень в межах Європейського Союзу перетворили Брюссель на другий після Вашингтону лобістський центр світу. Правове поле лобіювання в Європейському Союзі засноване на континентальній моделі, передбачає м'який тип регулювання цієї діяльності. Функціонування інституту лобізму в ЄС також характеризується низкою особливостей, серед яких: відсутність лобінгового законодавства (правила та принципи лобістської діяльності встановлені Міжінституційною угодою, укладеною Європарламентом та Єврокомісією в 2011 році, що встановлює добровільний реєстр лобістів та кодекс поведінки), суспільний контроль за лобіюванням, розвинута практика фінансування структурами ЄС неурядових організацій, позитивна динаміка кількості лобістів, перевага внутрішніх лобістів над лобістами-консультантами, центральне місце Європарламенту та Єврокомісії як об'єктів впливу, широке географічне охоплення суб'єктів лобіювання, що представляють інтереси всіх регіонів світу з переважною більшістю установ, зареєстрованих в ЄС, розвиток галузевих асоціацій як суб'єктів лобі-діяльності, що об'єднують інтереси великих європейських компаній у різних сферах економіки, домінування серед суспільних інтересів таких сфер, як захист навколишнього середовища, регіональних інтересів, інтересів споживачів та громад, асиметрія ефективності впливу промислових інтересів над суспільними.

Країни-члени ЄС мають різні підходи до регулювання лобіювання. Окремі правила та норми щодо лобіювання ухвалені тільки 16 країнами, серед них сім обрали американську модель регулювання, ухваливши окремий закон у цій сфері (Великобританія, Ірландія, Франція, Австрія, Литва, Польща; лобінгове законодавство та реєстр Угорщини, ухвалене в 2006 році, через свою неефективність були скасовані в 2011 році), для інших 9 країн характерні саморегуляція лобістів та м'які механізми контролю континентальної моделі (Німеччина, Італія, Іспанія, Нідерланди, Фінляндія, Чехія, Хорватія, Латвія, Румунія). Інші 12 країн-членів не мають ні окремого

законодавства, ні кодексу поведінки, ні реєстра лобістів. Моделі регулювання лобіювання у Великобританії та Франції є прикладами трансформації в англосаксонську модель із збереженням рис континентальної. Одними з найбільш м'яких є вимоги до лобістів у Німеччині. Досвід посткомуністичних держав-членів ЄС значно відрізняється моделями регулювання лобізму від інших країн ЄС і свідчить про те, що технічне перенесення запозиченої американської моделі регулювання не є ефективним. Для досягнення більш прозорого та етичного лобіювання у цих державах необхідна подальша освітня та просвітницька діяльність, підготовка професійних лобістів, адаптування правових механізмів до національних особливостей.

б. Розвиток законодавчих ініціатив щодо регулювання лобізму в Україні пройшов декілька етапів і у певній мірі детермінований суспільно-політичними обставинами та характером відносин влади і суспільства у різні періоди сучасної української державності.

На першому етапі (кінець 1990-х рр.) зміст і характер відповідних законопроектів відповідали умовам новоствореної олігархічної економіки і політичної системи і були покликані не тільки унормувати лобістську діяльність, а певним чином легітимізувати зв'язок бізнесу та політики.

На другому етапі (2000 – початок 2010-х рр.) спроби правового закріплення лобізму характеризувалися намаганням надати більшій публічності цьому процесу, запровадити громадське обговорення, що, проте, не позначилося прийняттям відповідного закону. У період президентства В. Януковича невдалі спроби легалізувати лобізм вписувалися в загальну мейнстримну тенденцію «показових» реформ, які повинні були завуалювати посилення авторитарно-олігархічної сутності влади.

Третій етап розпочався після Революції Гідності (2013 – 2014 рр.) і відбувався в умовах певної демократизації політичної системи, формування антикорупційного законодавства і враховуючи рекомендації європейських партнерів.

Зміст законодавчих ініціатив характеризувався посиленням прозорості та вимогливості до суб'єктів лобіювання, розширенням (хоча і формальним) об'єктів лобіювання. При цьому, на наш погляд, не стільки недоліки зазначених законопроектів, скільки опір тих сил, які звикли до незаконного та часто корупційного лобіювання, відіграє ключову роль у відсутності його правового регулювання на сьогоднішній день.

7. По відношенню до двох моделей лобізму – англосаксонської та континентальної (європейської), український лобізм, враховуючи відсутність законодавчого врегулювання, офіційно визначеного та зареєстрованого переліку суб'єктів лобіювання тощо, займає місце ближче до європейської моделі. З точки зору виокремлення плюралістичного та корпоративістського підходу до лобіювання український лобізм відповідає більшості критеріїв корпоративістського підходу з фактичною монополією на лобізм з боку олігархічних груп і державних структур (як внутрішніх лобістів). Відсутність прозорості і правового врегулювання лобізму, наявність у ньому корупційної складової зумовлює його визначення як «тіньового» або «нецивілізованого», хоча останнє визначення є наближеним більше до емоційної публіцистики ніж до академічного дискурсу. Методи і технології лобізму в Україні доцільно розділити на публічні та тіньові. При цьому слід пам'ятати, що публічні методи часто можуть містити елементи тіньового закулісного лобізму (джинса, підкуп депутатів тощо).

8. На основі проведеного аналізу закордонного досвіду становлення, регулювання та тенденцій функціонування лобізму, а також вивчення сучасних умов та особливостей лобіювання в Україні, можна виділити такі перспективні шляхи розвитку українського лобізму:

– риса українського лобізму щодо його негативного сприйняття громадськістю потребує проведення просвітницької діяльності, спрямованої на роз'яснення сутності цього поняття, його значення в процесі протидії корупції та підвищення прозорості політичного процесу; для цього також

необхідним вбачається залучення неурядових організацій різного спрямування;

– незважаючи на невдалі спроби законодавчого оформлення лобіювання в Україні, все ж ухвалення закону за прикладом американської моделі ми вважаємо необхідною умовою його інституціоналізації; доцільним є внесення до українського законодавства таких запозичень з американської моделі, як реєстрація та звітність лобістів, що забезпечує більш жорсткий та прозорий контроль за лобістськими контактами, дозволяє попередити відхід від правових норм;

– посилити громадський контроль за лобіюванням може дозволити запозичення із континентальної моделі інструментів контролю за посадовими особами, зокрема створення кодексів поведінки посадовців, їх звітності.

– виходу українського лобіювання «з тіні» сприятиме робота з потенційними лобістами, розширення сектору з надання професійних лобістських послуг, виокремлення якого вже спостерігається в Україні; проведення тренінгів та семінарів з новітніх провідних методів лобіювання із залученням досвідчених лекторів, підготовка кваліфікованих GR-спеціалістів у закладах вищої освіти в довгостроковій перспективі сприятиме підвищенню його прозорості;

– інституціоналізація лобіювання, підвищення ефективності його прозорих методів вимагає крім розробки лобінгового законодавства також паралельного впровадження та реалізації комплексного антикорупційного законодавства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Автономов А. С. Азбука Лоббирования. Москва: Права человека, 2004. 112 с.
2. Автономов А. С. Легальное лоббирование как антикоррупционные технологии. *Бизнес и власть в современной России: теория и практика взаимодействия*. Москва : Изд-во РАГС, 2010. URL: http://lobbying.ru/content/sections/articleid_6385_linkid_.html (дата звернення: 29.07.2019).
3. Аналіз Forbes: Найефективніші лобісти парламенту. URL: <http://forbes.net.ua/ua/nation/1373938-analiz-forbes-najefektivnishi-lobisti-parlamentu> (дата звернення: 29.07.2019).
4. Антоненко Т. Ф. Лоббизм. Понятие и способы регулирования. URL: <http://refdb.ru/look/2641919.html>.
5. Базилевич Д., Нестерович В. Становлення інституту лобіювання в Україні: основні принципи та підходи [розд. 1]. *Інститут лобіювання в Україні та за кордоном: походження, проблеми, перспективи розвитку*. Київ, 2015. URL: https://issuu.com/irf_ua/docs/dp-2015-10 (дата звернення: 29.07.2019).
6. Безпроз О. Печерний лобізм. URL: <http://kropyva.ck.ua/content/pechernii-lob-zm> (дата звернення: 6.08.2018).
7. Белоусов А. Б. Лоббизм в Европейском Союзе: корпорации vs НКО *Нучный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук*. 2014. Т. 14, вып. 3. С. 103–118.
8. Белоусов А. Б. Лоббизм как политическая коммуникация: основы теоретического моделирования : автореф. дис. ... канд. полит. наук: спец. 23.00.01. Екатеринбург, 2004. 23 с.

9. Биковець В. Лобізм у системі представництва інтересів. *Політичний менеджмент*. 2006. № 5. С. 44–52.
10. Богиня Т. Ю. Перспективи законодавчого регулювання інституту лобізму в Україні. *Держава і право. Юридичні і політичні науки*. 2013. Вип. 61. С. 498–504.
11. Большакова Ю. М., Большаков С. Н. Лоббизм и GR практики в странах Восточной Европы и Прибалтики: политико-социологический анализ. *Вестник Московского ун-та. Серия 18, Политология*. 2017. Т. 23, № 3. С. 174–199.
12. Бризіцький М. І. Загальнотеоретична характеристика правового механізму лобіювання. *Вісник Львівського університету. Серія юридична*. 2015. Вип. 61. С. 3–9.
13. Бурбело О. А. Лобізм в сучасній Україні. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2017. № 10. С. 24–29.
14. Бятец М. В. Лоббизм в правотворческой деятельности. *Правоведение*. 1998. № 1. С. 46–52.
15. В Украине никогда не было грани между лоббизмом и коррупцией. URL: http://newsradio.com.ua/rus/2013_03_28/V-Ukraine-nikогда-ne-bilo-grani-mezhdu-lobbizmom-i-korruptsiej-jekspert (дата звернення: 05.08.2018).
16. Васильева В. М. Лоббизм: проблемы теоретической интерпретации. *Мир и политика*. 2012. № 1. URL: <http://www.intelros.ru/readroom/mir-i-politika/mir-i-politika-1-2012/print:page,1,14007-lobbizm-problemy-teoreticheskoy-interpretacii.html> (дата звернення: 14.07.2019).
17. Васильева С. В. Международный и иностранный лоббизм: правовые очертания и ограничения. *Бизнес и власть в современной России: теория и практика взаимодействия*. Москва: Изд-во РАГС, 2010. URL: http://lobbying.ru/content/sections/articleid_6394_linkid_.html.
18. Васильева С. В. Цивилизованный лоббизм – средство или следствие борьбы с коррупцией? *Сравнительное конституционное обозрение*. 2008. № 4. С. 115–121.

19. Виговський Д. Суть лобізму як категорії політичної науки. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2008. Вип. 20. С. 42–48.
20. Виноградова Т. И. Лоббирование как социальная технология. *Lobbying.ru* : веб-портал. Опубл. 28.11.2002. URL: http://lobbying.ru/content/sections/articleid_1063_linkid_16.html (дата звернення: 02.07.2019).
21. Висновок Комітету з питань правової політики ВРУ щодо законопроекту «Про регулювання лобістської діяльності в Україні» від 08.02.2012 р. URL: http://lobbying.in.ua/VRU_law_committee_resolution (дата звернення: 17.10.2018).
22. Ворчакова І. Є. Проблеми та перспективи розвитку лобізму як політичного інституту в Україні. *Політикус*. 2016. Вип. 1. С. 88–91.
23. Ворчакова І. Є. Регіональний лобізм в сучасній політичній системі: проблеми теоретичного та прикладного характеру. *Політичне життя*. 2017. № 1–2. С. 27–32.
24. Вплив громадян на ухвалення політичних рішень / авт.-упоряд.: А. Карташов, М. Городок, С. Герасимчук. Київ, 2016. 76 с.
25. Вуйма А. Ю. Лоббирование. Как добиться от власти нужных решений. СПб. : Питер, 2008. 383 с.
26. Газізов М. М. Європейський досвід лобістської діяльності: уроки для України. *Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України*. 2015. № 4. С. 57–62.
27. Ганжуров Ю. Парламентське лобіювання в контексті політичної комунікації. *Політичний менеджмент*. 2005. № 4. С. 50–62.
28. Герасіна Л. Практики лобізму в політичному процесі України та світу: політико-соціологічний аспект. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2016. № 3. С. 6–17.
29. Гнатенко Н. Г. Інституціоналізація лобізму в Україні: історія та сучасність. *Гілея: Науковий вісник* : зб. наук. пр. 2016. Вип. 115. С. 434–438.

30. Гончаров А. Лоббизм по-українськи: американська чи європейська модель? *Gazeta.ua* : веб-сайт. Опубл. 15.09.2014. URL: <https://gazeta.ua/blog/45236/lobbizm-poukrainski-amerikanskaya-ili-evropejskaya-model> (дата звернення: 17.10.2018).
31. Горецька А. В. Закон про лобіювання як основа регламентації лобістської діяльності в Канаді. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2013. Вип. 114. С. 69–79.
32. Гоцуляк В. М. Формування правових засад політичного лобізму в Україні. *Гілея: Науковий вісник* : зб. наук. пр. 2016. Вип. 98. С. 391–394.
33. Гросфельд Е. В. Лоббизм и Governmental Relations: контуры теории. *Грани*. 2011. № 6. С. 137–139.
34. Гросфельд Е. В. Специфика лоббизма в системе представительства интересов общественности в политике в Украине. *Ученые записки Таврического Национального Университета им. В. И. Вернадского. Серия : Политические науки*. 2008. Т. 21. № 1. С. 145–154.
35. Гросфельд Е. В. Специфика отраслевого лоббизма в Украине: сущность, формы, технологи. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Історія. Філософія. Політологія*. 2011. Вип. 3. С. 183–186.
36. Гросфельд Е. В. Цивилизованный лоббизм как антикоррупционная технология. *Політичний менеджмент*. 2013. № 59. С. 70–77.
37. Гросфельд О. В. Становлення лобізму в сучасній Україні : дис. ... канд. політ. наук: спец. 23.00.02. Сімферополь, 2009. 209 с.
38. Данилюк розповів, як Кононенко лобіював йому заступника. *Економічна правда* : веб-сайт. Опубл. 04.06.2018, 09:55. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/06/4/637415/> (дата звернення: 12.07.2019).
39. Данков А. Н., Шамко О. А. Политическая экономия лоббирования: формирование экономической политики под влиянием групп интересов в демократической системе. Москва, 2006. 64 с.

40. Денисюк А. В. Громадський лобізм в Україні: проблеми і перспективи розвитку. *Гілея: Науковий вісник* : зб. наук. пр. 2015. Вип. 102. С. 403–406.
41. Держалюк О. М. Роль парламентських комітетів у відносинах між парламентом і урядом в Україні. *Стратегічні пріоритети*. 2013. № 4. С. 91–100.
42. Дискусія щодо перспектив інституалізації лобіювання в Україні. *Checkpoint Business Media* : веб-сайт. Опубл. 15.11.2016, 18:00. URL: <https://skr.in.ua/events/14203> (дата звернення: 15.05.2018).
43. Євгенєва А. Законодавче регулювання лобістської діяльності. *Парламент*. 2004. № 1. С. 32–39.
44. Заграевский С. В. О возможных способах борьбы с коррупцией в России. URL: <http://www.zagraevsky.com/corruption.htm> (дата звернення: 14.07.2019).
45. Закон о лоббировании в Украине: безнадежная попытка или серьезные намерения? *Ukrainelobbying.com.ua* : веб-сайт. Опубл. 10.10.2017, 14:37. URL: <http://ukrainelobbying.com.ua/articles/315-zakon-o-lobbirovanii-v-ukraine-beznadezhnaya-popytka-ili-sereznyie-namereniya.html> (дата звернення: 10.05.2018).
46. Законодавче регулювання лобістської діяльності (досвід країн Європейського Союзу та Сполучених Штатів Америки): Інформаційна довідка, підготовлена Європейським інформаційно-дослідницьким центром на запит народного депутата України / підгот. А. Паршикова. URL: <http://euinfocenter.rada.gov.ua/uploads/documents/28920.pdf>.
47. Зарубежный опыт правового регулирования лоббистской деятельности в органах законодательной власти / подгот. Е. М. Заславская. Москва, 2003. 35 с. (Аналитический вестник ; вып. 25). URL: <http://www.gr.ru/content/53>.
48. Звідки у працівників апарату Верховної Ради зарплата у 100 тисяч гривень. *24tv.ua* : веб-сайт. Опубл. 21.11.2017, 21:20. URL: https://24tv.ua/zvidki_u_pratsivnikiv_aparatu_verhovnoyi_radi_zarplata_u_100_tisyach_griven_n892642 (дата звернення: 18.09.2018).

49. Зернова А. Легітимація лобізму в Україні, або Чи далі залишатися з корупцією? *24tv.ua* : веб-сайт. Опубл. 11.12.2017, 12:02. URL: https://24tv.ua/legitimatsiya_lobizmu_v_ukrayini_abo_chi_dali_zalishatisya_z_koruptsiyeyu_n899678 (дата звернення: 11.08.2018).
50. Зибачинский И. Ближе к телу. *Lobbying.in.ua* : веб-портал. URL: <http://lobbying.in.ua/content/blizhe-k-telu> (дата звернення: 11.08.2018).
51. Зущик Ю. Лоббизм в Украине. URL: <http://www.ucipr.kiev.ua/publications/lobbizm-v-ukraine-chastina-i> (дата звернення: 29.07.2019).
52. Зяблюк Н. Г. Лоббизм в США как политический институт. *США. Экономика. Политика. Идеология*. 1995. № 1. С. 51–56.
53. Інститут лобіювання в Україні та за кордоном: походження, проблеми, перспективи розвитку : наук.-інформаційне вид. Київ, 2015. 111 с.
54. Каневский П. С. Национальные модели лоббизма: типы и механизмы функционирования. *Вестник МГУ. Серия 18, Политология и социология*. 2013. № 3. С. 121–129.
55. Каневский П. С. Проблема концептуализации неформальных институтов власти на примерах лоббизма. *Вестник Московского университета. Серия 12, Политические науки*. 2016. № 6. С. 54–60.
56. Карпенко О. Цивілізований лобізм як механізм державного регулювання взаємовідносин бізнес-еліти та органів публічної влади в Україні. *Україна: події, факти, коментарі*. 2011. № 5. С. 41–47.
57. Качура Д. Як Коломойський та Найєм вирішили приватизувати. *Депо.ua* : веб-сайт. Опубл. 06.10.2016, 13:00. URL: <https://www.depo.ua/ukr/politics/yak-kolomoyskiy-ta-nayem-virishili-privatizuvati-lobizm-06102016130000> (дата звернення: 06.10.2019).
58. Киселев К. Лоббизм: методы легального влияния. *Чиновник*. 2002. № 6. С 22–28.
59. Кіянка І. Взаємодія держави і груп тиску в сучасному політичному процесі України. *Демократичне врядування* : наук. вісник. 2009. Вип. 4. URL:

http://lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnik4/fail/+Kijanka.pdf (дата звернення: 06.10.2019).

60. Коляса О. Групи інтересу в системі «держава – громадянське суспільство». *І: Незалежний культурологічний часопис*. 2001. № 21. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n21texts/kolasa.htm>.

61. Комітет з питань бюджету. *Верховна Рада України*: офіц. веб-сайт. URL: <http://budget.rada.gov.ua/> (дата звернення: 08.09.2018).

62. Конвенція з боротьби з підкупом посадових осіб іноземних держав у разі проведення міжнародних ділових операцій. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_154 (дата звернення: 31.07.2019).

63. Конвенція ООН проти корупції. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_c16 (дата звернення: 29.07.2019).

64. Конишев В. Н., Сергунин А. А. О понятийном аппарате в исследованиях феномена лоббизма. *Вестник Балтийского федерального университета им. Канта*. 2011. Вып. 6. С. 100–107.

65. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 10.05.2018).

66. Корнієнко В. О., Годний С. П. Політичне лобіювання в Україні: теоретична підойма та практичні реалії. *Політичне життя*. 2016. № 1–2. С. 36–41.

67. Косопкин А. Корпоративные основы лоббистской деятельности. URL: http://www.allrus.info.ru/main.php?ID=203322&arc_new=1.

68. Крамченков С. И. Институционализация лоббизма в современной России: автореф. дис. ... канд. социол. наук: спец. 22.00.04. Москва, 2012. 24 с.

69. Краснящих П. Г. Лоббизм в Украине. *Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Серія: Соціологічні науки*. 2009. Т. 12, № 1. С. 23–28.

70. Крастєв І. Антиліберальна революція у Східній Європі. *Zbruc.eu* : веб-сайт. Опубл. 02.05.2018. URL: <https://zbruc.eu/node/79307> (дата звернення: 12.09.2018).
71. Кривецький О. Закон «Про лобізм» – удар по корупції в Україні. URL: http://nbuvipar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2545:zakon-pro-lobizm&catid=8&Itemid=350 (дата звернення: 12.05.2018).
72. Кримінальна конвенція про боротьбу з корупцією. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_101 (дата звернення: 31.07.2019).
73. Кузнецов Г. С. Политический лоббизм: мировой опыт. URL: <http://www.nirsi.ru/69> (дата звернення: 14.07.2019).
74. Кулакова Т. А. Government Relations в процессе принятия политических решений. *Политэкс*. 2005. С. 23–28.
75. Курчевска У. Лоббизм в Европейском Союзе. *Европа*. 2002. Т. 2. № 3. С. 119–150. URL: <http://www.lobbyists.ru/eu/2.pdf> (дата звернення: 14.07.2019).
76. Кутишенко О. Дослідження: як олігархи впливають на економіку України. *LB.ua* : веб-сайт. Опубл. 27.03.2017, 12:10. URL: https://lb.ua/economics/2017/03/27/362142_doslidzhennya_yak_oligarhi_vplivayut.html (дата звернення: 01.08. 2019).
77. Куценко О. Структурування інтересів економіко-політичних еліт у процесі перетворень в Україні. *Політичний менеджмент*. 2005. № 1. С. 78–89.
78. Кучма П. Лобіювання у Польщі. *Lobbying.in.ua* : веб-портал. URL: http://lobbying.in.ua/sites/default/files/files/story_files/Article%20and%20law%20ukr.pdf (дата звернення: 14.07.2019).
79. Лавренов Д. А. Основні моделі політичного лобіювання та їх особливості. *Гілея: Науковий вісник* : зб. наук. пр. 2015. Вип. 94. С. 358–362.
80. Леви Д. А. Современное лоббирование в Европейском Союзе: в поисках общих ценностей и точек соприкосновения. СПб : Сезам-принт. 2009. 182 с.
81. Лепехин В. А. Лоббизм. Москва : Рос. юрид. изд. дом, 1995. 116 с.

82. Лоббизм в России: этапы большого пути / А. А. Нецадин, А. Я. Блохин, В. В. Верещагин и др. *Социологические исследования*. 1996. № 3. С. 54–62.
83. Лоббизм в США: как осуществляется лоббизм в США и что можно позаимствовать для России / Исслед. группа Terra America. Москва, 2013. 82 с.
84. Лоббистам разрешат официально брать деньги за продвижение законов. *Delo.ua* : веб-сайт. Опубл. 06.10.2016, 13:00. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/lobbistam-razreshat-oficialno-brat-dengi-za-prodvizhenie-zakono-174792/> (дата звернення: 13.03.2019).
85. Лопата М. Лобіювання: світова практика та українські реалії. *Політична наука в Україні: стан і перспективи* : матеріали всеукр. наук. конф., м. Львів, 10 – 11 трав. 2007 р. Львів : ЦПД, 2008. URL: <http://postua.info/lopata.htm> (дата звернення: 14.07.2019).
86. Лубинец Д. В. К вопросу о законодательном урегулировании лоббизма в Украине. *Perspectivele și Problemele Integrării în Spațiul European al Cercetării și Educației* : conferință științifică internațională, Cahul, Moldova, 7 iunie 2018. Cahul, 2018. Vol. 1. P. 56–60.
87. Лубинець Д. В. Англосаксонська та континентальна моделі регулювання лобізму: порівняльний аналіз. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Історія. Політологія*. 2018. Вип. 21. С. 190–196.
88. Лубинець Д. В. До питання про типологію українського лобізму. *Політикус*. 2019. Вип. 4. С. 34–40.
89. Лубинець Д. В. Лобіювання в демократичному суспільстві (на прикладі Великобританії). *Тенденції розвитку сучасної системи міжнародних відносин та світового політичного процесу* : зб. матеріалів ІХ всеукр. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 24 трав. 2019 р. Маріуполь : МДУ, 2019. С. 106–110.
90. Лубинець Д. В. Правове регулювання лобістської діяльності в європейському союзі. *Правова доктрина: міжнародний досвід та практична*

реалізація в Україні : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 22 трав. 2019 р. С. 135–138.

91. Лубінець Д. В. Проблема лобізму в українській історіографії. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія.* 2019. Вип. 26. С. 150–164.

92. Лубінець Д. В. Суб'єктна детермінація лобістської діяльності в європейському союзі. *Особливості інтеграції країн у світовий економічний та політико-правовий простір* : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 7 груд. 2018 р. Маріуполь : МДУ, 2018. С. 5–7.

93. Лубінець Д. В. Теоретичні підходи до поняття лобіювання та його типології. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Історія. Політологія.* 2018. Вип. 22–23. С. 226–235.

94. Лубінець Д. В. Типологія лобізму в сучасній політичній літературі. *Тенденції розвитку сучасної системи міжнародних відносин та світового політичного процесу* : зб. матеріалів VIII Всеукр. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 25 трав. 2018 р. Маріуполь : МДУ, 2018. С. 171–175.

95. Лубінець Д. В. Французька модель регулювання лобістської діяльності. *Україна у світовому історичному просторі* : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 26 квіт. 2019 р. Маріуполь : МДУ, 2019. С. 113–116.

96. Лубінець Д. В., Трофименко А. В. Основні тенденції становлення та функціонування лобіювання в США. *Історико-політичні проблеми сучасного світу* : зб. наук. ст. 2019. Вип. 39. С. 156–163.

97. Любимов А. П. История лоббизма в России. Москва : Либеральная миссия, 2005. 208 с.

98. Лянной И. Совет да лоббизм. *Lobbying.in.ua* : веб-портал. Опубл. 27.03.2009. URL: <http://lobbying.in.ua/content/sovets-da-lobbizm> (дата звернення: 27.03.2019).

99. Малько А. В. Лоббизм. *Lobbying.ru* : веб-портал. Опубл. 22.12.1995. URL: http://lobbying.ru/content/sections/articleid_601_linkid16.html.

100. Малько А. В. Лоббизм. *Общественные науки и современность*. 1995. № 4. С. 58–65.
101. Мацкевич Р. М. Політико-правові засади формування інституту лобізму в Україні : дис... канд. політ. наук: спец. 23.00.02. Одеса, 2008. 193 с.
102. Международный опыт регулирования лоббистской деятельности. *Юрист*. 2010. № 8. URL: <https://journal.zakon.kz/217212-mezhdunarodnyjj-opuyt-regulirovaniya.html> (дата звернення: 14.07.2019).
103. Миндагулов А. Х. Цивилизованный лоббизм как способ узаконения коррупции. *Евразийский юридический журнал*. 2010. № 7. С. 100–104.
104. Минченко Е. Что такое лоббистские компании и как они работают? *Лоббирование и GR* : веб-портал. Оpubл. 21.11.2016. URL: <https://lobby.in.ua/2016/11/21/chto-takoe-lobbistskie-kompanii-i-kak-oni-rabotayut/> (дата звернення: 11.09.2018).
105. Минченко Е. Н., Студеникин Н. В. Современные тенденции в технологиях лоббизма. *Stratagama.org* : веб-сайт. Оpubл. 21.05.2004. URL: http://www.stratagama.org/publications/lobby/item_68.html (дата звернення: 14.07.2019).
106. Михеева Е. Лоббирование: мифы и реальность. *Lobbying.ru* : веб-портал. Оpubл. 26.06.2002. URL: http://lobbying.ru/index.php?article_id=431 (дата звернення: 14.07.2019).
107. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_043#Text (дата звернення: 31.07.2019).
108. Мунтян М. А. Лоббизм и лоббистская деятельность. URL: <http://www.viperson.ru/data/200710/politiceskiilobbizm.doc> (дата звернення: 14.07.2019).
109. Недюха М., Федорін М. Лобізм як соціально-політичний феномен: сутність і засоби впливу. *Віче*. 2010. № 4. С. 12–15. URL: <http://veche.kiev.ua/journal/1857/> (дата звернення: 11.09.2018).
110. Немчинов І. Лобіювання як форма діалогу з владою. *Контекст*. 2002. № 2. С. 9–12.

111. Нестерович В. Ф. Конституційно-правові засади інституту лобіювання: зарубіжний досвід та перспективи для України : монографія. Луганськ : РВВ ЛДУВС імені Е.О. Дідоренка. 2010. 752 с.
112. Нестерович В. Ф. Конституційно-правові засади системи реєстрації лобістів у Канаді. *Віче*. 2009. № 21. С. 23–26.
113. Нестерович В. Ф. Легітимація лобіювання в Україні: від ідеї до закону. *Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка*. 2015. Вип. 4. С. 36–46.
114. Нестерович В. Ф. Лобіювання як конституційно-правовий механізм захисту прав і свобод людини та громадянина. *Вісник Академії правових наук України*. 2010. № 3. С. 89–93.
115. Нестерович В. Ф. Основні підходи до визначення поняття «лобіювання». *Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка*. 2010. Вип. 1. С. 50–58.
116. Нестерович В. Ф. Типологія лобіювання у контексту сучасних політико-правових трансформацій. *Вибори та демократія*. 2009. № 4. С. 34–43.
117. Одарченко К. Адвокація і лобізм в Україні – який запит суспільства? *24tv.ua* : веб-сайт. Опубл. 21.12.2017, 12:02. URL: https://24tv.ua/advokatsiya_i_lobizm_v_ukrayini__yakiy_zapit_suspilstva_n90385 1 (дата звернення: 21.08.2018).
118. Одарченко К. В законі ли дело? Динаміка розвитку лоббізму в Україні. *Site.ua* : блог-платформа. URL: <https://site.ua/kateryna.odarchenko/5190/> (дата звернення: 21.08.2018).
119. Одінцова О. О. Створення механізму правового регулювання лобізму в сучасній Україні. *Економіка и право*. 2010. № 3. С. 40–45.
120. Основи демократії : навч. посібник / за заг. ред. А. Колодій. Київ : Ай-Бі, 2002. 684 с.

121. Павроз А. В. Government Relations как институт социально-политического взаимодействия. *ПОЛИТЭКС: Политическая экспертиза*. 2005. Вып. 2. С. 238–251.
122. Павроз А. В. Принципы и альтернативы правового регулирования лоббизма. *ПОЛИТЭКС: Политическая экспертиза*. 2014. Т. 10, № 4. С. 173–184.
123. Пасхавер О. Й., Верховодова Л. Т., Агеева К. М. Світовий досвід для України: взаємовідносини великого капіталу з владою і суспільством. Київ, 2007. 68 с. URL: <http://c-e-d.info/21.php> (дата звернення: 14.07.2019).
124. Перелік законопроектів, поданих до Верховної Ради восьмого скликання Кабінетом Міністрів України. *Офіційний сайт Кабінету Міністрів України*. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/.../sioma_sesiya.docx (дата звернення: 18.07.2019).
125. Піонтковська А. К. Лобізм: українські реалії та перспективи. *Наукові розвідки з державного та муніципального управління*. 2014. № 2. С. 310–331.
126. Похило І. Д., Буряченко О. В., Годний С. П. Олігархічний лобізм як відображення репутації політичної партії. *S.P.A.C.E.* 2017. № 5. С. 28–32.
127. Про громадські об'єднання : Закон України від 22.03.2012, № 4572-VI. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text> (дата звернення: 18.07.2018).
128. Про звернення громадян : Закон України від 02.10.1996, № 393/96-ВР. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 18.07.2018).
129. Про комітети Верховної Ради України : Закон України від 04.04.1995, № 116/95-ВР. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/116/95-%E2%F0#Text> (дата звернення: 18.07.2018).

130. Про Регламент Верховної Ради України : Закон України від 10.02.2010, № 1861-VI. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1861-17> (дата звернення: 18.07.2018).
131. Про Рішення Ради національної безпеки та оборони України від 31 жовтня 2008 року «Про стан протидії корупції в Україні» : Указ Президента України від 27 листоп. 2008 р. № 11012008. *Офіційний вісник України*. 2008. № 92. Ст. 3042.
132. Про статус народного депутата України : Закон України від 17.11.1992, № 2790-XII. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2790-12#Text> (дата звернення: 18.07.2018).
133. Проблеми легітимації інституту лобювання в Україні та шляхи їх розв'язання : матеріали громадського обговорення, м. Київ, 12 жовт. 2009 р. / авт.-упор. : В. Федоренко, Д. Базілевич, В. Нестерович, та ін. ; за заг. ред. В. Федоренка. Київ : СПД Москаленко О. М., 2009. 108 с.
134. Проект Закону про діяльність лобістів у Верховній Раді України. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=26076 (дата звернення: 12.07.2019).
135. Проект Закону про забезпечення прозорості та законності комунікації з суб'єктами владних повноважень. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62573 (дата звернення: 12.07.2019).
136. Проект Закону про лобізм. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=60052 (дата звернення: 20.09.2018).
137. Проект Закону про лобювання в Україні. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?skl=4&pf3516=3188 (дата звернення: 20.09.2018).

138. Проект Закону про правовий статус груп об'єднаних спільними інтересами (лобістських груп) у Верховній Раді України. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL:

http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=7028 (дата звернення: 20.09.2018).

139. Проект Закону про публічну адвокацію. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL:

http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?id=&pf3511=60943 (дата звернення: 19.07.2019).

140. Проект Закону про регулювання лобістської діяльності в Україні. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL:

http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=7269&skl=7 (дата звернення: 19.10.2018).

141. Проект Закону України про вплив громадськості на прийняття нормативно-правових актів (про лобіювання). *Lobbying.in.ua* : веб-портал. Опубл. 26.07.2010, 10:34. URL: <http://www.lobbying.in.ua/node/9> (дата звернення: 14.07.2019).

142. Протигрипозна вакцинальна кампанія розпочалася з лобізму? URL: <http://www.vz.kiev.ua/protygrypoznava-vaktsynalna-kampaniya-rozpochalasya-z-lobizmu/> (дата звернення: 04.08.2018).

143. Пчелинцев С. Ф. Правовое регулирование лоббистской деятельности: канадские подходы. *Вопросы государственного и муниципального управления*. 2008. № 3. С. 74-81.

144. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН от 14 декабря 1990 г. N45/107 «Международное сотрудничество в области предупреждения преступности и уголовного правосудия в контексте развития». URL: <http://base.garant.ru/12123825/#ixzz3m53ZUQfj> (дата звернення: 30.07.2019).

145. Рейтерович І. В. Групи інтересів у системі громадянського суспільства в Україні. *Відкриті очі* : веб-сайт. Опубл. 06.01.2010. URL: <http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2010/01/blog-post.html> (дата звернення: 04.08.2018).

146. Савчук А. Відвідуваність засідань комітетів. URL: http://longread.opora.ua.org/3-roky-vr_vidviduvanist-komitetiv (дата звернення: 02.07.2019).
147. Сергєєв В. Лобізм в Україні: можливості неурядових організацій. *Політичний менеджмент*. 2007. № 3. С. 88–95.
148. Сергій Лещенко: Порошенко сильно втомився і часто неправильно розставляє пріоритети / бес. вели М. Каменєв, Н. Андрікевич. *РБК-Україна* : веб-портал. Опубл. 24.05.2016, 08:00. URL: <https://daily.rbc.ua/ukr/show/sergey-leshchenko-poroshenko-silno-ustal-1464024247.html> (дата звернення: 19.08.2018).
149. Сергунин А. А. Об уточнении понятия лоббизма. *Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов*. Опубл. 20.12.2010. URL: <http://www.jurnal.org/articles/2011/polit1.html> (дата звернення: 19.08.2018).
150. Сибіга І. Перспективи інституалізації лобізму в Україні. *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України*. 2012. Вип. 1. С. 235–244.
151. Скандальний законопроект про переділ фермерських субсидій спрямований на підпис Президенту. *Днепрcity.net* : веб-сайт. Опубл. 20.07.2018, 19:37. URL: <http://dneprcity.net/politics/skandalnij-zakonoproekt-pro-peredil-fermerskix-subsidij-spryamovaniy-na-pidpis-prezidentu/> (дата звернення: 14.08.2018).
152. Соратниця Порошенка проштовхує 3 мільярда пілґ Ахметову для створення десятка робочих місць. *NashiGroshi.org* : веб-сайт. Опубл. 25.07.2018. URL: <http://nashigroshi.org/2018/07/25/soratnytsya-poroshenka-proshtovhuje-3-milyarda-pilh-ahmetovu-dlya-stvorennnya-desyatka-robochyh-mists/> (дата звернення: 14.08.2018).
153. Стало відомо, хто може очолити Державну продовольчо-зернову корпорацію. *Gazeta.ua* : веб-сайт. Опубл. 30.01.2018, 14:23. URL: https://gazeta.ua/articles/economics/_stalo-vidomo-hto-mozhe-ocholiti-derzhavnu-prodovolchozernovu-korporaciyu/817799 (дата звернення: 12.08.2018).

154. Стрижакова Н.А. Недоліки лобіювання у суспільствах перехідного типу: сутність та причини. *Вісник СевДТУ: Серія : Політологія*. 2008. Вип. 91. С. 199–203.
155. Сумська В. В. Використання засобів масової інформації під час лобіювання інтересів в органах державної влади та органів місцевого самоврядування. URL: http://www.rusnauka.com/9_DN_2010/Gosupravlenie/61611.doc.htm (дата звернення: 12.08.2018).
156. Сумська В. В. Громадські слухання як інструмент лобіювання. URL: http://www.rusnauka.com/33_DWS_2010/33_DWS_2010/Gosupravlenie/74334.doc.htm (дата звернення: 12.08.2018).
157. Сумська В. В. Лобіювання як інструмент публічного врядування: зарубіжний досвід. *Теорія та практика державного управління*. 2011. Вип. 4. С. 491–497.
158. Сумська В. В. Передумови та етапи інституціоналізації лобіювання. URL: http://www.rusnauka.com/7_NMIW_2011/Gosupravlenie/2_80523.doc.htm (дата звернення: 12.08.2018).
159. Сумська В. В. Теоретичні підходи до визначення поняття «лобіювання». URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2010-2/doc/4/03.pdf> (дата звернення: 04.08.2018).
160. Сырунина Т. М. Лоббирование: согласование частных интересов. *Сравнительное конституционное обозрение*. 2008. № 4. С. 122–130.
161. Сырунина Т. М. Цивилизованный лоббизм: основные элементы правоотношения. *Сравнительное конституционное обозрение*. 2007. № 4. С. 15–21.
162. Табакера В. Суб'єкти та об'єкти лобістської діяльності у Верховній Раді України. URL: <https://polis.oa.edu.ua/article/students/2010/tabakeraSubjektyIObjektyLobistskojiDijalnostiUVR.doc> (дата звернення: 12.08.2018).

163. Телешун С. Політико-економічні інтереси «груп впливу» та «лобізм по-українськи» (окремі аспекти). *Право України*. 2008. № 3. С. 105–110.
164. Тихомирова Е. В. Лоббизм как специфическая форма коммуникации с общественностью. *Вестник Московского университета. Серия 18, Социология и политология*. 2002. № 3. С. 113–127.
165. Тихомирова Є. Лобізм як складова міжнародного PR. *Політичний менеджмент*. 2005. № 1. С. 143–151.
166. Тихомирова Є. Технологія зв'язків з владою: міжнародний досвід лобіювання. *Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини*. 2001. Вип. 6. С. 235–244.
167. Толстых П. А. Лоббизм как коррупционная технология. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. Тамбов, 2012. № 6 : в 2 ч., ч. 2. С. 205–214.
168. Толстых П. А. Субъектный статус лоббизма и Government Relations. *Lobbying.ru* : веб-портал. URL: <http://lobbying.ru/Dokuments/VAKTolstykh.pdf> (дата звернення: 12.08.2018).
169. Толстых П. А. Теория групп и теория лоббизма: соотношение научных концепций (Часть I). *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. Тамбов, 2013. № 2 : в 2 ч., ч. 1. С. 188–197.
170. Толстых П. А. Теория групп и теория лоббизма: соотношение научных концепций (Часть II). *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. Тамбов, 2013. № 2 : в 2 ч., ч. 2. С. 191–206.
171. Толстых П. А. Экономическая теория лоббизма: оценка экономической эффективности. *Современные исследования социальных проблем*. 2103. № 1. URL: http://journal-s.org/index.php/sisp/article/view/1201326/pdf_4 (дата звернення: 13.09.2019).

172. Топалова Є. Х., Кветкіна Н. В. Досвід інституціалізації лобістської діяльності в зарубіжних країнах: уроки та перспективи для України. *Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології* : зб. наук. пр. 2011. Вип. 2. С. 149–155.
173. Трофименко А. В. Інститут лобізму в Канаді: досвід для України : дис. ... канд. політ. наук: спец. 23.00.02. Маріуполь, 2015. 248 с.
174. Трофименко А. В. Концептуальні підходи до розуміння лобізму. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Історія, Політологія*. 2014. Вип. 10. С. 112–123.
175. Трофименко А. В. Нормативно-правові основи лобістської діяльності в Канаді. *Гілея : Науковий вісник* : зб. наук. пр. 2014. Вип. 84. С. 542–547.
176. Трофименко А. В. Проблеми інституціалізації лобізму в Україні. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Історія, Політологія*. 2014. Вип. 11. С. 203–212.
177. Трофименко А. В. Тенденції розвитку інституту лобізму в політичній системі Канади. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Історія, Політологія*. 2016. Вип. 15. С. 223–235.
178. Трофімцева О. Лобіювання – це не лайливе слово, а важлива робота. URL: <http://agroportal.ua/ua/views/blogs/lobbirovanie-eto-ne-rugatelnoe-slovo-a-vazhnaaya-rabota/> (дата звернення: 14.08.2018).
179. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011/page (дата звернення: 01.05.2018).
180. «Україна» та «Інтер» є лідерами за кількістю «джинси» у передвиборчий період – моніторинг ГО «Телекритика». *Media Sapiens* : веб-сайт. Опубл. 06.08.2015, 17:37. URL: https://ms.detector.media/go_detector_media/news/ukraina_ta_inter_e_liderami_za

_kilkisty_u_dzhinsi_u_perevborchiy_period_monitoring_go_telekritika/ (дата звернення: 14.07.2019).

181. Фарнель Ф. Ж. Лоббирование: стратегии и техники вмешательства. Les Éditions d'Organisation, 1994. 118 с. URL: http://www.frankfarnel.com/wp-content/uploads/2011/08/lobbying_russian-v.pdf.

182. Федоренко В. Л. Запровадження інституту лобіювання в Україні: законодавчі та державно-управлінські аспекти. *Вісник Національної академії державного управління*. 2010. № 1. С. 205–213.

183. Федоренко В. Л. Перспективи легітимації інституту лобіювання в Україні: теоретико-методологічні та нормопроектні аспекти. *Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка*. 2014. Вип. 3–4. С. 50–62.

184. Федоренко В. Л., Нестерович В. Ф. Інститут лобіювання у країнах західної демократії та перспективи його легітимації в Україні. *Бюлетень Міністерства юстиції України*. 2009. № 9. С. 13–25.

185. Фельдман П. Я. К вопросу о классификации лоббистских технологий. *Власть*. 2012. № 4. С. 111–114.

186. Фельдман П. Я. Социальный лоббизм: сущность явления и инструменты реализации. *Мир и политика*. 2012. № 2. С. 94–98.

187. Філіповський В. Актуальність лобізму в Україні скрізь призму реформування політичної системи. URL: <http://politiko.ua/blogpost39733>.

188. Хелмке Г., Левитски С. Неформальные институты и сравнительная политика. *Прогнозис*. 2007. № 2. С. 188–211.

189. Хто кого лобіює в українському парламенті. *Четверта влада* : веб-портал. Опубл. 19.07.2010, 10:32. URL: <http://4vlada.net/vlast/khto-kogo-lob-yu-v-ukra-nskomu-parlament> (дата звернення: 12.08.2018).

190. Червоненко В. Карта олігархів України та їх вплив на владу. *BBC News Україна* : веб-сайт. Опубл. 27.03.2015. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2015/03/150326_oligarch_ukraine_map_v с (дата звернення: 27.07.2018).

191. Чечеткина А. Е. Модели регулирования лоббистской деятельности. *Молодой ученый*. 2016. № 8. С. 782–785.
192. Чувардинський О. Групи інтересів у громадянському суспільстві. *Політичний менеджмент*. 2007. № 3. С. 78–87.
193. Юрист Синичкина: В Украине 85–90% рынка лоббизма – это теневые расходы и доходы, коррупция, откаты и кулуарные договоренности / бес. Е. Посканная. *Гордон* : веб-портал. Опубл. 28.03.2016, 10:01. URL: <http://gordonua.com/publications/yurist-sinichkina-v-ukraine-85-90-rynka-lobbizma-eto-tenevye-rashody-i-dohody-korruptsiya-otkaty-i-kuluarnye-dogovorennosti-124892.html> (дата звернення: 29.07.2019).
194. A Significant Part of Duties («The 20% Rule»). *Lobbycanada.gc.ca* : web-site. URL: <http://www.ic.gc.ca/eic/site/012.nsf/eng/00115.html> (дата звернення: 24.10.2019).
195. ALTER-EU Coalition : official web-site. URL: <https://www.alter-eu.org> (дата звернення: 14.07.2019).
196. Anderson E. Transparency: Germany 'very poor' on lobbying. *TheLocal.De* : web-site. Publ. 15.04.2015, 17:41. URL: <https://www.thelocal.de/20150415/transparency-germany-very-poor-on-lobbying> (дата звернення: 24.10. 2019).
197. Annual Report 2017–2018. *Lobbycanada.gc.ca* : web-site. URL: https://oclc.ca/eic/site/012.nsf/eng/h_00918.html (дата звернення: 14.07.2019).
198. Annual Report on the operations of the Transparency Register 2019. URL: <https://www2.europarl.europa.eu/at-your-service/files/transparency/en-annual-report-on-the-operations-of-the-transparency-register-2019.pdf> (дата звернення: 05.03.2020).
199. APPC Code of Conduct. URL: <https://www.prca.org.uk/sites/default/files/APPC%20Code%20of%20Conduct.pdf> (дата звернення: 14.07.2019).
200. Bauer E., Thiel M., Vlad I. New lobbying law in France. European Union, 2018. (European Parliament Research Service, July 2018). URL:

- [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/625104/EPRS_BRI\(2018\)625104_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/625104/EPRS_BRI(2018)625104_EN.pdf) (дата звернення: 24.10.2019).
201. Bentley A. *The Process of government. A study of social pressures.* Chicago : The University of Chicago Press, 1908. 534 p. URL: <https://archive.org/stream/processofgovernm00bent#page/n9/mode/2up> (дата звернення: 24.10.2019).
202. Boring N. *Lobbying Disclosure Laws: France.* *Library of Congress* : web-site. URL: <https://www.loc.gov/law/help/lobbying-disclosure/france.php> (дата звернення: 24.10.2019).
203. Bowers P., Gay O., Pyper D. *Transparency of Lobbying, Non-Party Campaigning and Trade Union Administration Bill.* *Researchbriefings.Parliament.Uk* : web-site. Publ. 27.08.2013. URL: <http://www.parliament.uk/briefing-papers/RP13-51/transparency-of-lobbying-nonparty-campaigning-and-trade-union-administration-bill> (дата звернення: 24.10.2019).
204. Campos. N. F., Giovannoni F. *Lobbying, Corruption and political influence.* *Public Choice.* 2007. Vol. 131. No. 1. P. 1–21.
205. *Canadian League of Lobbyists* : web-site. URL: <http://www.canadianleagueoflobbyists.com> (дата звернення: 24.10.2019).
206. *Chambers and associations.* *Deutschland.de* : web-site. Publ. 14.08.2012. URL: <https://www.deutschland.de/en/topic/business/globalization-world-trade/chambers-and-associations#> (дата звернення: 14.07.2019).
207. Chambers A. *The Lobbying of the EU. How to achieve greater transparency.* Civitas : Institute for the Study of Civil Society, 2016. 28 p. URL: <http://www.civitas.org.uk/content/files/Anthony-Chambers-EU-lobbying.pdf> (дата звернення: 14.07.2019).
208. Chari R., Hogan J., Murphy G. *Regulating lobbying: a global comparison.* URL: https://www.tcd.ie/policy-institute/assets/pdf/Chari_Murphy.pdf (дата звернення: 14.07.2019).

209. Code of Conduct. *Transparency Register of the EU*: web-site. URL: http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/staticPage/displayStaticPage.do;TRPUBLICID-prod=xu66VHLj8V9beSA4_hqWMQNzXHXKdO2vNCtoTTXEQRpG3PasTCaI!-650585841?locale=en&reference=CODE_OF_CONDUCT (дата звернення: 29.07.2019).
210. Code of Lobbying Ethics / Association of Government Relations Professionals. URL: <https://raylebov.com/wordpress/wp-content/uploads/2016/09/RG-AGRPcodeofethics.pdf> (дата звернення: 29.07.2019).
211. Communication from the Commission – Consultation document: Towards a reinforced culture of consultation and dialogue – Proposal for general principles and minimum standards for consultation of interested parties by the Commission. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52002DC0277> (дата звернення: 30.07.2019).
212. EU lobbyist register: “People have the right to expect transparency». *European Parliament. News*: web-site. Publ. 22.05.2018, 10:50. URL: <http://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/eu-affairs/20180522STO04013/eu-lobbyist-register-people-are-entitled-to-transparency> (дата звернення: 29.07.2019).
213. Federal Election Campaign Act 1971. URL: <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/STATUTE-86/pdf/STATUTE-86-Pg3.pdf> (дата звернення: 1.05.2019).
214. Finally, Making Mandatory a Register for Corporate Lobby Groups in the EU. *Leiden International Review*. 2018. URL: <https://www.leideninternationalreview.com/2018/03/30/finally-making-mandatory-a-register-for-corporate-lobby-groups-in-the-eu/> (дата звернення: 29.07.2019).
215. Foreign Agents Registration Act 1938. URL: <https://www.justice.gov/nsd-fara/fara-index-and-act> (дата звернення: 1.05.2019).

216. France Reforms Lobbying Rules: Government to Impose Criminal Penalties / by Latham & Watkins LLP, 2 June 2017. URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=df56cdae-14c4-4d3a-a1cf-2c44034c5504> (дата звернення: 1.05.2019).
217. Furnas A. Transparency Case Study: Lobbying disclosure in Canada. *Sunlight Foundation* : web-site. Publ. 05.05.2014, 09:05. URL: <https://sunlightfoundation.com/2014/05/05/transparency-case-study-lobbying-disclosure-in-canada> (дата звернення: 1.05.2019).
218. Giorno G. W. Taking a page from Canada's lobbying laws. *The Hill* : web-site. URL: <http://thehill.com/blogs/congress-blog/politics/141341-taking-a-page-from-canadas-lobbying-laws> (дата звернення: 1.05.2019).
219. Grosek K., Claros E. Regulation of Lobbying across the EU. Infographic. Union, 2016. 2 p. (European Parliament Research Service, December 2016). URL: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2016/595830/EPRS_ATA%282016%29595830_EN.pdf (дата звернення: 1.05.2019).
220. Hall P., Taylor R. Political science and the Three institutionalisms. *Political Studies*. 1996. Vol 44. Issue 5. pp. 936–957. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9248.1996.tb00343.x>.
221. Hall R. L., Deardorff A. V. Lobbying as Legislative Subsidy. *American Political Science Review*. 2006. Vol. 100, Issue 1. pp. 69–84 (дата звернення: 1.05.2019).
222. Holman C. Origins, Evolution and Structure of the Lobbying Disclosure Act. Washington, 2003. 18 p.
223. Interinstitutional Agreement on a mandatory Transparency Register 2016. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016PC0627> (дата звернення: 19.05.2019).
224. Joos K. Lobbying in the new Europe. Weinheim : Wiley-VCH, 2011. 244 p.
225. Kiros A. Lobbying is taboo in Sweden. *Network Europe*. 2007. URL: <http://www.networkeurope.org/feature/lobbying-is-taboo-in-sweden>.

226. Köppl P. The Austrian Lobbying – and Interest Representation Transparency Law / Austrian Public Affairs Association. Berlin, 2014. URL: http://www.paceurope.eu/wp-content/uploads/2014/06/Alpac_Austria.pdf (дата звернення: 1.05.2019).
227. Lobbying Act. *Justice Laws Website*. URL: <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/L-12.4/FullText.html>.
228. Lobbying and Interest Representation Transparency Act. URL: https://www.justiz.gv.at/file/2c948485398b9b2a013bae974daa1146.de.0/report_on_the_austrian_transparency_act2013.pdf?forcedownload=true (дата звернення: 31.07.2019).
229. Lobbying Data Summary. *OpenSecrets.org. Center for Responsive Politics* : web-site. URL: <https://www.opensecrets.org/lobby/> (дата звернення: 1.05.2019).
230. Lobbying Disclosure Act of the USA. *Public Law 104–65*. Dec. 19, 1995. URL: <http://www.lobbying.ru/docs/lda.pdf> (дата звернення: 1.05.2019).
231. Lobbying Landscape in Austria. *Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union* : web-site. Publ. 21.02.2015, 11:52. URL: <http://www.aalep.eu/lobbying-landscape-austria> (дата звернення: 1.05.2019).
232. Lobbying Landscape in France. *Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union* : web-site. Publ. 22.02.2015, 17:00. URL: <http://www.aalep.eu/lobbying-landscape-france> (дата звернення: 1.05.2019).
233. Lobbying Landscape in Germany. *Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union* : web-site. Publ. 21.02.2015, 17:42. URL: <http://www.aalep.eu/lobbying-landscape-germany> (дата звернення: 1.05.2019).
234. Lobbying Landscape in Hungary. *Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union* : web-site. Publ. 21.02.2015, 15:07. URL: <http://www.aalep.eu/lobbying-landscape-hungary> (дата звернення: 1.05.2019).

235. Lobbying Landscape in Lithuania. *Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union*: web-site. Publ. 24.02.2015, 12:29. URL: <http://www.aalep.eu/lobbying-landscape-lithuania> (дата звернення: 1.05.2019).
236. Lobbying Landscape in Poland. *Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union*: web-site. Publ. 23.02.2015, 15:43. URL: <http://www.aalep.eu/lobbying-landscape-poland> (дата звернення: 1.05.2019).
237. Lobbying Landscape in Slovenia. *Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union*: web-site. Publ. 20.02.2015, 14:06. URL: <http://www.aalep.eu/lobbying-landscape-slovenia> (дата звернення: 1.05.2019).
238. Loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique. *Legifrance, le service public de la diffusion du droit*: web-site. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000033558528&categorieLien=id> (дата звернення: 29.07.2019).
239. Lubinets D., Trofymenko A. Lobbying in the European Union: Supranational Level of Legal Regulation and Functioning. *Evropský politický a právní diskurz. No. 1 (February)*. 2020. P. 45–52.
240. Luneburg W. V. The Evolution of Federal Lobbying Regulation: Where We Are now and Where We Should Be Going. *McGeorge Law Review*. 2009. Vol. 41, No 1. pp. 85–130. URL: https://www.mcgeorge.edu/Documents/Publications/MLR4104_Luneburg_MASTER.pdf (дата звернення: 09.10.2018).
241. McKeown D. Who pays the piper? Rules for lobbying governments in Australia, Canada, UK and USA. Canberra : Parliamentary Library, 2014. 28 s. URL: http://parlinfo.aph.gov.au/parlInfo/download/library/prspub/3311485/upload_binary/3311485.pdf;fileType=application/pdf (дата звернення: 29.07.2019).

242. Ministerial code / Cabinet Office. January 2018. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/672633/2018-01-08_MINISTERIAL_CODE_JANUARY_2018__FINAL___3_.pdf (дата звернення: 29.07.2019).
243. Murphy G. Lobbying regulation in Ireland: Fool's errand or finest hour? *Journal of the Institute of Public Administration of Ireland*. 2017. Vol. 65, no. 2. pp. 127–144. URL: https://www.researchgate.net/publication/317835249_Lobbying_regulation_in_Ireland_and_Fool's_errand_or_finest_hour (дата звернення: 29.07.2019).
244. Office of the Commissioner of Lobbying of Canada : web-site. URL: <http://www.ocl-cal.gc.ca/eic/site/012.nsf/eng/home> (дата звернення: 29.07.2019).
245. Olson M. The Logic of Collective Action. Cambridge : Harvard University Press, 1971. 198 p. URL: http://books.google.com.ua/books?id=bH_fN60W85UC&pg=PA112&lpg=PA112&dq=Olson+M.+The+Logic+of+Collective+Action.+Cambridge&source=bl&ots=SCaj-5FmJd&sig=N91U2CAeFbWEh4NepnEgCr86pkw&hl=ru&sa=X&ei=hkEEVJOyKO7Q7AbIo (дата звернення: 29.07.2019).
246. Owusu A. Pressure Groups. *A Level Politics* : web-site. Publ. 20.11.2013. URL: <http://alevelpolitics.com/pressure-groups-uk> (дата звернення: 29.07.2019).
247. Pressure groups. Decision making in the United Kingdom. URL: <https://www.bbc.com/education/guides/zp6mmp3/revision/8>.
248. Pross A. Lobbying: Models for Regulation. Paris : OECD, 2007. 53 p. URL: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=GOV/PGC/ETH\(2007\)4&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=GOV/PGC/ETH(2007)4&docLanguage=En) (дата звернення: 24.10.2019).
249. Regulation of Lobbying Act 2015. *Lobbying.ie* : Official Site of the Regulator of Lobbying Ireland. URL: <http://www.irishstatutebook.ie/eli/2015/act/5/enacted/en/html> (дата звернення: 24.10.2019).

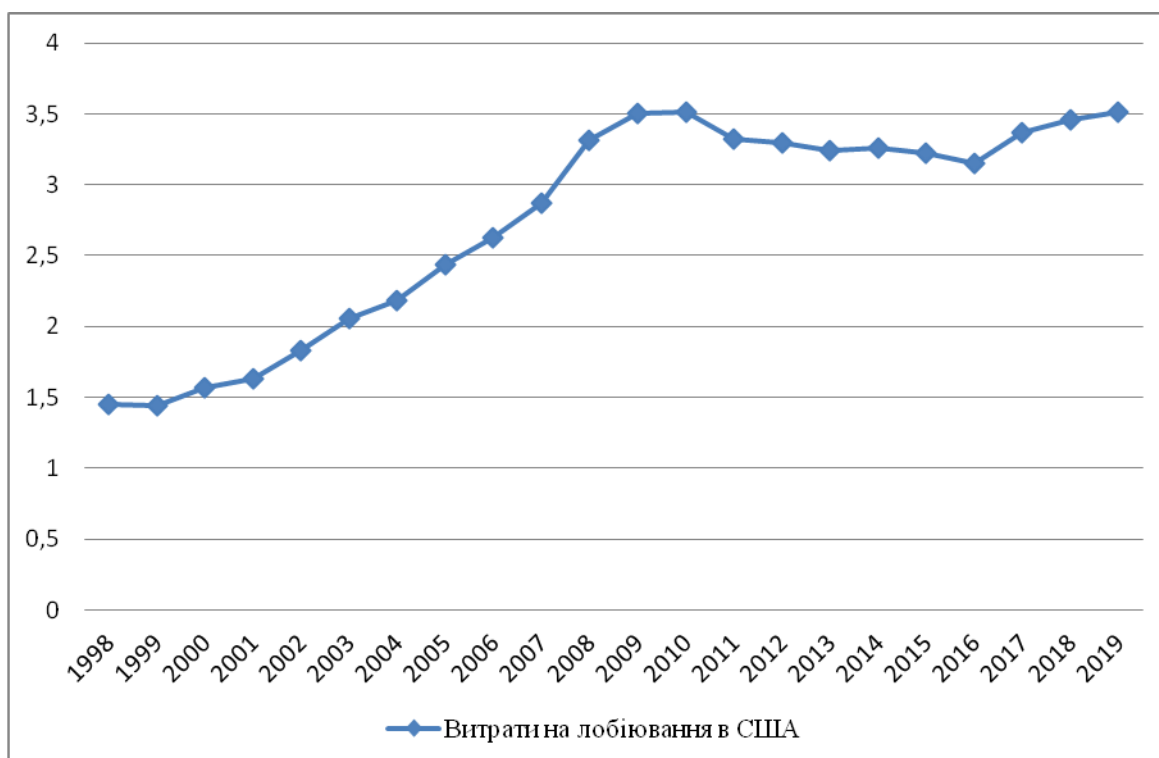
250. Regulation of Lobbying Act 2015: Guidance for people carrying on lobbying activities. *Lobbying.ie* : Official Site of the Regulator of Lobbying Ireland. January 2017. URL: <https://www.lobbying.ie/media/6066/guidelines-for-people-carrying-on-lobbying-jan-2017.pdf> (дата звернення: 24.10.2019).
251. Regulation of Lobbying in 2017. Annual Report 2017. *Lobbying.ie* : Official Site of the Regulator of Lobbying Ireland. URL: <https://www.lobbying.ie/media/6102/regulation-of-lobbying-annual-report-2017-final-for-web-eng.pdf> (дата звернення: 24.10.2019).
252. Reinberg-Leibel M. Lobbying in Austria. / Transparency International – Austrian Chapter. December 2014. URL: <https://www.ti-austria.at/wp-content/uploads/2016/01/Lobbying-in-Austria.pdf> (дата звернення: 24.10.2019).
253. Salisbery R. H. Exchange Theory of Interest Groups. *Midwest Journal of Political Science*. 1969. vol. 13. № 8.
URL: <http://pavroz.ru/files/salisburyexchangetheory.pdf> (дата звернення: 24.10.2019).
254. Speth R. Lobbying in Germany / Transparency International Deutschland e.V. October 2014. 43 p. URL: https://www.transparency.de/fileadmin/Redaktion/Publikationen/2014/Lobbying_in_Germany_TransparencyDeutschland_2014_EN.pdf (дата звернення: 24.10.2019).
255. Statista : web-portal. URL: <https://www.statista.com/statistics/257372/top-lobbying-firms-in-the-us-by-expenses> (дата звернення: 01.05.2019).
256. The Oxford English dictionary / ed. by J. A. H. Murray, H. Bradley, W. A. Craigie, C. T. Onions. Oxford : Clarendon Press, 1970. Vol. 6.
257. Transparency of Lobbying, Non-Party Campaigning and Trade Union Administration Act 2014. URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2014/4/contents/enacted> (дата звернення: 29.07.2019).

258. Transparency Register of the EU. URL: <http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do> (дата звернення: 24.10.2019).
259. Transparency register: who is lobbying the EU? (infographic). *European Parliament* : web-site. Publ. 09.01.2018. URL: <http://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/eu-affairs/20180108STO91215/transparency-register-who-is-lobbying-the-eu-infographic> (дата звернення: 24.10.2019).
260. Traynor I. 30,000 lobbyists and counting: is Brussels under corporate sway? *The Guardian*. Publ. 08.05.2014, 08:00. URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/may/08/lobbyists-european-parliament-brussels-corporate> (дата звернення: 24.10.2019).
261. Truman D. B. *The Governmental Process: Political Interests and Public Opinion*. Westport, Conn : Greenwood Press, 1981. 544 p.
262. UK Lobbying Register : web-site. URL: <https://www.lobbying-register.uk>.
263. Zetter L. *Lobbying. The Art of Political Persuasion*. Great Britain : Harriman House LTD, 2008. 454 p.

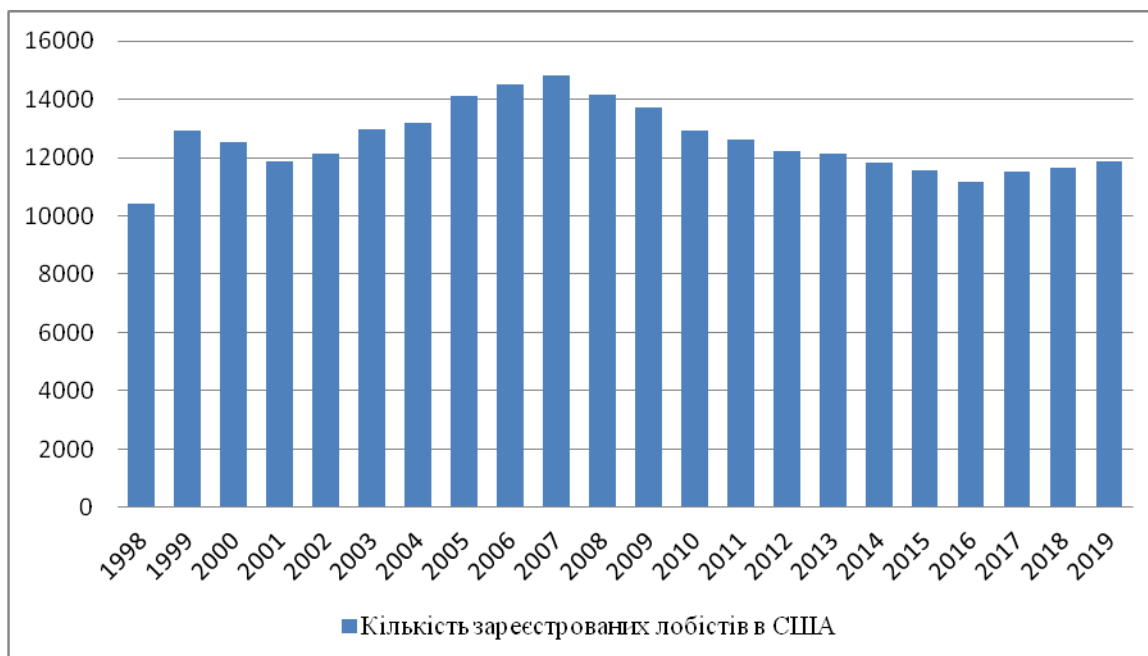
ДОДАТКИ

Додаток А

Динаміка зміни витрат на лобіювання у США
за період 1998 – 2019 рр. (млрд. дол. США)



Додаток Б
Динаміка зміни кількості зареєстрованих лобістів у США
(1998 – 2019 роки)



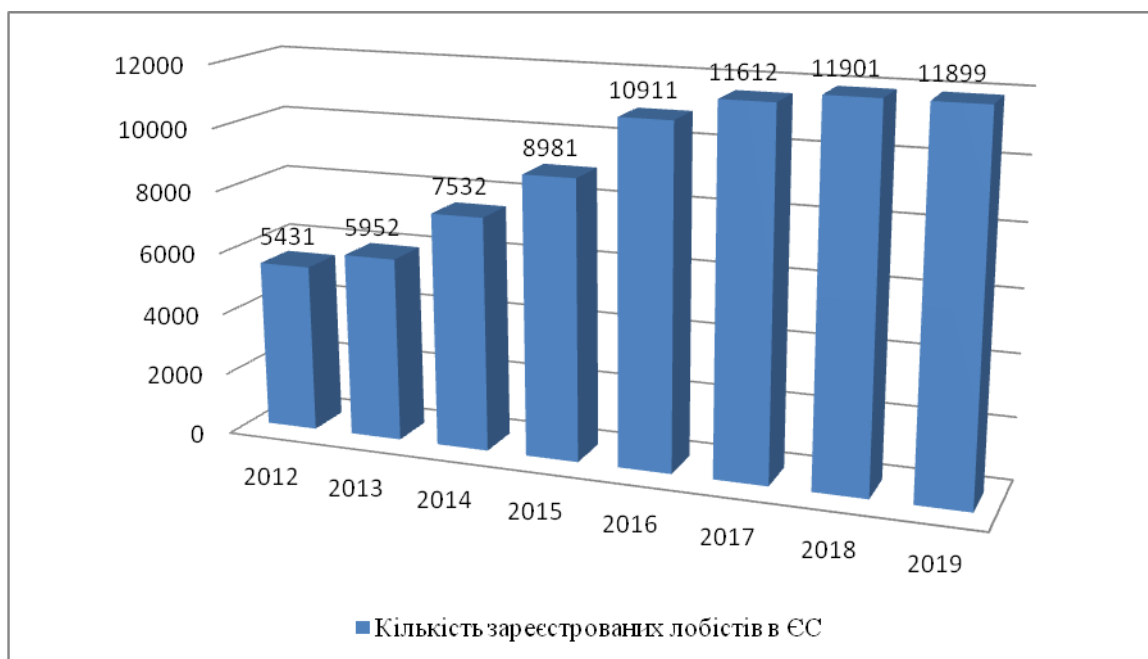
Додаток В

Найбільші замовники лобістських послуг у США у 2019 р. (дол. США)

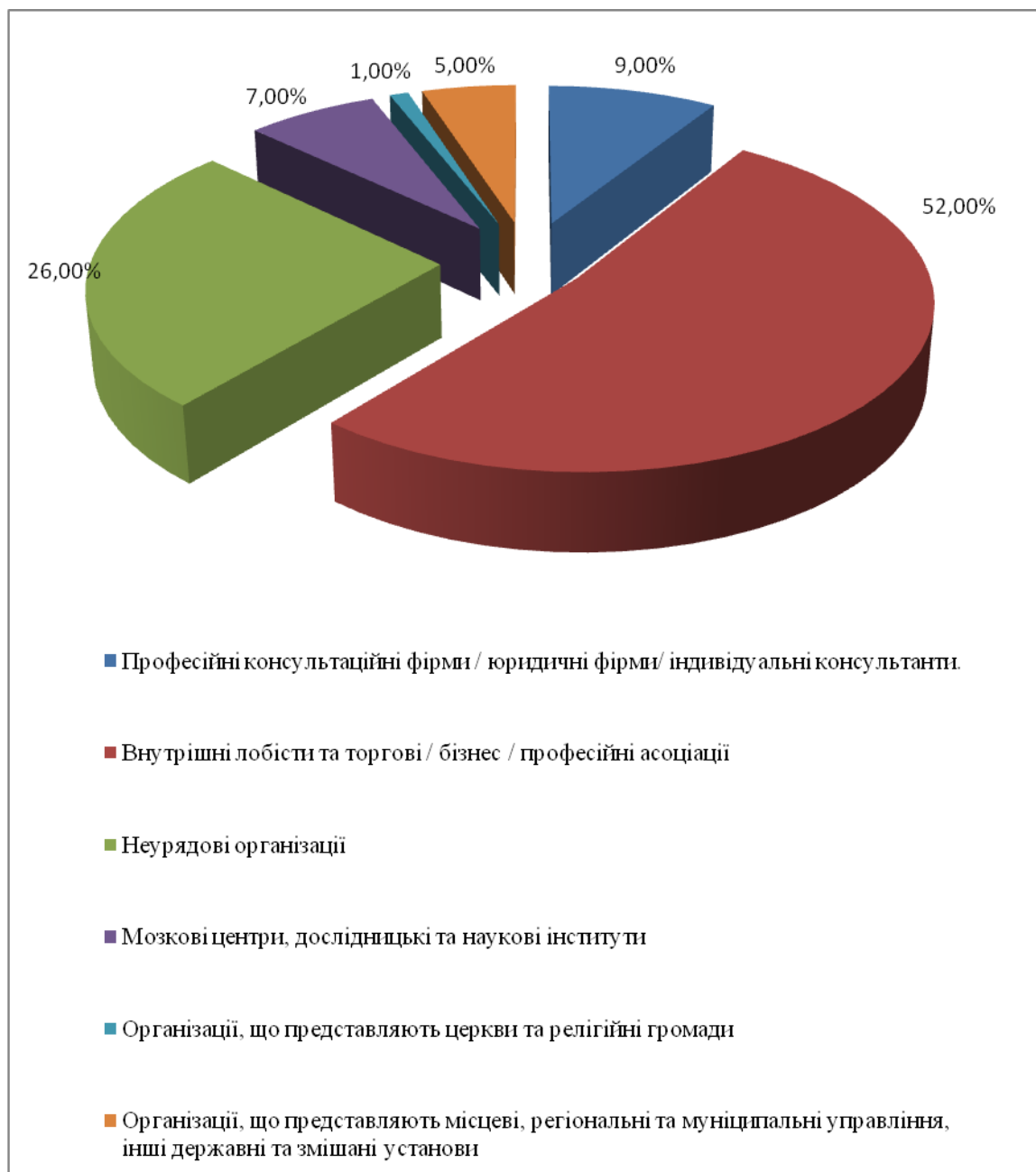
Назва асоціації/корпорації/організації	Сума витрат
Торгова палата США	77 245
Open Society Policy Center (американська неурядова правозахисна організація)	48 470
Національна асоціація ріелторів	41 241
Фармацевтичні дослідження та виробники Америки	29 301
Американська асоціація лікарень	26 273
Асоціація Блакитного хреста та Блакитного щита	25 237
Американська медична асоціація	26 273
Круглий стіл бізнесу	19 990
Amazon.com (американська компанія інтернет-торгівлі)	16 790
Facebook Inc	16 710
Національна асоціація виробників	14 610
NCTA The Internet & Television Assn (великий американський телевізійний провайдер)	14 220
Boeing Co. (один з найбільших світових виробників авіаційної, космічної та військової техніки)	13 810
Northrop Grumman (американська військово-промислова компанія – електроніка, інформаційні технології, авіакосмічна галузь, судобудівництво)	13 620
Comcast Corp. (американський транснаціональний телекомунікаційний конгломерат)	13 360
Lockheed Martin (американська транснаціональна аерокосмічна, оборонна, високотехнологічна компанія)	13 027
AT&T Inc. (американський транснаціональний телекомунікаційний конгломерат)	12 820
United Technologies (фінансово-промислова група США, обслуговує військово-промисловий комплекс)	12 790
Alphabet Inc. (холдінг Google Inc.)	12 780
Національна телекомунікаційна асоціація	12 720

Додаток Г

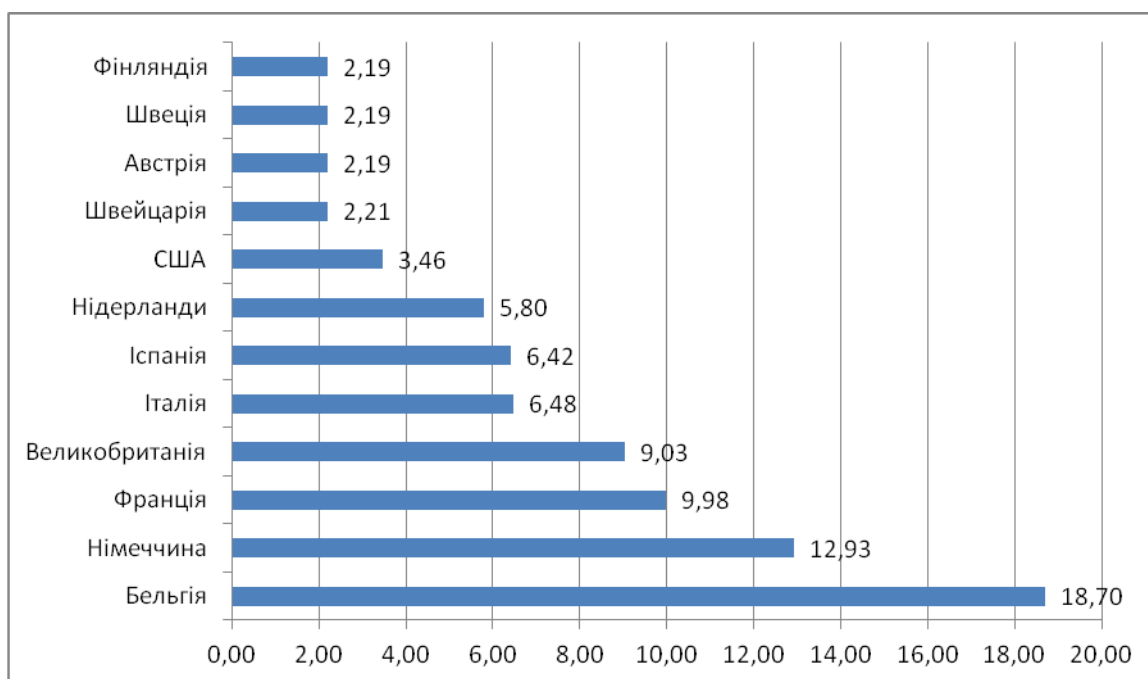
Динаміка зміни кількості зареєстрованих лобістів у Європейському Союзі (2012 – 2019 роки)



Додаток Г
Розподіл представників інтересів у ЄС за категоріями
(2019 рік)



Додаток Д
Розподіл лобістів у ЄС за країнами реєстрації (2019 рік)



Додаток Є
Регулювання лобіювання в країнах-членах ЄС

Країна	Закон про лобіювання	Кодекс поведінки лобістів	Реєстрація лобістів
Чеська Республіка	-	Саморегуляція лобістів	-
Німеччина	-	-	Добровільна реєстрація лобістів у парламенті
Ірландія	Закон про реєстрацію лобістів (2015 р.)	Встановлений законом	Обов'язкова
Іспанія	-	Саморегуляція лобістів	-
Франція	Законом про транспарентність, протидію корупції та модернізацію економічного життя (Relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique) (2016 р.)	Встановлений законом	Обов'язкова
Хорватія	-	Саморегуляція лобістів	Добровільна
Італія	-	Саморегуляція лобістів	Добровільна реєстрація лобістів у деяких міністерствах
Латвія	-	Саморегуляція лобістів	-
Нідерланди	-	-	Обов'язкова реєстрація для лобіювання в парламентів
Австрія	Закон про лобіювання та спеціальні групи інтересів (2013 р.)	Встановлений законом	Обов'язкова
Польща	Закон про регулювання лобіювання (2006 р.)	Саморегуляція лобістів	Обов'язкова
Румунія	-	Саморегуляція лобістів	Добровільна
Словенія	Закон про єдність та запобігання корупції (2010 р.)	Встановлений законом	Обов'язкова

Фінляндія	-	Саморегуляція лобістів	-
Великобританія	Закон про прозорість лобіювання, непартиїну діяльність та профспілки (Transparency of Lobbying, Non-Party Campaigning and Trade Union Bill)	-	Обов'язкова тільки для лобістів-консультантів