

УДК 328.184

***ЛОББИЗМ В РОССИИ: ПОЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРАВОВОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ***

Еременко И.А.

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

Ростов-на-Дону, Россия

Сопельник Е.Ю.

ассистент

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

Ростов-на-Дону, Россия

Шестаков А.Э.

Студент

Донской государственный технический университет

Ростов-на-Дону, Россия

Аннотация: В данной статье авторами рассмотрена лоббистская деятельность в России, проанализирован политический лоббизм и его механизм.

Ключевые слова: лоббизм, лоббистская деятельность, бизнес.

LOBBIZM IN RUSSIA: POLITICAL ASPECTS OF LEGAL REGULATION

Yeremenko I.A.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Don State Technical University; DSTU

Rostov-on-Don, Russia

Sopelnik E.Yu.

Assistant

Don State Technical University; DSTU

Rostov-on-Don, Russia

Shestakov A.E.

Student

Don State Technical University; DSTU

Rostov-on-Don, Russia

Abstract: In this article, the authors examined lobbying activities in Russia, analyzed political lobbying and its mechanism.

Keywords: lobbying, lobbying activity, business.

В современной России называют лоббистами тех людей, которые отстаивают интересы бизнеса иногда вопреки государству. Часто крупные корпорации нанимают лоббистов по необходимости на аутсорсинге, для разовой работы, так как содержать их на постоянной основе просто не выгодно.

Лоббизм в России более прозрачен, чем, к примеру, в США, где сам лоббизм уже официально узаконен. Сфера лоббизма никак специально не контролируется, а процесс заседания часто далеко не публичный. Это можно объяснить особенностями современного русского государства. В целом очень трудно упорядочить лоббизм, если участники заседания в решении вопроса, часто вообще никаких должностей не занимают.

Когда речь идет о направлении в сфере лоббистской деятельности, то следует указать, что группы интересов чаще стали подключать в своих целях методы экономического и информационного давления.

Главной чертой является то, что лоббисты стали на сторону бизнеса и отстаивают его интересы в политике. В России главной проблемой лоббизма является то, что в российском обществе лоббистов ставят наряду с коррупцией,

протекционизмом, незаконным распределением общественных источников, хищением общественных ресурсов для личных нужд, незаконной поддержкой и финансированием политических структур, предоставлением льготных кредитов, и др. [1] Поэтому будущая задача лоббистов заключается в создании лоббирования не коррупционного, а цивилизованного.

Лоббизм по большей части относится к бизнес-деятельности, а так же просто к гражданам, которые готовы внести свой вклад в развитие государства. А политика в лоббизме является именно инструментом совершения поставленных целей. Если экономика принимающего государства более сильна, то она будет иметь огромный спрос со стороны инвесторов из различных стран. Государство с такой экономикой может стать диктатором переговоров и по возможности сделать в законодательстве достаточное количество ограничений. В таком случае иностранный инвестор будет вынужден прибегать к услугам лоббистов для того, чтобы занять более выгодную экономическую позицию.

Профессия лоббиста представляет по большей части деятельность политического консультанта, но если конкретней, то лоббист является консультантом народного депутата. Для того чтобы лоббистская деятельность была более прозрачная, представители бизнеса могут заинтересоваться тем, что влияние данного фактора оказывает очень сильное давление на инвестиционную привлекательность и стоимость активов. Еще несколько лет назад бизнес-сообщество осознало экономическую целесообразность социальной ответственности как инструмента, позитивно влияющего на корпоративный имидж, репутацию и цену бренда. Ежегодный выпуск социальных отчетов прочно вошел в работу крупного и среднего бизнеса. [2]

Прозрачный лоббизм может рассматриваться как один из главных обязательств бизнеса перед обществом и показателем уровня социальной ответственности. Значит, необходимо создавать такие условия, при которых раскрытие информации о лоббистской деятельности станет серьезным фактором для имиджа. [3]

Лоббирование является инструментом прямой демократии. Исходя из опыта Евросоюза, можно организовать определенные действия, которые помогут «вывести из тени» тех, кто занимается деятельностью лоббизма:

- организовать единый реестр, в котором бизнес-компании и другие организации будут добровольно регистрироваться;
- доверить экспертам сортировку входящих в реестр организаций по степени открытости лоббирования;
- провести сортировку организаций, оказывающих GR-услуги;
- создать в Интернете доступный для всего общества открытый ресурс, где можно будет ознакомиться с рейтингом открытости и реестром лоббистов;
- с помощью СМИ включить проблему лоббистской деятельности в информационную повестку;
- ввести моду на открытость, публично поощряя чиновников, которые вступают в контакт с прозрачными лоббистами;
- шире внедрять принципы социального партнерства в диалог между государственной властью и деятелями лоббизма.[4]

Также необходимо привлечь общественные организации, так как именно они являются основой сектора лоббирования. Главной целью общественной организации является представление интересов сторонников, и в первую очередь в органах государственной власти. Общество может прямо влиять на законодателей, и прямо говорить государственной власти, за что нужно голосовать, так как главной поддержкой власти являются её избиратели. Это является интересом не только общества и бизнеса, а так же и самого государства, так как в случае легализации лоббирования государство начнет развиваться намного быстрее и эффективней. Непосредственно результат лоббирования так же выгоден государству и с экономической точки зрения, так как это принесет государству огромный доход в виде налогов тех, кто ранее занимался теневой экономикой. Можно прямо заверить, что лоббизм - это также и борьба с коррупцией.

Главным плюсом официального лоббизма является его открытость. Представитель лоббизма должен указать сведения о заказчике, срок найма представителя, сумму оплаты и один раз в 3 месяца отчитываться за те документы, которые он собирается лоббировать. Учитывая все возможные плюсы системы лоббизма, она не остается без негативных последствий. Во-первых, лоббистские возможности неизбежно столкнутся с финансовыми трудностями у тех, кто захочет ими воспользоваться.

Для привлечения команды лоббистов действительно необходимо привлечение больших финансовых средств. Так как в эту команду входят специалисты, готовые разобраться в любых законах и способные разработать стратегию для их изменения, что под силу только опытным и дорогостоящим юристам. Но проблема финансирования не является главной для лоббистов. Квалифицированное представительство лоббистов включает в себя способность связаться с важными людьми, принимающими законодательные решения.

Чаще всего, лоббист ранее сам работал с тем или иным законодателем, поэтому он может добиться встречи с ним. Любой грамотный политик знает, что его время не будет потрачено впустую, так как он осведомлен о качествах нынешнего лоббиста. Из этого следует, что компании выгодно нанять такого сотрудника, который ранее имел доступ в общении с определенным кругом лиц. Из вышесказанного можно сделать вывод, что одной из главных и первостепенных задач является доступ к законодателю.

Как и в избирательной компании, в лоббировании уделяется внимание написанию и посланию адресованных законодателю и сотрудникам регулярных органов с целью повлиять на их решение. И такие послания могут быть совершенно в разных формах. Влияние на законодателей и сотрудников регулятивных органов оказывается самыми разными способами. Это не только традиционное лоббирование, это и реклама в газетах, бигбордах, привлечение СМИ и т.д. Это все преследует ту же цель – повлиять на взгляды, на

законотворческий процесс, на распределение контрактов и в целом на все решения принимаемые властью.

На сегодняшний день, услуги профессиональных лоббистов могут позволить себе только крупные корпорации, банки, тяжелая промышленность, энергетические компании и т.д. А необходимо это малому и среднему бизнесу, стартапам любой среды, всем тем компаниям, которым нужно укрепиться на рынке, и самое главное, которые принесут огромную пользу государству.

Чтобы этого избежать, сперва нужно подписать акт о недопущении к лоббированию всех представителей групп интересов в лице чиновников или политиков, если их целью является влияние на того или иного законодателя. Исходя из вышесказанного, следует сделать вывод, что лоббированием могут заниматься непосредственно только официальные зарегистрированные лоббисты, которые больше ничем заниматься не могут. К примеру, этим перепрофилированием может заниматься часть консалтинговой компании и часть юридической. Если говорить о парламентском уровне лоббирования, то число лоббистов должно быть ограничено. В российском правовом ведомстве можно найти законы о лоббировании, но все они упорядочивают правоотношения лоббизма, не более. Из этого следует, что в законодательстве Российской Федерации, необходимо внести закон о лоббировании на федеральном уровне, которые бы налаживали взаимоотношения между государством, бизнесом, и самое главное обществом.

Рассмотрев все аспекты лоббизма, можно сделать вывод, что лоббисты прикладывают максимальные усилия к сотрудничеству с правительством. Для поддержки этой деятельности необходимо в первую очередь узаконить ее и официально признать не как объект давления на власть (или наоборот), а как помощника для народа и государства в том числе. Но при правильном стратегическом решении компетентных политологов и политтехнологов можно добиться пока что нерешаемой задачи - узаконивание лоббизма в России.

Библиографический список:

1. Безвиконная Е. В. Механизмы и формы политической самоорганизации местных сообществ в современной зарубежной практике // Тренды и управление.-2013. - №3. – С.24-45.
2. Толстик В.А., Трусов Н.А. Правотворческое лоббирование как средство борьбы за содержание права // Юридическая техника. - 2012. - №6. с. 80
3. Щупленков О.В., Щупленков Н.О. Проблемы взаимодействия гражданского общества и государства в современной России // Юридические исследования. — 2013. - № 4. - С.1-55. DOI: 10.7256/2305-9699.2013.4.585. URL: http://e-notabene.ru/lr/article_585.html
4. Понеделков А.В., Кузина С.И. Особенности трансформации гражданской идентичности в российском политическом процессе // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4. История. Регионоведение. Международные отношения. - 2013. - №1. - с. 70

Оригинальность 85%