

УДК 005.575:338.24

DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.195.130-135>

Паланиця М.М.
Херсонський національний технічний університет
Palanytsia Mykola
Kherson National Technical University
<https://orcid.org/0009-0006-9988-7722>

ЛОБІЮВАННЯ БІЗНЕС ІНТЕРЕСІВ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ: МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ

Дослідження лобіювання бізнес інтересів в публічному управлінні через призму міжнародної практики застосування є надзвичайно актуальною темою дослідження, особливо вплив лобіювання на рішення законодавчих органів, політику та економіку держави. Українські законотворці намагалися ще з 1999 року врегулювати поняття «лобіювання». Історія налічує понад десять законопроектів, особливо процес пришвидшився після підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом в 2014 році. Довгий час нашим суспільством не сприймалося поняття «лобізм», його ототожнювали із зловживанням владою та корупцією. В науковому середовищі й досі відбувається дискусія відносно поняття «лобізм». Європейські країни, США та інші демократичні країни вдало врегулювали лобіювання, де наразі лобісти легально провадять свою діяльність.

У статті висвітлені результати міжнародної практики лобіювання бізнес інтересів в публічному управлінні. В 2000 році близько 2600 європейських компаній мали свої представництва в Брюсселі, з яких третя частина це торговельні компанії. Діяльність лобістів можна умовно поділити на такі групи: надання ексклюзивних послуг, зовнішній вплив на прийняття рішень (зустріч з посадовими особами), внутрішній вплив на прийняття рішень (участь в засіданнях комісій по певним законодавчим змінам), імплементаційні заходи (управління та впровадження певної програми). Лобісти не лише представляють інтереси своїх клієнтів-замовників, але й роблять значний внесок у формування політики держави. Кожна лобістська група у своїй діяльності використовує різні підходи, стилі та форми в досягненні мети. Слід зауважити, що найважливішою проблемою з якою стикаються європейські лобісти є зміна балансу сил між європейськими інституціями. Проведене дослідження дозволило систематизувати ефективні міжнародні практики лобіювання бізнес інтересів в публічному управлінні та в подальшому адаптувати їх в нашій державі.

З метою ефективного лобіювання бізнес інтересів в публічному управлінні, враховуючи найкращі міжнародні практики, необхідно розробити інноваційні механізми та підходи лобіювання бізнес інтересів в публічному управлінні, спираючись на вже існуючий досвід провідних міжнародних лобістів.

Ключові слова: влада, бізнес, лобізм, лобіювання, публічне управління.

LOBBYING BUSINESS INTERESTS IN PUBLIC ADMINISTRATION: INTERNATIONAL APPLICATION PRACTICE

The study of lobbying of business interests in public administration through the prism of international application practice is an extremely relevant research topic, especially the influence of lobbying on the decisions of legislative bodies, politics and the economy of the state. Since 1999, Ukrainian lawmakers have been trying to regulate the concept of "lobbying". The history includes more than ten bills, especially the process accelerated after the signing of the Association Agreement with the European Union in 2014. For a long time, our society did not accept the concept of "lobbyism", it was equated with abuse of power and corruption. In the scientific community, there is still a debate about the concept of "lobbyism". European countries, the United States and other democratic countries have successfully regulated lobbying, where lobbyists are currently legally engaged in their activities.

The article highlights the results of the international practice of lobbying business interests in public administration. In 2000, about 2,600 European companies had representative offices in Brussels, of which a third were trading companies. The activities of lobbyists can be conventionally divided into the following groups: provision of exclusive services, external influence on decision-making (meeting with officials), internal influence on decision-making (participation in meetings of commissions on certain legislative changes), implementation measures (management and implementation of a certain program). Lobbyists not only represent the interests of their clients, but also make a significant contribution to the formation of state policy. Each lobby group in its activities uses different approaches, styles and forms in achieving the goal. It should be noted that the most important problem faced by European lobbyists is the change in the balance of power between European institutions. The conducted research made it possible to systematize effective international practices of lobbying business interests in public administration and subsequently adapt them in our country.

In order to effectively lobby business interests in public administration, taking into account the best international practices, it is necessary to develop innovative mechanisms and approaches of lobbying business interests in public administration, relying on the already existing experience of leading international lobbyists.

Keywords: power, business, lobbying, lobbying, public administration

JEL classification: E 65, H 79, L 32, M 10, O 17.

Постановка проблеми. Лобізм почав зароджуватися в Англії на початку XVII століття. Вперше поняття «lobby» означало кулуари парламенту, а починаючи з 1640 року даним терміном почали називатися приміщення поруч з залами засіданнями парламенту Англії. Депутати англійського парламенту часто прогулювалися такими кулуарами до засідань, де до них із різних питань набридливо чіплялися «лобісти». Водночас згідно з рішенням Верховного Суду США від 1954 року, лобіювання розтлумачено, як спосіб впливу на прийняття політичних рішень шляхом прямого спілкування з членами Конгресу. Вчений Нестерович В. визначає інститут лобіювання, як сукупність певних норм, за допомогою яких можна легітимно впливати на органи влади, включаючи посадових осіб із головною метою закріплення власних інтересів чи третіх осіб в окремо взятому документі (нормативно-правовому акті). Лобіювання – це діяльність фізичних або юридичних осіб, їх об'єднань, яка спрямована на державних службовців із ціллю впливу на здійснення ними дій або повна їх бездіяльність в законотворчому процесі. Експерти громадської організації «Опора» зводяться до того, що лобіювання – це легальний вплив однієї чи групи осіб на посадовців публічної влади для прийняття правильних рішень на користь інтересів лобістів або ж третіх осіб [1]. Безумовно лобізм – це одна з актуальних політичних і правових проблем сучасної України, але разом з тим і можливість впливати на рішення, які допоможуть покращити економічне та суспільне становище держави. Важливо, щоб органи влади приймаючи доленосні рішення дослухалися до різних думок, не лише в парламенті, громадськості, але й інших осіб – лобістів. Саме останнім відводиться ключова роль і саме лобісти представляючи різні верстви суспільства: групу політиків, фінансові структури, окремих громадян, великі транснаціональні компанії повинні заставляти органи влади звертати увагу на безліч існуючих проблем, а не лобіювали лише власні інтереси. Україні ще потрібно пройти не легкий шлях на шляху до ідеального лобіювання бізнес-інтересів, тому саме міжнародний досвід стане публічній владі у нагоді [2].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми лобіювання бізнес-інтересів в публічному управлінні висвітлюють українські науковці такі, як Н. Бердак, Ю. Ганжуров, С. Телешун, Н. Гнатенко, Ю. Зущик, І. Немчинов, Є. Тихомирова, І. Похило. Також питаннями лобіювання займалися вітчизняні вчені О. Мітчук, О. Одінцов, О. Стовпець та С. Годний. Проблематику лобізму також розкрито в наукових працях таких закордонних вчених, серед яких М. David, R. Damania, P. Friedricksson, K. Berg та M. Mani.

Незважаючи на таку велику кількість досліджень, феномен лобізму потребує подальшого аналізу, в призмі глибинного вивчення проблем лобіювання бізнес-інтересів в публічному управлінні, використовуючи міжнародний досвід інших країн.

Метою статті є висвітлення результатів ефективних міжнародних практик застосування лобіювання бізнес інтересів в публічному управлінні з метою покращення відносин між владою і бізнесом, зниження негативних наслідків в економіці за рахунок неправильного чи замовного лобіювання інтересів для певного кола осіб і підприємств, особливо в важкі періоди для нашої держави.

Виклад основних результатів дослідження. Компанії, асоціації, окремі приватні особи, які займаються лобіюванням застосовують різні стратегії та методології, щоб відстояти свої певні інтереси та впливати на процес прийняття різноманітних рішень. Головне створити таку стратегію лобіювання, щоб потім її можна було адаптувати під кожний практичний випадок. Вибір оптимальної стратегії лобіювання досить важке завдання. Умовно всі стратегії можна розподілити на дві основні групи: стратегії, які стосуються учасників та стратегії, що стосуються безпосередньо процесу.

Політичний вплив також має велике значення для визначення вірної стратегії. Рішення залежить і від типу лобістських інтересів, які група осіб має на меті представляти. Вибір правильної лобістської стратегії залежить від широти інтересів, якщо питання суспільно значуще, то одним актором тут не обійтися, в гру вступає корпорація чи асоціація. Досить часто до процесу лобіювання окрім зацікавлених осіб залучаються також сторонні компанії, представники ЗМІ. Для лобістів важливо провести ретельні підготовчі дії, грамотний аналіз та націлити всі свої зусилля на ключових осіб, які ухвалюють рішення [3].

В залежності від «мішені» підбирається певна стратегія: позитивна або негативна, пряма або непряма, альянсна або індивідуальна та інші. Ще задовго до початку проведення лобістської кампанії, лобістам заздалегідь вже відома офіційна чи неофіційна позиція осіб, що приймають рішення. Саме це і породжує дилему вибрати позитивну чи негативну стратегію, а саме чи виступати лобістам за ухвалення рішення чи проти. Фактично все залежить від задач лобістів, вони можуть, як заблокувати нормативний акт і так само його підтримати [3]. Постійна взаємодія лобістів із органами влади є невід'ємною частиною публічного управління, це забезпечує тісну комунікацію між групами інтересів та владними структурами. Для досягнення своєї мети лобісти використовують різні платформи, як офіційні, так і неформальні. Головною формою ефективної взаємодії є прямі зустрічі та проведення переговорів [8].

Як вже зазначалося, стратегія лобіювання також створюється в залежності від того, буде контакт прямий з відповідальною особою чи непрямий. Під прямою стратегією мається на увазі відкриті, офіційні зустрічі з використанням публічних каналів комунікацій, проведення відкритих дебатів у парламенті, слухань, виступів активістів. Часто прямі стратегії ототожнюються з поняттям прямі перемовини, зустріч «один на

один» або пряме листування. Переговори мають вирішальне значення під час процесу лобіювання, тому що потрібно лобістам пояснити і переконати законодавців чи інші гілки влади змінити певні нормативні акти, надавши до своїх суджень відповідні аргументи. Як до прикладу лобіювання працівників перед роботодавцями відносно пільг, відпусток чи безкоштовного лікування [3].

Лобіювання може базуватися на стратегії самостійних виступів чи за підтримки союзників. Стратегія альянсів утворюється під час жвавих виступів, обговорень, насиченої лобістської діяльності на політичній арені. В Європейському Союзі найефективніше лобіювання бізнес інтересів відбувається на тематичних форумах, які організовані лобістами чи спеціальними Комісіями ЄС. Переговори із досягненням компромісу між державними органами та бізнесом відбувається і поза межами форумів. Альянси та коаліції не завжди виникають по ідентичним інтересам, вони створюються і з абсолютно протилежних інтересів. До прикладу, створення альянсів сягає ще далекого 1914 року, коли в Новій Зеландії десятки виробників алкогольної продукції займалися лобіюванням з метою зняття заборони на реалізацію алкоголю та скорочення випуску, вливаючи на уряд та прем'єр-міністра.

Група лобістів, яка ініціює лобістську компанію більш схильна до проактивної стратегії. Вмотивований ініціатор проводить зустрічі з усіма зацікавленими сторонами, збирає наявну інформацію та згодом презентує всім сторонам. Досить часто лобісти використовують реактивну стратегію, яка реагує на дії, які вже вжила в процесі лобіювання певна сторона процесу. Подібну стратегію реактивного підходу найчастіше обирають прихильники рішень «статус-кво». Також стратегії лобізму поділяються на рівнем тиску на осіб приймаючих рішення. Інтенсивність може змінюватися протягом всього періоду лобіювання, від низького до високого рівня тиску на особу. Фактично стратегія на основі інтенсивності тиску має 3 рівні: регулярні переговори сторін, оприлюднення інформації через ЗМІ та соціальні мережі, порушення кримінальної чи цивільної справи в судах різних інстанцій [3].

Розрізняють також інсайдерську та аутсайдерську стратегію лобіювання. Суть інсайдерської стратегії полягає в організації формальних і неформальних контактів політиків, проведення прямих зустрічей і переговорів з чиновниками адміністрацій, політиками та іншими впливовими особами. Тобто інсайдерська стратегія більш внутрішня, де лобіст працює із конкретними політиками чи групою осіб, які приймають рішення. Аутсайдерська стратегія – це більш широка діяльність лобізму з використанням мас-медійних і публічних каналів із єдиною метою отримання всебічної підтримки зацікавлених сторін із одночасним пошуком послідовників головної цілі лобістів.

В своїй діяльності європейські лобісти визначаються чи потрібно політизувати те чи інше рішення, чи надати йому ширшу інтерпретацію, звузити чи розширити проблему або є сенс об'єднати з іншими проблемами. В процесі лобіювання задіюються безліч компаній, молодіжних організацій, громадських активістів, які активно приймають участь на різних етапах лобізму. Як було визначено раніше, основною «мішенню»

лобіювання виступають нижчі або вищі органи політики та адміністрації, тому процес лобіювання здійснюється по горизонталі та вертикалі. *Вертикальне лобіювання* – це від територіальних громад до органів центральної влади, а *горизонтальне лобіювання* – на рівні міністерств.

Лобістська кампанія більш успішна, якщо вона формує питання на ранніх стадіях законодавчого процесу, а саме під час визначення порядку денного в сесійній залі. Пізній вихід лобістів зазвичай призводить до обмежень в можливостях впливу на кінцевий результат. Не секрет, що сучасний уряд лобіює розвиненої країни співпрацює з усіма зацікавленими верствами населення. Групи інтересів можуть бути європейськими та міжнародними і охоплювати всі сектори економічної та соціальної діяльності, підприємства різних форм, юридичні та консалтингові фірми, представників місцевих і регіональних органів влади. В науковій сфері й досі немає точного консенсусу, як позначати подібні групи, це можуть бути лобісти, групи тиску, групи інтересів, навіть групи просування. Багато європейців досить негативно відносяться до терміну «лобіст», особливо в Німеччині, Італії. Сьогодні Брюссель став центром прийняття європейських рішень із тисячною армією акредитованих журналістів, комітетами та експертними групами, які допомагають і впливають на підготовку, прийняття та супроводження певних рішень [4].

Незважаючи на те, що ЗМІ активно критикують лобістів в Брюсселі, служба новин BBC до прикладу, має власний офіс для лобіювання європейських органів влади. Ландшафт лобістів в Європі досить фрагментований, в ЄС існує понад 1000 торгових асоціацій, 750 неурядових організацій, представницькі органи 500 великих компаній, 130 спеціалізованих юридичних фірм, які працюють над європейським правом. Кожні лобісти мають певні групи інтересів, за яким їх і класифікують. В загальному розрізняють суспільні та приватні інтереси. Наприклад, групи громадських інтересів прагнуть отримати вигоду для суспільства в цілому, а саме покращити захист прав споживачів, захист навколишнього середовища, настояти на зниженню податкового навантаження на соціум. Групи приватних інтересів навпаки, досягти цілей виключно для окремих членів чи осіб. Деякі спостерігачі вважають, що найвпливовішими є лобісти з захисту прав людей, тварин і екології. На думку багатьох експертів, лобістам сільського господарства та промисловості відводиться третє або четверте місце за впливом на прийняття рішення.

Екологічні питання як і багато років тому активно лобіюються, особлива увага відводиться Європейському екологічному бюро (ЄЕБ). Багато років ЄЕБ залишалося єдиною природоохоронною організацією на арені Європейського союзу, але із приходом нових лобістів відносини ЄЕБ та ЄС погіршилися. Тим не менше ЄЕБ станом на 2002 рік мав 141 екологічну організацію, які розташовані в країнах-партнерах. Найвідомішими з них виділяють: Climate Network Europe, European Federation for Transport and Environment, Birdlife International та дві провідні міжнародні організації – Greenpeace і World Wide Fund for Nature. На практиці екологічні громадські організації між собою не конкурують в ЄС, вони мають спільний інтерес в

екологічному законодавстві. Екологічні лобісти відрізняються між собою лише організаційними формами, підходами та стилями до досягнення цілей. Великий відсоток із них вузькоспеціалізований та орієнтований більше на національний ринок, а ніж на європейський. Тому всі сили та інвестиції направлені саме на лобювання всередині країн [4].

Відзначимо, що Закон України «Про лобювання» від 23.02.2024 року набуде чинності не пізніше 01 січня 2025 року одночасно з запуском Реєстру прозорості. В українському суспільстві Закон викликав цілу хвилю обговорення та надію на просування надважливих питань в країні. Окрім цього прийняттям Закону Україна виконала вимоги Європейської комісії, легалізував ринок лобізму. Не раз Закон піддавався критиці під час розробки, проходження в комітетах і при прийнятті Верховною Радою України. Головна ціль була саме розмежувати діяльність організацій з лобювання та громадських організацій. Все ж таки на думку експертів із Української Гельсінської спілки з прав людини відсутність чіткої правової невизначеності дозволяє Уряду здійснювати тиск на громадські організації, які критикують діяльність державотворчих органів, виступають за зміну політику та курс країни. Під гаслом боротьби з недоброчесним лобюванням, голос громадянського суспільства може бути придушений. Українському уряду ще потрібно попрацювати над остаточною процесом запуску лобювання в Україні, а саме ухвалити Порядок ведення та доступу до Реєстру прозорості, ухвалити Правила етичної поведінки суб'єктів лобювання та багато іншого. Слід також зазначити, що проводити лобювання без внесення до відповідного реєстру заборонено. Саме НАЗК буде контролювати діяльність «білих» і «сірих» лобістів, вживати заходів щодо притягнення їх до відповідальності. Фактично позитивні чи то негативні наслідки від прийняття Закону про лобювання можна лише проаналізувати після його запуску на практиці [5].

Зауважимо, що жіночі лобістські організації не такі сильні, як до прикладу лобісти промисловості, сільськогосподарства або торгівлі, але досить ефективно займаються лобюванням в Європі. За останніх 10 років з'явилося багато онлайн платформ, до прикладу Європейська мережа боротьби з бідністю (EAPN), Європейська мережа жінок (ENOW) і Європейське жіноче лобі та Європейська мережа безробітних. Європейське жіноче лобі (EWL) домоглося внесення змін до європейського законодавства відносно принципу гендерства, рівності. Тобто не лише право жінок обіймати чоловічі посади, але й однакову заробітну плату.

Відмітимо також вплив лобістів споживачів і виробників на прийняття «правильних» законів. Батьком-засновником європейського споживчого руху є Європейське співтовариство споживчих кооперативів (EURO COOP). EURO COOP активно працює над маркуванням продуктів, упаковкою, окрім цього спеціалізується на харчових питаннях Європейського Союзу і є активним прихильником реформи спільної сільськогосподарської політики. Зауважимо, що європейські інституції відіграли ключову роль у створенні стимулів для споживчого співробітництва. А ось тісна співпраця виробників і політиків надає можливість останнім тримати руку на пульсі відносно реальних доходів

і витрат на європейському ринку [4].

Лібералізація європейського ринку призвела до збільшення кількості лобістів і великі компанії легалізували своє багаторівневе лобювання, здійснюючи вплив на політику Європейського Союзу. Початок 1990-х років приніс справжній бум економічного лобювання. Було створено безліч спеціалізованих форумів, до прикладу, промисловий, фармацевтичний, телекомунікаційний із метою контролю за інформаційними запитами в бізнесі. Саме ця ідея і породила бажання фірм створити спеціальні бізнес-альянси. В 1997 році 35 тисяч фірм виявили бажання розвивати пряме лобювання в Європі. І лише згодом, ця велика кількість гравців змушена була визнати, що «місце» навколо лобювального столу обмежена. Однак гонка за недосяжними цілями призвели до створення квазіполітичних організацій. Наприклад, Трансатлантичний бізнес-діалог (TABD), створений у 1995 році мав на меті зібрати провідних американських і європейських виконавчих директорів для координації відповідей на питання міжнародної торгівлі та регулювання. Однак фактична ціль в тому, щоб генеральний директор трансатлантичної компанії був ярим прихильником лібералізації та торгівлі, і не лише представляв свою компанію, але й вважався конструктивним і гнучким для певних політичних процесів.

Любий процес лобювання можна розділити на кілька практичних етапів:

- встановлення фактів;
- проведення аналізу;
- вплив;
- подальші дії лобістів.

Чим раніше лобіст включається в законодавчий процес, тим він більш ефективний. Саме чиновники та експерти нижчого рівня приймають участь в написанні більшості законодавчих документів. А ось посадовці вищого рангу включаються в процес, коли існує вірогідність зриву процесу голосування чи з високими ставками відносно соціальної та політичної значимості майбутнього Закону.

Великі ІТ-компанії, такі як Apple, Bull, Cisco, Compaq, HP, IBM, ICL, Intel, Italtel, Microsoft, Motorola, NCR, NEC, Nokia, Nortel, Olivetti, Philips, Siemens, Sony, Thomson-Multimedia та Xerox отримують достовірну інформацію через свої «вуха» в Європейському Союзі, мова йде про політиків, які приймають участь в Європейському круглому столі. Сучасний Брюссель зараз сповнений неформальних і офіційних лобістських мереж. До офіційних мереж відносяться: Товариство практиків європейських справ (SEAP), Європейська федерація лобювання (FELPA) або Європейський центр зв'язків з громадськістю в Брюсселі (ЕСРАВ). Останній з переліку пропонує дорогі та якісні інтенсивні курси, які широко визнані лобістами всього світу. Деякі європейські навчальні заклади випускають магістрів бізнес-адміністрування зі спеціалізацією «Лобювання та бізнес-представництво» [4].

Велику роль в процесі формування політики Європейського Союзу відіграв Європейський суд правосуддя. Суд не лише захищав, але й просував європейське законодавство. Зрозуміло, що європейські лобісти намагалися й далі намагалися впливати на рішення суду. Завдяки приватним особам (лобістам) були

впроваджені важливі зміни до законодавства про захист навколишнього середовища. Лобісти бізнес-асоціацій прагнули запобігти використанню занадто суворих екологічних законів, щоб це не призвело до підриву принципів вільної торгівлі. Багато приватних лобістів та груп лобістів сприйняли Суд, як союзника в досягненні своїх цілей [4].

У більшості країнах-членів ЄС немає спеціального законодавства та положень, які регулюють діяльність лобістів. Виключення лише декілька країн, до прикладу, Велика Британія та Німеччина. У 1994 році в Великобританії був створений Комітет Нолана (Комітет зі стандартів суспільного життя). Комітет розглядав використання парламентських лобістів разом наряду з колом питань громадської етики. В 1996 році був затверджений Кодекс поведінки для членів парламенту та лобістів. Німецький Бундестаг також має свої правила гри для лобістів, які викладені в додатку до свого Регламенту. Там зазначено, що всі бажаючі займатися лобіюванням повинні бути внесені до спеціального Реєстру або списку, де зазначено певну інформацію про лобістські організації, включаючи їх адреси, назви та інше. Італія й досі не визначилася відносно необхідності регулювання процесу лобіювання. Деякі італійські експерти припускають, що регулювання лобіювання призведе до зниження показників ефективності та якості укладених законів. Лобі в Італії досить розвинене і без прийняття спеціального законодавства. А ось в Данії процес лобіювання зводиться до видачі карток доступу зацікавленим сторонам в парламенті, тим самим лобісти активно долучаються до обговорення змін в законодавстві на різних стадіях. При цьому зацікавлені сторони мають можливість обговорити всі питання напругу із чиновниками чи депутатами в кулуарах [4].

В Австрії не існує законодавства, яке б впливало на лобістів, також відсутній й реєстр груп інтересів. Разом із тим відзначається великий вплив на австрійське законодавство так званих «соціальних партнерів». Вони приймають активну участь під час підготовки та обговорення змін в закони, слідкують, щоб Уряд проводив консультації з палатами (Kammern). Самі ці палати виступають законними представниками лобістів і дають свою оцінку тим чи іншим змінам. Фактично 50 % депутатів австрійського парламенту мають тісні зв'язки з групами інтересів, включаючи профспілки, асоціації роботодавців та інші. В Бельгії точаться жваві дебати відносно регулювання діяльності лобістів, створення спеціального реєстру та контролю діяльності груп інтересів. У Фінляндії лобісти можуть по неофіційним каналам зв'язатися з представниками влади, суворої заборони з приводу цього немає. Разом з тим мітинги або інші заходи в стінах фінського парламенту строго заборонені. До лобістів ставляться з повагою і часто запрошують їх для обговорення змін до законодавства [4].

Сенат Франції не має спеціального реєстру чи списку лобістів. Професійні лобісти, які бажають отримати доступ до стін Сенату звертаються до Голови Сенату з відповідним листом. Запит розглядає Генеральний секретаріат, який видає дозволи на доступ не лише до коридорів Сенату, але в стіни парламенту. Окрім запиту можна отримати перепустку в колегії квесторів (опікуються адміністративно-фінансовими справами

Сенату). Щорічно колегія квесторів видає 20 перепусток для зустрічей з окремими сенаторами Франції. Якогось кодексу етики чи поведінки лобістів Франції не має, і якщо хтось із учасників себе неадекватно веде його просто оголошують персоною нон-грата і не допускають на зустріч із сенатором чи в Сенат [4].

Греція та Ірландія не мають чітко вираженої концепції лобіювання, тому діяльність лобістів не врегульована на законодавчому рівні. Однак опозиційні депутати Ірландії декілька разів подавали законопроекти про реєстрацію груп тисків у 1999 та 2000 році, проте суттєвих змін не відбулося. В Люксембурзі лобісти мають право відстоювати свої інтереси перед Палатою депутатів, при цьому не існує жодного реєстру чи кодексу поведінки представників процесу лобіювання. В Нідерландах лобісти можуть на один день потрапити в парламент по спеціальній перепустці. Перепустка дозволяє пройти до будівель Палати, відвідати громадські слухання та публічні збори, переглянути документи законопроектів. Але так само, як і в Люксембурзі не існує реєстру, правил чи положень щодо регулювання діяльності лобістів. В Португалії, Іспанії та Швеції також відсутній реєстр, правила чи кодекс поведінки відносно лобістів. В Швеції останні роки багато говорять про лобіювання, багато законопроектів відхилені, досить значна частина на розгляді. Наразі алгоритм реєстрації приватних лобістів в парламенті Швеції відсутній. Багато депутатів вважають лобіювання законною і природною складовою політичного процесу, тому дебати й досі тривають і закон правил регулювання лобіювання поки немає.

Для того, щоб лобізм приносив користь потрібна ефективна робота політичних і правових інститутів, свобода медіа-ресурсів, економічна стабільність, зріле та стійке громадянське суспільство. Лише при такій варіації відкриваються безмежні можливості та користь лобізму для всього суспільства. Слід також врахувати, що в умовах економічних та соціальних криз, важких перехідних періодів, лобіювання виходить за стандартні рамки та виконує переважно негативну роль [6].

Разом із тим, зауважимо, що існує думка про позитивний вплив лобізму на розвиток публічного управління. Лобізм являється своєрідним тригером для формування стійкого балансу сил, об'єднуючи навколо себе певну групу зацікавлених осіб по конкретним інтересам. Ці групи відстоюють єдину думку значної кількості суспільства. Нормативно-правове регулювання лобістської діяльності дозволяє суттєво знизити рівень корупції в державі, забезпечуючи при цьому порядність, гласність, відкритість та прозорості в прийнятті певних рішень та їх подальшому впровадженню на регіональному чи національному рівні [7]. Лобіювання прямо впливає на оборону політику країни – мова про обороноздатність та модернізацію армії, внутрішню стабільність – це лобіювання важливих реформ та дозволяє підтримувати зовнішній вектор держави на міжнародному рівні. Однак слід розділяти комерційні інтереси лобіювання та державні, тому, в разі переважання перших, існує ризик загрози національній безпеці та стабільності всередині країни [8].

Висновки. Міжнародна практика застосування лобіювання бізнес інтересів в публічному управлінні показала, що багаторівневе управління, яке існує в

європейському просторі породжує систему однакових багаторівневих груп інтересів (лобістів). Більшість європейських аналітиків вважає, що чисельність лобістів щороку збільшується. Лобісти, які довгий час діяли всередині своїх країн виходять на транснаціональний рівень та лобіюють інтереси своїх клієнтів за кордоном. Вони проводять формальні та неформальні зустрічі, організують Європейські круглі столи, об'єднуються у великі бізнес-асоціації, спеціальні коаліції. Великі транснаціональні компанії відкривають

повноцінні офіси в Брюсселі, що робить їх ключовими акторами та майже автоматично гарантує доступ до політичного процесу об'єднаної Європи. Разом із тим є розбіжності в законодавстві кожної окремо взятої країни ЄС відносно лобіювання, а саме відсутність реєстру лобістів, відсутність чітко визначених правил гри, положень, етики та правил поведінки груп впливу, це дозволяє використовувати так звані подвійні стандарти з метою досягнення певних цілей.

Список використаних джерел:

1. Мохончук Б., Мокроусова О. (2023). Лобіювання та адвокація: Міжнародні стандарти, зарубіжний досвід та перспективи правового регулювання в Україні. Український часопис конституційного права, Вип.4. С. 77-90. URL: <https://doi.org/10.30970/jcl.4.2023.6>
2. Росенко М.І. (2010). Лобізм і його роль в діяльності сучасних парламентів, шляхи удосконалення регламентації діяльності лобістів в парламенті України. Державне управління: удосконалення та розвиток, № 11. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=214>
3. Bovan A., Slijepčević M. (2017). Classification of Lobbying and Influencing Strategies. Informacione tehnologije, obrazovanje i preduzetništvo. URL: <https://www.academia.edu/59261601>
4. Lehmann W., Baviera S. (2003). Lobbying in the European Union: current rules and practices. European Parliament: Directorate-General for Research. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2003/329438/DG-4-AFCO_ET\(2003\)329438_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2003/329438/DG-4-AFCO_ET(2003)329438_EN.pdf)
5. Про лобіювання: Закон України від 23.02.2024 р. №3606-IX: станом на 23 лютого 2024 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3606-IX#Text>
6. Коцупал Д.В. (2023). Лобізм в публічному управлінні: сутність, особливості та функції. Механізми публічного управління. Вип. 5. С. 30-35. URL: https://pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/5_2023/6.pdf
7. Антонова Л.В., Лізаковська С.В. (2018). Особливості представництва та лобіювання інтересів громадян в органах публічної влади. Державне управління: удосконалення та розвиток. Вип. 4. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/7.pdf
8. Старовойтов Д.Ф. (2024). Роль лобіювання в публічному управлінні, як інструменту впливу на національну та державну безпеку. Публічне управління та адміністрування в Україні. Вип. 41. С. 202-207. URL: <https://pag-journal.iei.od.ua/archives/2024/41-2024/30.pdf>

References:

1. Mokhonchuk, B. & Mokrousova, O. (2023). Lobiuvannia ta advokatsiia: Mizhnarodni standarty, zarubizhnyi dosvid ta perspektvyu pravovoho rehuliuвання v Ukraini [Lobbying and Advocacy: International Standards, Foreign Experience and Prospects of Legal Regulation in Ukraine]. Ukrainskyi chasopys konstytutsiinoho prava. No. 4. Pp. 77-90. DOI: <https://doi.org/10.30970/jcl.4.2023.6> [in Ukrainian].
2. Rosenko, M.I. (2010). Lobizm i yoho rol v diialnosti suchasnykh parlamentiv, shliakhy udoskonalennia rehlementatsii diialnosti lobistiv v parlamenti Ukrainy [Lobbying and its role in the activities of modern parliaments, ways to improve the regulation of lobbyists' activities in the Ukrainian parliament]. Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok. No. 11. Retrieved from: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=214>. [in Ukrainian].
3. Bovan, A. & Slijepčević, M. (2017). Klasyfikatsiia stratehii lobiuvannia ta vplyvu [Classification of Lobbying and Influencing Strategies]. Informatsiini tekhnologii, osvita ta pidpriemnytstvo. Retrieved from: <https://www.academia.edu/59261601>. [in Serbian].
4. Lehmann, W. & Baviera, S. (2003). Lobiuvannia v Yevropeiskomu Soiuzi: potochni pravyla ta praktyky. [Lobbying in the European Union: current rules and practices]. Yevropeyskyi parlament: Heneralnyi dyrektorat z doslidzhen. Retrieved from: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2003/329438/DG-4-AFCO_ET\(2003\)329438_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2003/329438/DG-4-AFCO_ET(2003)329438_EN.pdf). [in English].
5. Zakon Ukrainy Pro lobiuvannia: pryiniaty 23 liut. 2024 roku №3606-IX [Law of Ukraine on lobbying from 23 February 2024, №3606-IX]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text>. [in Ukrainian].
6. Kotsupal D.V. (2023). Lobizm v publichnomu upravlinni: sutnist, osoblyvosti ta funktsii [Lobbying in public administration: essence, features and functions]. Mekhanizmy publichnoho upravlinnia. No. 5. Pp. 30–35. Retrieved from: https://pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/5_2023/6.pdf. [in Ukrainian].
7. Antonova, L.V. & Lizakovska, S.V. (2018). Osoblyvosti predstavnytstva ta lobiuvannia interesiv hromadian v orhanakh publichnoi vlady [Peculiarities of representation and lobbying of citizens' interests in public authorities]. Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok. No. 4. Retrieved from: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/7.pdf. [in Ukrainian].
8. Starovoitov D.F. (2024). Rol lobiuvannia v publichnomu upravlinni, yak instrumentu vplyvu na natsionalnu ta derzhavnu bezpeku [The role of lobbying in public administration as a tool of influence on national and state security]. Publichne upravlinnia ta administruvannia v Ukraini. No. 41. Pp. 202–207. Retrieved from: <https://pag-journal.iei.od.ua/archives/2024/41-2024/30.pdf>. [in Ukrainian].