

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА
ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ
КАФЕДРА ПАРЛАМЕНТАРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему

"ПАРЛАМЕНТСЬКИЙ ЛОБІЗМ. ДОСВІД США ТА УКРАЇНИ"

Студента 2-го курсу магістратури очної форми
навчання спеціальності 281 "Публічне управління
та адміністрування" освітньо-професійної програми
"Парламентаризм та парламентська діяльність"
Резцова Микити Дмитровича

Науковий керівник:
Дудко Ірина Дмитрівна,
доктор політичних наук, професор
професор кафедри парламентаризму,


Засвідчую, що в цій кваліфікаційній роботі
немає запозичень із праць інших авторів без
відповідних посилань

Студент  (підпис)

Робота допущена до захисту в екзаменаційній комісії рішенням кафедри
парламентаризму від "22" квітня 2024р., протокол № 41

Завідувачка кафедри парламентаризму, доктор політичних наук,
професор

Гошовська Валентина Андріївна


(підпис)

Київ - 2024

АНОТАЦІЯ

Резцов М. Парламентський лобізм: досвід США і України – Кваліфікаційна магістерська робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна магістерська робота на здобуття ступеня вищої освіти другого (магістерського) рівня галузі знань 28 «Публічне управління та адміністрування», спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування». – Навчально-науковий інститут публічного управління та державної служби Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, 2024.

Дослідження "Парламентський лобізм: досвід США і України" спрямоване на аналіз та порівняння механізмів лобіювання в парламентах Сполучених Штатів Америки та України. Робота вивчає роль лобіювання у формуванні законодавства та визначає його вплив на процеси прийняття рішень в парламентських системах цих країн. Зокрема, аналізуються історичні передумови розвитку парламентського лобізму, законодавче регулювання його діяльності, типові стратегії та методи впливу лобістів на парламентарів. Робота також враховує особливості політичної та культурної специфіки США та України, що впливають на характер та ефективність парламентського лобізму в обох країнах.

Результати дослідження можуть бути корисними для розуміння сутності та впливу лобіювання на парламентський процес, а також для розробки пропозицій щодо удосконалення законодавчого середовища та регулювання лобіювання в Україні.

Ключові слова: Парламентське лобіювання, Сполучені Штати, Україна, законодавчий процес, законодавство, регулювання лобіювання, політичний вплив, порівняльний аналіз, парламентські системи, публічне управління, публічна політика.

ABSTRACT:

Reztsov M. "Parliamentary Lobbying: Experience of the USA and Ukraine" – Qualifying Master's Thesis as a Manuscript.

This qualifying master's thesis is submitted for the degree of higher education of the second (master's) level in the field of knowledge 28 "Public Administration and Administration", specialty 281 "Public Administration and Administration". – Educational and Scientific Institute of Public Administration and Civil Service of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, 2024.

The research "Parliamentary Lobbying: Experience of the USA and Ukraine" aims to analyze and compare the mechanisms of lobbying in the parliaments of the United States of America and Ukraine. The thesis examines the role of lobbying in the formation of legislation and determines its impact on decision-making processes in the parliamentary systems of these countries. Specifically, it analyzes the historical preconditions for the development of parliamentary lobbying, legislative regulation of its activities, typical strategies, and methods of lobbyists' influence on parliamentarians. The thesis also considers the political and cultural specificities of the USA and Ukraine that affect the nature and effectiveness of parliamentary lobbying in both countries.

The findings of the research can be useful for understanding the essence and impact of lobbying on the parliamentary process, as well as for developing proposals to improve the legislative environment and regulate lobbying in Ukraine.

Keywords: Parliamentary lobbying, United States, Ukraine, legislative process, legislation, lobbying regulation, political influence, comparative analysis, parliamentary systems, public administration, public policy.

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ
КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ:**

Резцов М.Д. Парламентський лобізм: досвід США і України: 281 “Публічне управління та адміністрування”. Резцов Микита Дмитрович; Навчально-науковий інститут публічного управління та державної служби Київського національного університету імені Тараса Шевченка; кафедра парламентаризму; наук. кер. І. Д. Дудко, докт. політ. н., професор. К., 2024. 94с.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
1.1 Наукова думка щодо суспільно-політичної та політико-правової сутності лобізму.....	9
1.2 Класифікація лобізму, його видів.....	17
РОЗДІЛ 2. ЛОБІСТСЬКИЙ НАПРЯМ РЕГУЛЮЮЧИХ ФУНКЦІЙ ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР США	
2.1 Конституційно-правові та організаційні засади лобізму в США.....	23
2.2 Сучасні тенденції та особливості лобізму в США.....	26
РОЗДІЛ 3. ДОСВІД США З УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕГУЛЮВАННЯ ЛОБІЗМУ ДЕРЖАВНИМИ СТРУКТУРАМИ УКРАЇНИ	
3.1 Аналіз сучасного стану лобізму в Україні на законодавчому рівні.....	36
3.2 Рекомендаційні підходи щодо впровадження державного регулювання лобізму в Україні з урахуванням досвіду США.....	42
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	54
ДОДАТКИ	58

ВСТУП

Актуальність теми. Досвід країн світу свідчить, що влада не може існувати без підтримки громадськості. У цих умовах усе більш суттєвим комунікаційним засобом, без якого важко забезпечити інтереси громадськості та влади, стає лобізм. В обох країнах триває активний діалог щодо регулювання лобіювання. На особливу увагу в у цьому відношенні заслуговує науково інформація щодо лобізму в США, де цей вид професійної діяльності досяг не тільки високого рівня правового забезпечення, а й став цивілізованим напрямом захисту інтересів бізнес і політичних кіл, окремих прошарків громадськості. Україна як країна, що прагне до інтеграції в європейські та атлантичні структури, також стикається з викликами щодо гармонізації своїх законів та норм щодо лобізму з міжнародними стандартами. При цьому досвід США може служити як джерело важливих уроків та прикладів для вдосконалення внутрішньої політики.

Зазначимо, що проблеми лобізму знаходять відображення в дослідженнях українських вчених. Зокрема, внесок у розуміння завдань і проблем лобізму в Україні зробили представники Наукової школи вітчизняного парламентаризму (засновник і очільниця школи – доктор політичних наук, завідувач кафедри парламентаризму Навчально-наукового інституту публічного управління та державної служби Київського національного університету імені Тараса Шевченка).

Водночас наукове дослідження теми зберігає свою актуальність. Це зумовлюється:

1. необхідністю узагальнення досліджень з проблематики лобізму в аспекті порівняння досвіду в цьому відношенні США і України;
2. розробки рекомендацій щодо розвитку лобізму з урахуванням оновленого законодавства у цій сфері діяльності в Україні.

Метою дослідження є аналіз та порівняння механізмів лобіювання в парламентах Сполучених Штатів Америки та України, вивчення їхнього впливу на законодавчий процес та визначення специфіки парламентського лобізму в обох країнах.

Для досягнення зазначеної мети необхідно виконати наступні **завдання:**

- провести огляд наукової літератури щодо парламентського лобізму в США та Україні;
- окреслити класифікацію лобізму, його види і прояви;
- дослідити основні інструменти та методи лобіювання в Сполучених Штатах Америки та України;
- визначити основні чинники, які впливають на прийняття лобістами рішень та їхню взаємодію з парламентаріями;
- здійснити порівняльний аналіз механізмів та результатів лобіювання в обох країнах.

Об'єкт дослідження - парламентський лобізм.

Предмет дослідження - механізми та вплив парламентського лобізму в Сполучених Штатах Америки та Україні.

Теоретико-методологічні засади дослідження базуються на системному аналізі, інтердисциплінарному підході та комплексному вивченні проблеми. Вони включають в себе застосування концепцій, теорій та методів з різних галузей науки, таких як політична наука, соціологія, правознавство, економіка та інші. Ключовими принципами є об'єктивність, системність, комплексність та наукова обґрунтованість. Такий підхід дозволяє здійснити глибокий аналіз обраної проблеми, розкрити її сутність та виявити взаємозв'язки між різними аспектами. В результаті дослідження формулюються висновки та рекомендації, спрямовані на вирішення виявлених проблем і покращення аналізованої ситуації.

Практичне значення цієї роботи полягає у встановленні основних принципів та рекомендацій щодо розвитку лобізму в Україні з використанням досвіду Сполучених Штатів. Результати дослідження можуть бути використані у практиці розробки та удосконалення законодавства про лобізм, сприяючи створенню більш прозорих та ефективних механізмів взаємодії між громадськістю та державними структурами. Крім того, ця робота може слугувати основою для проведення подальших досліджень у сфері політичного впливу та формування демократичних інститутів. В останню чергу, вона спрямована на підвищення рівня свідомості громадян щодо процесів лобіювання та їхнього впливу на політичне прийняття рішень.

Новизна цього дослідження полягає в тому, що воно пропонує комплексний аналіз механізмів лобізму в Україні з урахуванням досвіду Сполучених Штатів. Вперше вивчено взаємозв'язок між парламентським лобізмом та процесом прийняття рішень в Україні, а також порівняно його з американською практикою. Дослідження також вносить новітні дані та аналізує актуальні тренди у сфері лобізму, що робить його важливим внеском у розуміння цього явища в сучасному політичному контексті. Крім того, робота розглядає можливі шляхи удосконалення державного регулювання лобізму в Україні на основі американського досвіду, що є оригінальним підходом до вирішення проблеми.

Структура роботи. Магістерське дослідження складається зі вступу, трьох розділів, кожен з яких містить по три, два підрозділи, висновків та додатків. Список цитованої літератури налічує 44 найменування з них 14 іноземні. Загальний обсяг роботи – 84 сторінки.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Наукова думка щодо суспільно-політичної та політико-правової сутності лобізму

Уявлення про лобізм та різноманітні наукові підходи до його визначення мають своїм корінням англійське слово "lobby" ("коридор"). У XVI столітті це слово використовувалося для призначення місць для прогулянок у монастирях, а вже у XVII столітті термін "лобізм" став використовуватися для визначення приміщень для прогулянок у британській палаті общин. «Політичний відтінок слово набуло наприкінці XVIII ст. в Сполучених Штатах Америки. «Перша поправка Конституції США, що декларує право громадян звертатися до уряду з петиціями, вперше заклала основу для розвитку явища через систему правових норм. У 1808 р. слово «лобі» було вперше зафіксовано в протоколах Конгресу США. Під цим поняттям розуміли місце, де зацікавлені особи мали змогу донести свою позицію до членів Палати представників та сенаторів. Цим місцем виступали холи та коридори, адже вхід приватним особам до зал засідань був заборонений, а самі особи визначалися як «лобісти» (lobbyists). За іншою версією, розповсюдження терміну «лобі» пов'язане з холлом готелю «Віллард» у Вашингтоні, де на рубежі XVIII-XIX ст. зупинялися парламентарії, що приїжджали на сесію. Саме у вестибюлі цього готелю, особи мали змогу донести свою позицію щодо ухвалення того чи іншого закону» [19].

Отже, можна стверджувати, що термін "лобізм" виник у США з сучасним значенням. «У XIX столітті лобістами називали прохачів, які зверталися до державних установ. Тоді вважали, що їх не слід допускати до зали засідань, де приймаються закони, тому що вони не могли пройти далі холів і прийомних, тобто кулуарів. Однак ключовим словом тут є "тиск", і тому лобізм завжди має конкретний об'єкт впливу. Це може бути політик, політична партія, відомство, парламент в цілому, структури виконавчої влади тощо, за допомогою яких досягаються певні цілі. Якщо відсутній об'єкт впливу або

немає адресатів звернень, то і самої лобістської діяльності не існує» [19].

Лобізм може бути розглянутий як:

- «будь-яка діяльність організацій, що впливають на органи державної влади з метою сприяння власним інтересам, при цьому ці організації, на відміну від партій, не можуть самі взяти відповідальність за владу в країні» [24, с. 12];

- «продуктивне втручання у господарські та соціальні процеси з використанням політичних методів і засобів. Він підкреслює, що в політичному відношенні лобіювання сприяє зміцненню засад толерантності у суспільстві» [23];

- «процес пошуку засобів впливу на уряд та його інституції шляхом інформування громадськості щодо політичних питань, що стоять на порядку денному» [26, с. 3];

- «система неформалізованого представництва інтересів у політичних рішеннях» [11];

- «процес приведення формальної влади відповідно до фактичної влади» [11];

- «організований вплив різних суспільних груп на представників органів державної влади з метою прийняття вигідних для себе рішень» [20, с. 71];

- «діяльність фізичних осіб, у тому числі фізичних осіб-підприємців, їх об'єднань, консультативно-дорадчих органів, створених при органах державної влади або органах місцевого самоврядування, юридичних осіб та їх об'єднань, що здійснюється у спосіб, не заборонений законом, і спрямована на здійснення легального впливу на органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб під час прийняття (участі у прийнятті), внесення змін, скасування ними рішень, крім індивідуальних, з метою закріплення в них власних інтересів лобістів або інтересів третіх осіб» [18];

- «невід’ємна складова політичної комунікації, що передбачає механізм прямого і зворотного зв’язку суспільства і держави. Процеси формування рішень, механізму впливу на громадську думку, захисту власної позиції - все це, в широкому розумінні, може сприйматися як явище, що кореспондується з поняттям «лобіювання» [5, с. 50-51];

- «система і практика впливу зацікавленими групами чи окремими індивідами на прийняття рішень певними органами влади чи деякими їх представниками задля реалізації визначених потреб (інтересів)» [4, с. 181];

- «дієвий елемент конституційної системи демократичного представництва, який дає змогу громадянам брати активну участь у процесах прийняття та реалізації політичних рішень тими групами, які позбавлені реальної ресурсної можливості» [13];

- «особливе явище в демократичній правовій державі, яке забезпечує реалізацію конституційного права громадян у межах, передбачених чинним законодавством, щодо участі в управлінні державними справами, шляхом впливу на органи державної влади» [13];

- «активний процес діяльності суб’єктів правовідносин, які об’єднані певними спільними інтересами (економічними, політичними, соціальними) для відстоювання і захисту своїх інтересів та інтересів інших суб’єктів правовідносин перед уповноваженими органами державної влади для прийняття (в тому числі - зміни і / або скасування) необхідного нормативно-правового акту» [17];

- «особлива система і практика організації окремих груп суспільства шляхом цілеспрямованого впливу на органи законодавчої та виконавчої влади; це тиск, «проштовхування» інтересів, а влада є об’єктом лобізму. Крім того, лобізм - це «посередницьке» політико-правове явище» [12];

- «продумана діяльність у задоволенні певних інтересів або чиненні тиску на державних службовців та законодавців представниками груп інтересів з метою прийняття оптимальних для них рішень. Стереотипно лобізм

часто асоціюється з корупцією і нелегальними методами впливу на прийняття рішень урядовими структурами, хоча у своїй суті явище не обов'язково передбачає підкуп державних службовців, депутатів» [15, с. 18].

«Політичне призначення лобізму - здійснювати функцію соціального посередництва між громадянським суспільством та державою, а також сприяти спрямованому «обміну інформацією» в процесі законотворчості. Так, французький політолог М. Дюверже, зауважуючи, що законодавці намагаються легалізувати лобізм та перевести його «з кримінального шляху до інформаційного», мав на увазі подолання прямого підкупу та скупки голосів за рахунок «непрямого» інформаційного впливу об'єктивної інформації, яка підтверджує обґрунтованість інтересів та вимог щодо очікуваних рішень влади. Під час розробки та прийняття законів, при інтерпретації законодавчого чи будь-якого нормативного акта урядовцями важливу роль відіграють не тільки їхні знання та професіоналізм, але і об'єм та характер інформації, яку він має» [6].

Отже, варто відзначити, що лобіювання має як позитивні, так і негативні наслідки, спрямовані на вирішення важливих питань державного управління. Крім того, його розглядають як політичний інститут, юридичний феномен та економічну категорію. Проте системних досліджень поняття «лобізм» в контексті публічного управління майже не існує.

У широкому сенсі під лобізмом розуміється «будь-яка діяльність громадян, суспільних груп, асоціацій бізнесу, партій та інших організованих об'єднань, спрямована на державні органи влади з метою просування власних інтересів. При цьому лобізм також включає діяльність владних суб'єктів, спрямовану на просування своїх корпоративних інтересів, отримання владних преференцій. У такому трактуванні лобізм фактично дорівнюється до терміну «advocacy» (в перекладі з англійської мови - активний публічний захист, підтримка, пропаганда поглядів та позицій), який також означає організацію контактів з метою просування інтересів, проте мова йде про контакти не тільки

через органи державної влади, але й через будь-які суспільні та комерційні організації, політичні партії, впливових осіб тощо» [9].

Дослідники виділяють чотири основні підходи до розуміння поняття «лобізм»:

«У загальноприйнятому сенсі: Лобізм тлумачиться як сукупність засобів та методів впливу на органи державної влади, які використовуються зацікавленими групами для досягнення сприятливих для них рішень.

У практичній політиці: Лобізм використовується відносно виконавчої та законодавчої влади. Наприклад, коли урядовий законопроект зазнає опозиції, уряд вдається до лобістських зусиль для забезпечення підтримки депутатів. Зворотний процес відбувається, коли парламент тисне на виконавчу владу.

В різних термінах: Терміни «лобізм» та «лобіст» можуть мати вузьке (пряме) та широке розуміння. У вузькому сенсі, лобізм - це професійна діяльність організацій або їх співробітників, які виступають у ролі лобістів. У широкому сенсі, лобістом може бути будь-яка посадова особа, яка здійснює дії, що можна вважати лобізмом.

З юридичної точки зору: Лобістом в США вважається будь-яка особа, зареєстрована як така відповідно до чинного закону про регулювання лобістської діяльності» [1].

Науковець Д. Виговський обґрунтував поняття «лобізму» та визначив наступні аспекти:

«Пов'язаність з прийняттям державних рішень: Лобіювання відноситься виключно до прийняття державних рішень. Рішення, які приймаються приватними особами або організаціями, можуть також бути під впливом зацікавлених груп, але цей вплив не вважається лобізмом.

Мотивація впливу: Всі форми лобізму мотивовані бажанням впливати. Хоча багато дій або подій можуть впливати на державні рішення, якщо вони не мають мотивації чинити вплив, їх не можна вважати лобізмом.

Посередництво або представництво: Лобіювання передбачає наявність посередника або представника між групою громадян та державними органами.

Якщо громадянин за своїм бажанням і користуючись доступними методами прагне вплинути на державного чиновника, він не може вважати себе лобістом.

Установлення контактів для передавання повідомлень: Будь-яке лобіювання завжди пов'язане з встановленням контактів для передавання повідомлень, оскільки це єдиний спосіб здійснення впливу» [3 с.45].

«Держава, урахуваючи різноманітність суб'єктів та їхні умови функціонування, приймає рішення через компетентні органи. Ці рішення можуть бути ретельно продуманими та ефективними або імпульсивними та однобічними. Однак вони рідко задовольняють всіх учасників політичного процесу через наявність різноманітних течій та інтересів у суспільстві. Різні зацікавлені групи прагнуть бути почутими та мати вплив на прийняття рішень державою та політичними структурами. Лобісти, діючи відповідно до контексту, використовують різноманітні та прийнятні способи, щоб привернути увагу держави та впливати на прийняття рішень відповідно до своїх інтересів». [16 с. 10]

Лобізм є реальним, але недостатньо вивченим явищем, що вимагає розвитку механізмів його регулювання та використання в межах існуючого законодавства на користь держави й громадян. Він становить важливий аспект розвитку сучасного державотворення та системи державного управління.

Питання законодавчого регулювання лобізму в Україні вперше виникло у 1999 році, і з того часу було внесено кілька законопроектів, у тому числі три у 2020 році. Однак жоден із них не був розглянутий парламентом, а всі були відхилені Комітетом Верховної Ради України з питань правової політики. Незважаючи на це, у жовтні 2021 року було створено робочу групу для регулювання лобістської діяльності. Однак конфлікт вніс свої корективи, включаючи в політичне життя країни, тому до 2023 року питання регулювання лобізму залишалося поза увагою держави.

У серпні 2023 року Верховною Радою України було прийнято закон «Про правотворчу діяльність», який зобов'язує Кабінет Міністрів України у

шестимісячний строк після набрання закону чинності подати до Верховної Ради України законопроект щодо лобізму та лобістської діяльності. Таким законопроектом став «Про доброчесне лобіювання» № 10337, внесений 13 грудня 2023 року, і вже 10 січня 2024 року цей законопроект було прийнято за основу у першому читанні. Також до Верховної Ради України надійшли законопроекти «Про лобізм та лобістську діяльність в Україні» і «Про державну реєстрацію суб'єктів лобіювання та здійснення лобіювання в Україні», які також були розглянуті, але зняті з розгляду. [37]

Проте законопроект «Про доброчесне лобіювання», який був прийнятий у першому читанні, став предметом широкої критики, яку висловили як громадські організації, так і правники та науковці. «Вони зазначили, що він не повністю відповідає рекомендаціям Ради Європи та Організації для економічного співробітництва та розвитку, і не забезпечує належне відмежування лобістської діяльності від інших видів діяльності, спрямованих на захист суспільних інтересів при формуванні державної політики». [14]

Тому, 12 березня 2024 року Президент України підписав Закон України «Про доброчесне лобіювання», який визначає "правові засади доброчесного лобіювання в Україні". Однак, відсутність дефініції поняття «доброчесне лобіювання» є його концептуальним недоліком.

«За висновком Головного науково-експертного управління Апарату Верховної Ради України, визначення терміну "лобіювання" у запропонованому законі як вплив суб'єкта лобіювання на об'єкт лобіювання, що здійснюється з використанням методів, визначених статтею 8 цього закону, не в повній мірі відповідає рекомендаціям Ради Європи, ОЕСР та застосованому підходу на рівні установ ЄС» [5].

«Згідно зі статтею 8 закону, методи лобіювання включають дії суб'єктів лобіювання, спрямовані на вплив на об'єкт лобіювання під час планування, розроблення та/або прийняття нормативно-правового акта, зокрема:

- пряму чи опосередковану комунікацію між суб'єктом лобіювання та об'єктом лобіювання;

- підготовку та розповсюдження пропозицій, програмних документів, аналітичних матеріалів тощо;
- участь у заходах під час планування та розроблення нормативно-правового акта;
- запрошення об'єкта лобіювання на зустрічі, конференції тощо;
- організацію публічних заходів, інформаційних кампаній тощо;
- інші методи, не заборонені законодавством» [5].

Однак це визначення може бути несповним у порівнянні з міжнародними стандартами та практикою у Європейському Союзі.

Таким чином, методи, які описані у статті 8 проекту, не охоплюють адміністративні рішення у сфері лобіювання, незважаючи на те, що, згідно з Рекомендацією ОЕСР С(2016)16, лобіювання означає «усну або письмову комунікацію з публічним посадовцем з метою впливу на законодавство, політику та адміністративні рішення, часто зосереджену на законодавчій гілці влади на національному та місцевому рівнях, але також і в органах виконавчої влади, наприклад, для впливу на прийняття нормативних актів чи розробку проєктів і контрактів». [12] Також, відповідно до визначення Венеціанської комісії, лобіювання - це «усна чи письмова комунікація приватних осіб чи груп з державним посадовцем з метою впливу на законодавство, політику чи адміністративні рішення». [8]

1.2.Класифікація лобізму, його види

Характерні риси лобізму включають його законність, конкурентний характер, специфіку комунікації, суспільну важливість, незалежність суб'єкту від об'єкту, фокус на зміну існуючих правил та використання методів переконання. «Законність означає відповідність лобістської діяльності чинному законодавству, навіть якщо вона має непрозорий характер. Порушення закону вже не вважається лобізмом, але корупцією. Групи інтересів змагаються за ресурси, такі як ліцензії та гранти, при цьому влада виступає як об'єктивний арбітр. Фаворитизм відрізняється від лобізму тим, що відбувається, коли посадові особи приймають рішення лише на основі своєї симпатії до конкретної групи інтересів» [52].

Суть лобізму «полягає в впливі груп інтересів на суб'єктів владних повноважень, незалежно від їхньої державної або партійної приналежності, а також на певні суб'єкти міжнародного права. Відмінність лобізму від інших політично-правових інститутів полягає у тому, що його вплив спрямований безпосередньо на суб'єктів владних повноважень з метою вплинути на прийняття ними відповідних рішень. Крім того, лобізм відбувається в інтересах конкретних груп чи окремих осіб» [1, с. 548].

Багато дослідників визначають суб'єкти лобізму як основу формування цього інституту. «Серед таких суб'єктів виділяють групи інтересів, які прагнуть впливати на об'єкти лобізму для досягнення своїх цілей. Групи інтересів є різноманітними і включають політичні партії, профспілки, приватні підприємства, транснаціональні корпорації, громадські та релігійні організації, державні діячі, окремі особи, а також держави у разі транснаціонального або міжнародного лобізму. Групи інтересів є ключовими діячами політичної активності громадян. Суб'єкти лобізму поділяють на політичні, економічні, соціальні, зовнішньополітичні тощо. Наприклад, до політичних суб'єктів відносяться фінансово-економічні групи, що активно беруть участь у передвиборних кампаніях та політичному житті для здійснення впливу. До соціальних суб'єктів лобізму відносяться профспілки та

громадські організації. Економічними суб'єктами є фінансово-промислові групи, приватні підприємства, транснаціональні корпорації тощо. До зовнішньополітичних суб'єктів лобізму належать впливові групи, представлені великими транснаціональними корпораціями та міжнародними організаціями». [6]

Суб'єкти лобізму використовують дві основні моделі лобізму: «плюралістичну та корпоративістську, обидві функціонують в рамках системи функціонального представництва інтересів. Функціональне представництво означає представлення інтересів через різноманітні форми і методи, встановлення взаємозв'язків між групами інтересів та державними структурами. Це один з основних каналів співпраці громадянського суспільства і держави. Плюралізм, який підтримує відкритий вплив, передбачає, що держава контролює розподіл ресурсів і пільг шляхом демократичного впливу численних конкуруючих груп інтересів. У цьому контексті держава виступає як арена для вирішення групових конфліктів або арбітр, що сприяє гармонізації інтересів різних груп» [10].

«У більшості розвинених демократичних країн правовою основою лобізму є конституційне положення, яке гарантує кожному суб'єкту суспільних відносин право захищати свої інтереси законними засобами, включаючи участь у формуванні державної політики та вплив на прийняття владних рішень. Мета лобістів залишається стабільною в сучасних демократіях, проте їхню діяльність легалізовано та вдосконалено, враховуючи сучасні соціально-політичні умови. Оскільки влада об'єктивно не може задовольнити всі інтереси одночасно та повно, виникає проблема пріоритетів у прийнятті рішень. Це призводить до бажання різних груп та верств суспільства впливати на державну політику, стимулюючи уряд приймати рішення, що вигідні для них. Предметом лобізму є спектр цілей, які суб'єкти лобізму переслідують, використовуючи тиск на органи державної влади та організуючи лобістські кампанії». [12 с. 35]

Суть діяльності лобістів полягає у тому, що вони відповідають за зв'язки між організацією та державними структурами, особливо уважно відстежуючи потенційний вплив, який можуть мати розглянуті законопроекти на функціонування цієї організації у разі їх прийняття. «Зазвичай працюючи у головному офісі у столиці, лобісти, які відповідають за зв'язки з законодавчими органами, мають кілька основних цілей:

- Покращення відносин з ключовими працівниками державних установ та організацій.
- Відстеження роботи законодавчих та виконавчих органів, міністерств і відомств у сферах, які впливають на життя громадян певного виборчого округу.
- Активізація участі виборців у справах державного управління на всіх рівнях.
- Вплив на законодавство, що стосується економічних інтересів виборців конкретного району та розташованих там підприємств.
- Попереднє сповіщення законодавців та досягнення зрозуміння з їхнього боку стосовно діяльності організацій, що функціонують у певному виборчому окрузі» [8].

Лобісти в багатьох випадках досягають або не досягають своїх цілей, залежно від того, наскільки вони мають розвинені навички у галузі паблік рілейшнз, що включає в себе здатність будувати позитивні відносини з об'єктами впливу та надавати переконливу інформацію. «Це орієнтується як на законодавців і державних службовців, так і на звичайних виборців і громадян, які мають інтереси. Однак, окрім цих навичок у сфері паблік рілейшнз, лобістам також потрібні глибокі знання в галузі державного управління, законотворчого процесу, соціальної політики та формування громадської думки. Організації, які зацікавлені у взаємодії з державними органами та їхніми представниками, зазвичай наймають кваліфікованих фахівців, які мають завдання впливати на законодавчий процес» [19 с.147].

Одне з найбільш проблематичних аспектів у теоретичному розгляді лобіювання як явища - це його класифікація, без якої неможливо визначити його сутність. За висновками зарубіжних дослідників Ч. Ендрейна і Д. Ептера, «існують три типи лобізму:

- "прямий лобізм" - коли лобісти-професіонали цілеспрямовано ведуть роботу з представниками установ влади, на яких наймається група;
- "непрямий лобізм" - коли організуються різноманітні заходи, такі як широкомасштабні кампанії у ЗМІ, збір підписів, відправлення листів на підтримку або проти конкретних рішень;
- "внутрішній лобізм" - коли інтереси в установах влади захищають особи, які працюють в них або мають прямий доступ до них»[11].

«З урахуванням застосованих технологій лобізм поділяють на відкритий (публічний або легальний) та закритий (тіньовий або нелегальний), які різняться як за характером, так і за важливістю для конкурентної, ринкової економіки. У відміню від публічного, тіньовому лобізму притаманні прямі особисті зв'язки зацікавленої сторони з особою, яка приймає рішення, що може призвести до акту протекції: ухвала, указ, закон, що служать основою для пільг, дотацій, субсидій, користь від яких отримує одна особа або група осіб. З урахуванням особливостей інтересів суб'єктів лобізму виокремлюють політичний, соціальний, економічний, фінансовий, правовий типи лобізму. Згідно з кількістю учасників лобіювання виділяють індивідуальний лобізм, що базується на особистих зв'язках; клановий, або колективний лобізм - захист інтересів компаній або певних соціальних груп» [5].

Щодо форм, рекомендується врахувати погляд М.І. Росенка. У своїй роботі він виділяє «наступні найбільш поширені форми лобізму в світовій практиці:

- виступи на слуханнях у профільних комітетах законодавчого органу;
- розроблення законопроектів і їх внесення на розгляд парламенту;
- організація пропагандистських кампаній у ЗМІ щодо підготовки або прийнятих рішень;

- проведення науково-практичних конференцій з участю представників законодавчих та виконавчих органів влади;
- психологічний тиск на депутатів і представників виконавчої влади (дзвінки, листи, телеграми, особисті візити впливових осіб та місцевих виборців);
- мітинги, страйки, демонстрації, пікети та інші» [12].

В.В. Сумська визначає різні форми лобіювання, які включають «неформальну (вплив на державних службовців апаратів законодавчих та виконавчих органів влади), дорадчу (участь у засіданнях в органах влади), експертну (підготовку експертних висновків), консультативну (консультування чиновників), правотворчу (підготовку та обговорення проектів нормативно-правових актів) та роботу в галузі PR (взаємодія з ЗМІ).

Деякі дослідники проводять типологію лобіювання в залежності від специфіки процесу взаємодії, розрізняючи дві форми - пряме та опосередковане. Пряме лобіювання передбачає прямий контакт лобіста з об'єктом лобіювання, представником законодавчої або виконавчої влади. Опосередковане лобіювання здійснюється через масові заходи, кампанії підтримки або протидії діям державної влади. Метою цієї форми є вплив на суспільну думку та формування тиску для ухвалення або відхилення рішень. Деякі вчені вважають це за лобіювання знизу, яке поєднує пряму форму лобіювання з масовими політичними та суспільними рухами». [29]

А. Нестерович вводить найбільш повну типологію лобіювання, що ґрунтується на комплексному застосуванні та поєднанні різних критеріїв. Він розрізняє такі основні категорії: «за формою закріплення (інституційне, легальне, квазілобіювання); за методами (пряме, непряме, внутрішнє); за моделями в правотворчому процесі (англосаксонська, континентальна); за формою представлених інтересів суб'єктами лобіювання (плюралістичне, корпоративне); за функціональною направленістю (політичне, секторальне, регіональне, соціальне, релігійне, фінансове, економічне); за часом дії (довгострокове, тимчасове); за масштабами (міжнародне, на рівні держави, регіону); за механізмами досягнення мети (правове, правозастосовне,

правоінтерпретаційне); за об'єктом (законодавче, виконавче, судове); за ступенем організованості суб'єктів (анемічне, організоване)» [14].

Водночас автор підкреслює, що «ця типологія має свої обмеження, і вважає, що жодна класифікація не може повністю відобразити складність та динаміку явища лобіювання. Навіть які б нові класифікації не пропонувалися, вони, за його переконанням, також будуть обмеженими та не здатними відтворити всі аспекти цього постійно змінюючогося феномена» [46].

Україна відзначається наявністю двох основних форм лобізму: тіньового та публічного. «У першому випадку, спостерігається конфіденційний обмін думками між зацікавленою стороною та особою, яка приймає важливі рішення. Це може призвести до ухвалення законодавчих актів або рішень, спрямованих на забезпечення вигоди певній особі або групі замовників. Публічний лобізм, натомість, відстежує інтереси цілих галузей та сфер економіки, він є загальнонаціональним за походженням. Проте він поки що не є повноцінним, цивілізованим лобізмом у тій формі, в якій він присутній у розвинених країнах, де лобізм виявляється однією з ключових складових регулювання інтересів у суспільстві, а також інструментом зворотного зв'язку між державою та суб'єктами економічної діяльності» [18].

Отже, основа для аналізу проблеми лобізму полягає в теорії "груп інтересів". Важливим механізмом, що забезпечує вплив груп тиску на процес ухвалення політичних та управлінських рішень органами влади, є саме лобізм. Лобізм, у якійсь формі, присутній у будь-якій політичній системі, хоча він може мати свої відмінності через етнопсихологічні та історико-культурні особливості.

Висновки до першого розділу

Сучасна наукова думка за більшістю позицій окреслює лобізм в демократичному суспільстві в якості інструмента самоорганізації громадянського суспільства, за допомогою якого мобілізується суспільна підтримка чи опозиція певному законопроекту, здійснюється вплив на політику. «Лобізм у цій ситуації є свого роду суперником бюрократії. Враховуючи, що держава усе більше і більше поступається своїми позиціями у сфері захисту інтересів різних соціальних груп і шарів, лобістські групи виконують функцію посередництва між громадянами і державою» [23].

Натомість, правова складова лобіювання полягає у тому, що існування нормативно-правових актів, які регулюють питання лобіювання в конкретній державі, забезпечують повноцінне, легальне існування даного інституту в конституційному праві. В іншому випадку, відсутність законодавчого регулювання веде за собою використання «негласних правил», які фактично дають змогу розвитку явищу корупції у парламентській практиці

Вітчизняний вчений М.І. Бризицький, досліджуючи ознаки правового механізму лобіювання, доходить висновку, що «лобіювання має цілеспрямований характер – закріплення інтересів зацікавлених осіб в офіційних актах; є юридичною конструкцією впливу представника групових інтересів на суб'єкта публічної влади; забезпечує процедуру лобіювання, в ході якої здійснюється застосування правових засобів. Ці ознаки дозволяють сформулювати поняття правового механізму лобіювання як системи правових засобів впливу представника групових інтересів на суб'єкта публічної влади з метою закріплення в офіційних актах інтересів зацікавлених осіб» [3].

Однією з найбільш змістовних вважається «класифікація лобізму за груповими ознаками», що виокремлює:

- політизований лобізм (бізнес-групи та їх політичні представники, які використовують політичний вплив через участь у виборах та прямо залучені у відповідну боротьбу);

- соціальний лобізм (представники аграрного сектора, профспілки, жіночі, молодіжні та екологічні організації, які захищають інтереси власних соціальних груп);

- корпоративний лобізм (галузеві комплекси, промислові та фінансові корпорації, які намагаються отримати різноманітні пільги та привілеї для власної фінансово-економічної діяльності)» [40].

«Класифікація видів лобізму та відповідної діяльності проявляється також у способах та методах впливу на законодавчі органи державної влади. Виходячи з цього, конкретний аналіз типів суб'єктів лобістської діяльності доцільно проводити на основі провідних факторів законодавчої діяльності парламенту. «Основними та найвпливовішими суб'єктами лобістської діяльності в парламенті в першу чергу виступають найбільш потужні й впливові державні, цивільні інститути та промислово-фінансові корпорації, що дає змогу окреслити наступні провідні класифікаційні види лобізму:

- *президентський лобізм* (президент країни та його адміністрація);

- *урядовий лобізм* (уряд, силові структури, міністерства, відомства, комітети);

- *парламентський лобізм* (одно- або двопалатний парламент);

- *судовий лобізм* (судові інстанції – федеральні, апеляційні, окружні, регіональні);

- *фінансовий лобізм* (банкові установи, промислові корпорації, різнопланові фонди);

- *регіональний лобізм* (регіони, штати, провінції, кантони, графства тощо);

- лобізм *бізнес-груп* (галузеві та промислові об'єднання - ВПК, АПК, космічна промисловість, виробники алкоголю й тютюну, транспортники, зв'язківці тощо);

- лобізм *політичних партій та громадських організацій* (політичні партії, громадські організації, профспілки);

- *конфесійний лобізм* (церква, релігійні організації, закордонні секти);

- лобізм *іноземних держав й фірм*» [51].

А. Нестерович вводить найбільш повну типологію лобіювання, що ґрунтується на комплексному застосуванні та поєднанні різних критеріїв. Він розрізняє такі основні категорії: «за формою закріплення (інституційне, легальне, квазілобіювання); за методами (пряме, непряме, внутрішнє); за моделями в правотворчому процесі (англосаксонська, континентальна); за формою представлених інтересів суб'єктами лобіювання (плюралістичне, корпоративне); за функціональною направленістю (політичне, секторальне, регіональне, соціальне, релігійне, фінансове, економічне); за часом дії (довгострокове, тимчасове); за масштабами (міжнародне, на рівні держави, регіону); за механізмами досягнення мети (правове, правозастосовне, правоінтерпретаційне); за об'єктом (законодавче, виконавче, судове); за ступенем організованості суб'єктів (анемічне, організоване)» [14].

Багатовимірність лобізму зумовлює різні форми (моделі) його прояву на європейському і американському континентах. На увагу заслуговує американська – плюралістична – модель лобізму, що дає змогу брати активну участь в лобіюванні різним групам, які представляють політичні, бізнес і суспільні інтереси. Цьому сприяють законодавчі й інституційні засади лобізму в США, що (попри можливі протиріччя) перетворюють лобізм на елемент демократичного врядування суспільства.

РОЗДІЛ II.

ЛОБІСТСЬКИЙ НАПРЯМ РЕГУЛЮЮЧИХ ФУНКЦІЙ ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР США

2.1 Конституційно-правові та організаційні засади лобізму в США

Сполучені Штати Америки відіграли першості роль у легалізації практики лобізму, і в наш час Америка є країною з найрозвинутішим інститутом лобізму у світі. Вітчизняні дослідники, зокрема В.Ф. Нестерович, висловлюють думку про те, «що США, разом з Конституцією та інститутом президентства, забезпечили міжнародній правовій спільноті такий конституційно-правовий механізм взаємодії органів публічної влади та різних суспільних груп, яким став лобіювання. У процесі інституціоналізації лобіювання набувший унікальний досвід може бути корисним при прийнятті аналогічного законодавства в Україні» [24].

І. Д. Вавочкіна вказує на те, що перші спроби нормативно-правового регулювання лобізму відбулися в США, зокрема через резолюції Палати представників. «Одна з таких резолюцій, прийнята у 1852 році, забороняла допуск до прес-галереї в Палаті представників професійних агентів, які мали відношення до питань, що розглядалися у Сенаті. Інша резолюція, ухвалена у 1876 році, вимагала від фізичних та юридичних осіб надавати інформацію про своїх найнятих радників та агентів клеркові Палати представників США, інакше ці особи не могли брати участь у комітетах Палати представників. Також, у 1854 році в Конгресі США був утворений спеціальний комітет для розгляду питань про підкуп та тиск на членів Конгресу з метою забезпечення ухвалення того або іншого законопроекту в Палаті представників» [9].

Розслідування, проведені на початку ХХ століття у Конгресі США, щодо незаконного лобізму, відіграли ключову роль у процесі інституціоналізації лобіювання в Америці. «Ці дослідження надали

законодавцям важливу практичну інформацію про лобізм, яку вони використали у своїх подальших законопроектах для контролю за діяльністю лобістів» [6].

«Першим законом у США, спрямованим на регулювання лобістської діяльності, став «Закон про регулювання іноземних агентів» (FARA), прийнятий в 1938 році. Цей закон був важливим кроком у поліпшенні правового регулювання лобістської діяльності, метою якого було запобігти хаотичному тиску різних груп інтересів на законодавчий процес у країні. Спочатку закон був спрямований проти агентів фашистської Німеччини, особливо перед Другою світовою війною. У 1943 році Верховний Суд США роз'яснив, що основною метою FARA було виявлення агентів, що діють на користь іноземних організацій та здійснюють підривну діяльність або поширюють іноземну пропаганду.

Однак, післявоєнні зміни у світі призвели до застаріння норм FARA, тому Конгрес вніс у закон ряд змін у 1966, 1989, 1995 і 1998 роках. Ці зміни стосувалися розмежування політичної пропаганди та діяльності іноземних суб'єктів у сфері економіки, визначення об'єкту іноземного лобіювання як урядових установ, а також деталізації системи звітності лобістів, що захищають іноземні інтереси. Ці зміни зсунули акцент регулювання з пропагандистської діяльності на політичну та економічну сфери» [28].

Зазначимо, що «на сьогодні цей закон регулює діяльність не лише іноземних представників, а й осіб, що представляють іноземний уряд, політичну партію, самостійного суб'єкта або іншого, так званого, іноземного принципала, які займаються "лобістською діяльністю". Згідно з цим законом, іноземні лобісти мають зареєструватися і подати повідомлення про свої наміри Державному секретареві США. Цей закон із рядом змін діє в країні й на сьогодні» [10].

Розглянуті законодавчі акти, що регулювали певні аспекти лобістської діяльності в США, залишали більшість цього суспільно-

політичного явища поза сферою права. Тому з кінця 20-х років ХХ століття в США розпочалася робота над прийняттям загального закону щодо регулювання лобістської діяльності. У 1928 році сенатор Т. Карреуей вніс законопроект щодо контролю за лобістською діяльністю, який був підтриманий сенатом, але не пройшов у палаті представників. У 1935 році сенатор Х. Блек та конгресмен Г. Сміт подали законопроекти до відповідних палат Конгресу, які передбачали реєстрацію лобістів та подання звітів груп тиску щодо їх законодавчих інтересів та витрат на лобіювання. Ці законопроекти були схвалені сенатом у 1935 році та палатою представників у 1936 році, але вони містили розбіжності, які погоджувальна комісія не змогла вирішити, тому закон не був прийнятий.

«Ефективнішою була діяльність об'єднаної комісії, в якій активну участь брали політологи. Представники Комісії з питань законодавчих органів влади Американської асоціації політичної науки рекомендували розробникам законопроекту забезпечити реєстрацію всіх груп, що представлені в комітетах конгресу, та надавати повну інформацію про їх членство, фінанси тощо. Голова цієї комісії, Дж. Геллуоей, настоював на обов'язку лобістів подавати квартальні звіти про свої витрати. Разом із іншими рекомендаціями комісії Лафолета - Мотроні, до законопроекту про реорганізацію конгресу, було включено проект закону щодо регулювання лобістської діяльності, який став третім розділом цього закону і отримав назву "Федеральний закон про регулювання лобістської діяльності». [33]

2 серпня 1946 року президент США підписав затверджений закон. У параграфі 266 цього закону зазначено, що його дія поширюється на будь-яку особу, «яка безпосередньо або через своїх представників, службовців або інших осіб збирає чи отримує грошові кошти та інші цінності з метою їх використання, головним чином, для досягнення одного з таких завдань: а) прийняття чи відхилення законодавчого акту

Конгресом США, б) впливу на прийняття чи відхилення законодавчого акту Конгресом США через прямий чи опосередкований спосіб»

Слід відзначити, що «у цьому законі термін «особа» охоплює фізичних осіб, товариства, комітети, асоціації, корпорації та будь-яку іншу організацію чи групу осіб. У параграфі 267 закону детально описано процедуру реєстрації лобістів у секретаря сенату та клерка палати представників. Згідно з цим, лобіст повинен був під присягою у письмовому вигляді подати заяву, в якій вказувалися його особисті дані, дані особи, що його наймала або в інтересах якої він діяв, термін найму, сума винагороди тощо. Крім того, він мав надавати щоквартально звіт під присягою про свою діяльність, у якому зазначалися всі отримані та витрачені кошти за попередній квартал, особи, яким були сплачені суми, найменування публікацій та видань, в яких з'являлися матеріали про законопроекти, з якими працював лобіст» [4].

У параграфі 269 закону були встановлені правові обмеження лобістської діяльності, включаючи відповідальність і заборони. Будь-яка особа, яка порушувала положення цього закону, підлягала грошовому штрафу, тюремному ув'язненню або обом видам покарання одночасно. Додатковим заходом покарання було позбавлення права займатися лобістською діяльністю протягом трьох років. "Федеральний закон про регулювання лобістської діяльності" не був ідеальним і постійно критикувався.

Так, «цей закон не обов'язково потребував реєстрації від тих, хто витрачав власні кошти на лобізм. Він також не охоплював лобіювання у виконавчих органах державної влади. У законі не було чіткого визначення органу, відповідального за його виконання. Клерк палати та секретар сенату слугували лише як зберігачі реєстраційних заяв і звітів, і вони не мали права вимагати від груп інтересів реєстрації. Хоча порушення закону було кримінальним злочином, Міністерство юстиції не проводило перевірки лобістів і вживало заходів лише у відповідь на скарги. За 34

роки дії закону було проведено лише шість судових розглядів за порушення лобістами норм законодавства. Для тих, хто хотів обійти цей закон, це не було складно. Проте значна кількість груп впливу дотримувалась реєстрації, що підтверджується реєстраційними списками конгресу, тому закон в певній мірі виконував свою функцію» [2].

«Варто відзначити, що "Федеральний закон про регулювання лобістської діяльності" був предметом судових розглядів, під час яких були спроби вдосконалити його або навіть скасувати. Наприклад, у 1948 році Національна асоціація промисловців подала судову скаргу з приводу неконституційності цього закону. Федеральний окружний суд Вашингтону визнав його таким, що не відповідає Конституції, але Верховний Суд США скасував це рішення без подальших пояснень щодо тлумачення закону» [9].

За думкою І. Б. Жигана, «прийняття законодавчих норм було спровоковане політичними мотивами, спрямованими на запобігання поширенню фашистської і нацистської пропаганди в США та зростанню нацистських режимів в Європі. Можна стверджувати, що цей закон також мав на меті обмеження політичного лобізму з боку іноземних представників» [55].

Більш того, законодавчий акт, прийнятий у 1946 році, який регулював лобізм у США, став ще одним важливим внеском у формування правового середовища для лобіювання. Він заклав основу для подальшого розвитку інституту лобізму в країні і залишається діючим й до цього часу.

Однак «значним кроком у цьому напрямку був ухвалений у 1995 році "Закон про розкриття лобістської діяльності", який набрав чинності 1 січня 1996 року. Сенатор демократ К. Левін був автором цього закону, і його прийняття спрямовувалося на зміцнення контролю з боку держави та громадськості над лобіюючими структурами в США. Оскільки існуючий на той момент "Закон про реєстрацію лобістської діяльності"

1946 року потребував оновлення та суттєвих змін. Згідно з Р. Чарі, у Законі 1995 року була введена обов'язкова реєстрація фірм, які надають послуги в сфері лобіювання» [26].

«Новий закон дозволив реєструвати лобістські фірми як фізичним, так і юридичним особам, які мають одного чи кількох співробітників, що діють в якості лобісти від імені клієнта. Важливим покращенням було включення норм, які поширили дію закону не тільки на Конгрес США, але й на виконавчі органи влади. З'явився спеціальний термін "охоплена посадова особа виконавчих органів влади"»[26].

«Серед "охоплених посадових осіб" були Президент США, Віцепрезидент США, чиновники виконавчого управління Президента, керівництво і провідні співробітники міністерств та відомств, посадовці, які мають доступ до секретної інформації, військові генерали, члени Конгресу США, співробітники апаратів членів Конгресу США та інші. Процедура реєстрації та звітності залишилася в законі. Лобісти повинні були зареєструватися у секретаря Сенату з громадських записів, а потім надати детальний звіт про свою діяльність не пізніше 14 серпня і 14 лютого кожного півроку до підрозділу з громадських записів Сенату Конгресу США» [57].

«У 1953 році під час судового розгляду наступного лобістського скандалу нижча судова інстанція визнала закон про регулювання лобістської діяльності неконституційним за певними підставами. Проте, Верховний Суд США у 1954 році скасував це рішення та підтвердив конституційність закону, проте зробив певні поправки до його тлумачення, що, за визначенням американських юристів, "зберегло конституційність закону шляхом його переписування". У постанові Верховного Суду було чітко визначено, що закон регулює лише "лобізм у загальноприйнятому розумінні", тобто "прямі контакти з членами конгресу щодо обговорення або передбачення федерального законодавства". Лобістські дії, які підлягали регулюванню, включали

лише "подання, зроблені безпосередньо до конгресу, його членів або комітетів"» [26].

Таким чином, «Верховний Суд значно обмежив застосування "Федерального закону про регулювання лобістської діяльності", оскільки його сфера дії не розповсюджувалась на непряме (опосередковане) лобіювання. Крім того, службовці апарату конгресу не вважались об'єктами лобіювання. Звісно, багато лобістів могли після цього уникнути звітування про свою діяльність. Незважаючи на усі недоліки згаданого нормативного акта, він залишався дієвим до 1996 року, хоча протягом цього часу конгресом розглядалось безліч законопроектів щодо регулювання лобістської діяльності» [8].

Крім того, у 70-ті роки ХХ століття, з появою нових лобістських рухів та кризи довіри громадян до влади, було прийнято ряд федеральних законів, що деталізували окремі питання лобістської діяльності. «У 1971 році був затверджений федеральний акт "Про федеральні виборчі кампанії" (Federal Election Campaign Act - FECA), який був доповнений у 1974, 1976 та 1979 роках. Цей акт та його поправки обмежили фінансові потоки приватних осіб та політичних комітетів, які фінансували суб'єктів лобіювання з виборчих фондів кандидатів на виборні посади. Ці обмеження були визнані судом у 1976 році як конституційні» [31].

За даними дослідників, «встановлені норми не забезпечували повноцінне обмеження лобістської діяльності. Наприклад, поправка від 1974 року, що обмежувала суми внесків комітетів політичної дії, через які лобісти надавали фінансування, не обмежувала кількість таких комітетів. Як результат, великі корпорації створювали декілька таких комітетів з метою "розподілу" необхідної суми. Однак, політичне значення FECA підкреслюється тим, що в 2002 році Конгресом були внесені зміни до цього закону у Законі про реформу двопартійних кампаній («McCain-Feingold»).

У цьому контексті важливими стали різні рішення та закони, що регулювали етику та діяльність службовців урядових органів та конгресменів. Зокрема, у 1977 році були затверджені стандарти етичної поведінки для службовців органів виконавчої влади, а в 1978 році був ухвалений кодекс етичної поведінки для конгресменів. Ці норми, які пізніше були доповнені поправками, забороняли колишнім державним службовцям займатися лобіюванням протягом певного періоду після закінчення їхньої роботи в урядових структурах та обмежували лобіювання з питань, що стосувалися їхньої службової діяльності» [47].

Також у 1976 році був прийнятий федеральний акт "Про лобіювання недержавними громадськими організаціями", а пізніше, у 1990 році, цей закон був доповнений положеннями податкової адміністрації США щодо лобіювання. Ці норми регулювали лобіювання недержавних громадських та дослідницьких організацій та встановлювали відсоток їхнього бюджету, який може бути використаний для лобіювання.

У 1980-х роках були прийняті також окремі галузеві закони, що стосувалися лобіювання. Наприклад, в 1986 році вступили в силу статті податкового кодексу, що визначали порядок оподаткування суб'єктів лобіювання. Такі закони відображали бажання уряду регулювати лобіювання та забезпечити його прозорість та етичність.

«Спільні зусилля конгресу та Президента США Б. Клінтона призвели до ухвалення федерального акта "Про відкритість лобіювання" у 1995 році, який став базовим законом у галузі лобіювання. У 1998 році цей акт був доповнений технічними поправками. Зазначений закон розповсюджує свою дію на лобістську діяльність не лише у Конгресі США, а й у виконавчій владі» [22].

«Акт чітко визначає правові категорії лобіювання та перераховує 19 видів діяльності, які не вважаються лобізмом. Він також встановлює визначення лобіста, як особи, яка витрачає не менше 20% свого часу на лобіювання, має широкі контакти з членами законодавчих та виконавчих

органів влади, і отримує за свої послуги не менше 5000 доларів протягом 6 місяців.

Порушення цього закону передбачає п'ятиразове підвищення розміру штрафів порівняно з законом про реєстрацію лобістської діяльності 1946 року, але відмінності полягають у тому, що не передбачено позбавлення волі» [16].

«У законі ретельно прописані процедури реєстрації, звітування та оподаткування суб'єктів лобіювання. Наприклад, лобісти та лобістські фірми зобов'язані зареєструватися у секретаря офісу сенату по громадським записам, а потім надсилати детальний звіт про свою діяльність через кожні півроку.

Крім того, окремі аспекти лобіювання регулюються федеральним актом "Чесного лідерства і відкритої влади", ухваленим у 2007 році. Цей закон має на меті мінімізацію корупційних ризиків під час здійснення лобіювання» [19].

Хоча акт "Про відкритість лобіювання" 1995 року вважається важливим кроком у регулюванні лобізму, процес вдосконалення законодавства США у цій сфері продовжується.

«Можна констатувати, що законодавство США про лобізм розвивалося системно, відповідаючи на політичні і економічні виклики часу виданням нових юридичних норм, розробкою перспективніших механізмів регулювання лобістської діяльності. Як наголошують дослідники лобізму» [23; 26], в США використовується американський варіант плюралістської моделі регулювання лобістських процесів. А саме, американська модель лобізму є максимально прозорою та легальною. За справедливим твердженням В. В. Стоякіна, «вона може розглядатися в якості одного з елементів обов'язкового в демократичній державі зворотного зв'язку. Система функціонального представництва інтересів дозволяє американським корпораціям домагатися ухвалення рішень на свою користь. Основним способом непрямого лобіювання в

останньому випадку є участь у виборчих кампаніях і фінансуванні кампаній окремих кандидатів. Тенденція функціонування американського лобізму полягає в перенесенні обсягів лобістської діяльності з федерального рівня на рівень штатів, що супроводжується переважанням інструментів непрямого лобіювання. Суть його полягає в ефективному поєднанні власне лобізму, зв'язків з громадськістю і реклами для формування громадської думки і розробки високотехнологічних масових акцій тиску на законодавців» [23, с. 16–17].

У США існують різні форми лобізму, які відрізняються залежно від їх суб'єктів, таких як економічний, соціальний, етнічний, а також політичний лобізм, який є окремою категорією. «Можливості для політичного лобізму значно розширилися з появою в ХІХ столітті спеціальних комітетів в Конгресі США. Протягом свого розвитку ці комітети набули значної автономії, і на сьогоднішній день вони відіграють важливу роль у законотворчій діяльності, яка впливає на політичний розвиток країни» [36].

Досвід США у регулюванні лобізму «має свою довгу історію, що демонструється численними прикладами. Хоча діюче законодавство не розв'язує всі проблеми, пов'язані з лобізмом, зокрема, воно не враховує непрямий лобізм, проте розглянуті нормативні акти сприяють більш прозорій діяльності лобістів і посадових осіб. Це є важливим аспектом цивілізованого співіснування влади та суспільства» [24].

Політичні лобісти взаємодіють не з усією палатою Конгресу США, а з конкретними представниками певних комітетів, які мають великий вплив на прийняття законопроектів, що стосуються питань політичного устрою та розвитку країни.

2.2 Сучасні тенденції та особливості лобізму в США

Лобізм у США є широко використовуваним та популярним явищем як у сфері бізнесу, так і в політиці, що відображається у зростаючих показниках кількості осіб, які займаються цією професійною сферою.

«На рисунку 2.1 представлено динаміку кількості зареєстрованих лобістів у США за період з 2016 по 2018 рік.

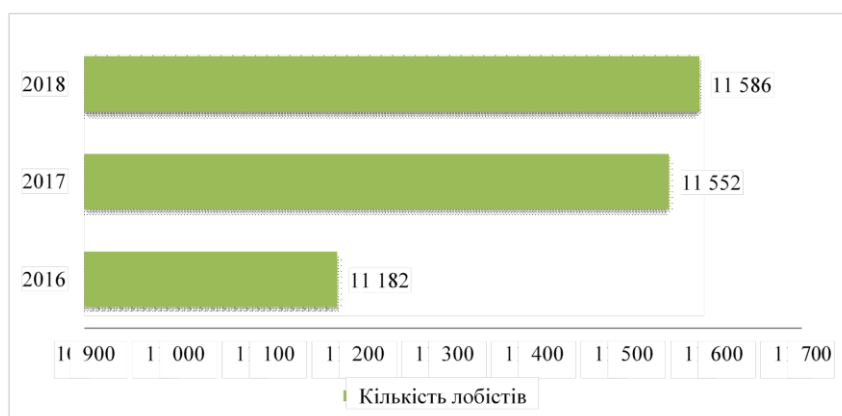


Рисунок 2.1 – Кількість лобістів в США у 2016-2018 рр.

Отже, після аналізу статистики, представленої на рис. 2.1, встановлено, що протягом періоду з 2016 по 2018 рік кількість лобістів зросла на 3,61%. Цей показник свідчить про сприятливе середовище для розвитку лобістської діяльності в США. Загальні витрати на лобістську діяльність в США за той самий період наведено на рис. 2.2.

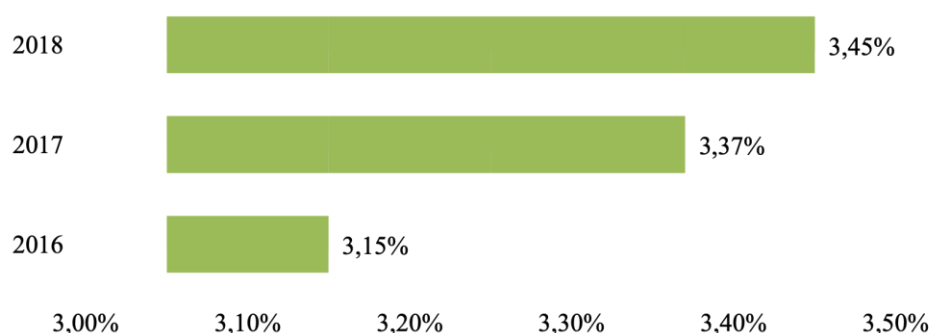


Рисунок 2.2 – Загальні витрати на лобістську діяльність в США у 2016- 2018 рр.

Отже, аналізуючи рис. 2.2, встановлено, що витрати на лобістську діяльність зросли у зазначений період на 9,5%. Проте ця динаміка не є

постійною; наприклад, у 2015 році витрати на лобістську діяльність становили 3,23 млрд доларів, а згідно з рисунком у 2016 році ця цифра зменшилася до 3,15 млрд доларів, що пов'язано з президентськими виборами» [7].

Лобізм у США працює як у державному, так і у приватному секторі, оскільки згідно з американським законодавством лобізм можуть здійснювати як фізичні особи, так і лобістські компанії. «Щодо останніх, на даний момент у США діє близько 20 зареєстрованих компаній, а статистика зареєстрованих фірм та їхніх доходів у відсотках представлена на рис. 2.3.

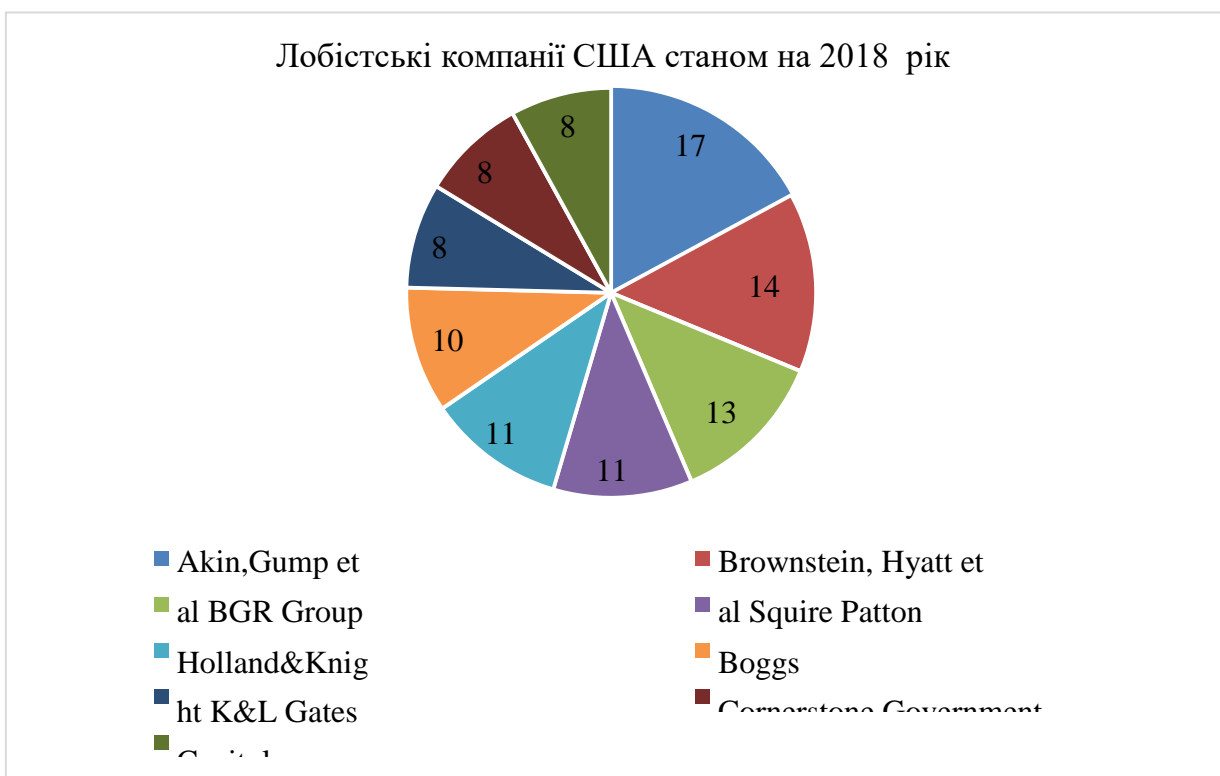


Рисунок 2.3 – Лобістські компанії США станом на 2018 р.

Таким чином, після аналізу рисунку 2.3 встановлено, що загальні витрати за 2018 рік становлять 182,97 мільйона доларів США для перших 10 провідних компаній. На момент 2018 року найбільше коштів витрачається на лобіювання в галузі охорони здоров'я, що відображено на рисунку 2.4.

Подальший аналіз статистики на рис. 2.4 показує, що оборонна та працевлаштувальна галузі в США отримують найменший обсяг фінансування для лобіювання.

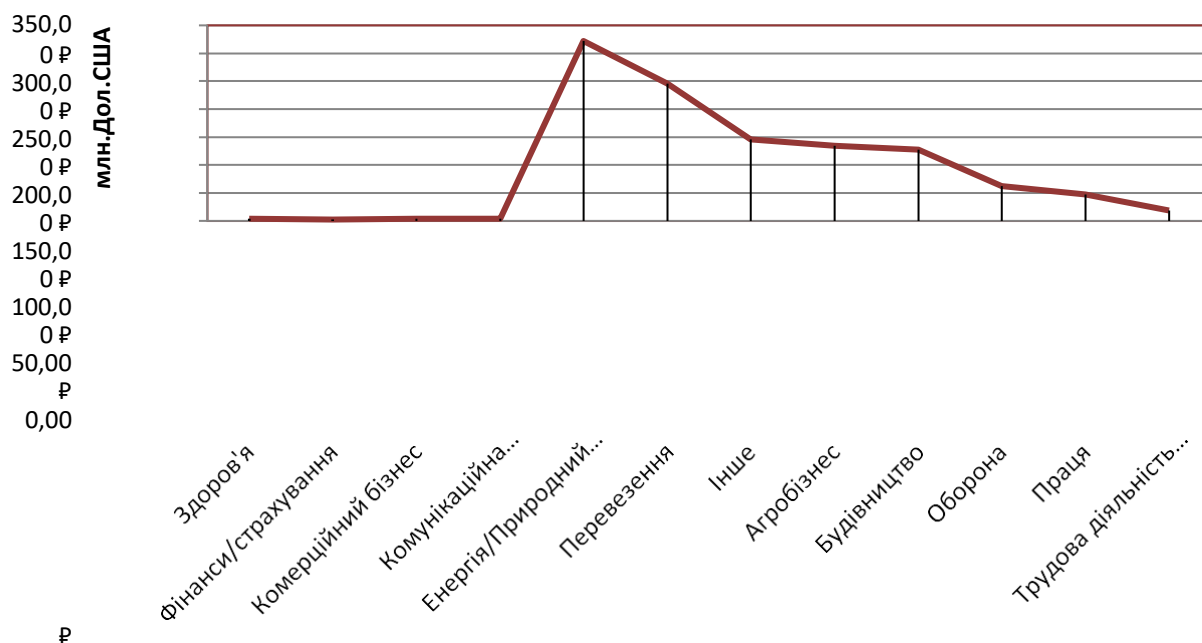


Рисунок 2.4 – Витрати на лобіювання в США за 2018 р.

Щодо компаній, які залучають лобістів для просування своїх інтересів то в 2018 році 5 найбільших технологічних компаній витратили на лобіювання урядовців понад 64 млн доларів табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Найбільші технологічні компанії, які використовують лобізм за 2018 р.

Компанія	Витрачені кошти (млн. дол.)	Цільова аудиторія
Google	21,2	В порівнянні з 2017(18 млн.дол) роком, сума витрачених коштів значно зросла, в основному кошти

		були направлені на лобіювання по таким напрямкам, як кібербезпека, захист даних, конфіденційність, інтернет-реклама, правила світової торгівлі та імміграції, хмарні обчислення.
Amazon	14,2	Основні напрями впливу на урядовців щодо питань хмарних обчислень, захист даних.
Facebook	12,6	Кошти направлені на лобіювання урядовців по таким питанням, як кібербезпека, прозорість онлайн реклами, шифрування.
Microsoft	9,5	Витрати на лобіювання в сфері використання шифрування, імміграція та податкова реформа.

Отже, аналізуючи Таблицю 2.2, можна побачити, що всі компанії витратили у 2018 році більше коштів на лобіювання своїх інтересів порівняно з 2017 роком. Це зумовлено тим, що технологічні гіганти стали об'єктом

критики у зв'язку з порушенням конфіденційності та поширенням дезінформації, яку Росія використовувала через соціальні мережі для впливу на президентські вибори 2016 року в США. Витрати також свідчать про те, що у 2018 році Вашингтон звернув особливу увагу на проблеми конфіденційності та збір даних. Демократичні сенатори представили новий законопроект, відповідно до якого технологічні компанії підлягатимуть тим же вимогам щодо захисту особистих даних, що й банки та медичні установи» [54].

Щодо розвитку лобізму в сфері державного управління, «ця динаміка в лобістській діяльності пов'язана з фактом, що США відомі як одна з країн, де лобізм має легальний статус. Тому виникає потреба в аналізі хронології законодавчого регулювання в США, яке представлено в Таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Хронологія законодавчого забезпечення США

Рік	Закон
1946	Був прийнятий «Закон про реєстрацію лобістської діяльності», який спробував надати юридичне визначення та рамки для розуміння термінів «лобізм» та «лобіст», а також встановити суб'єктів лобістської діяльності, процедури реєстрації лобістів та форми їх звітності. Проте пізніше стало зрозуміло, що цей закон мав свої недоліки, зокрема, він обмежував коло суб'єктів лобіювання, оскільки забороняв лобістам працювати з іншими органами влади, крім членів Конгресу США. Це призвело до подальших правових модифікацій для розширення юридичного регулювання лобістських відносин.
1995	Був ухвалений «Закон про розкриття лобістської діяльності», в якому передбачалася обов'язкова реєстрація фірм, що займаються лобістською діяльністю, і була проведена уточнення та конкретизація понять, пов'язаних з лобізмом. У цьому законі було введено та пояснено термін "охоплююча посадова особа виконавчих органів влади".
2007	У 2007 році Конгрес США розпочав рішучу реформу лобістського законодавства відповідно до нової ситуації, породженої численними

скандалами корупції. Вищий законодавчий орган прийняв «Акт 2007 про чесне керівництво та відкритий уряд», спрямований на посилення контролю над різними аспектами лобістської діяльності. Закон встановив обов'язок лобістів щоквартально подавати до секретаріату Сенату звіти про своїх клієнтів та суми гонорарів, а також заборонив представникам законодавчої та виконавчої гілок влади отримувати будь-які подарунки, послуги або оплату від лобістів або іноземних агентів. Також в рамках цього акта Міністерству юстиції було поручено створити загальнодоступну безкоштовну базу даних про «іноземних агентів» та забезпечити оперативне розміщення всієї інформації про них у цій базі протягом 48 годин з моменту їхньої реєстрації.
--

На сьогоднішній день усі штати США мають своє законодавство, що регулює діяльність лобістів. Перше відповідне законодавство з'явилося в 1980 році в штаті Масачусетс, а останнім штатом, що прийняв такі норми, став штат Пенсільванія. Одним з головних аспектів, на який звертається увага в кожному штаті, є процедура реєстрації лобістів. У деяких штатах вимагається реєстрація перед початком будь-якої лобістської діяльності, тоді як у інших це повинно бути зроблено в найкоротший строк після початку відповідної діяльності. Також різняться підходи до регулювання самої лобістської діяльності. Наприклад, у Вайомінгу під терміном "лобіст" розуміють лише тих, хто взаємодіє з законодавчою гілкою влади, тоді як у Флориді регулюються взаємовідносини лобістів як з законодавчою, так і з виконавчою владою» [45].

У США фінансування політичних кампаній становить один із ключових стимулів у лобіюванні. Так, у штаті Флорида був прийнятий закон, що відсутній на федеральному рівні, і це робить його унікальним. Цей закон забороняє особам, які надають фінансову підтримку кандидатам на державні

посади через внески у виборчі фонди, укладати подальші контракти зі штатом. Це сприяло розділенню політичних та економічних інтересів.

Висновки до другого розділу

Конституційно-правові та організаційні засади лобізму в Сполучених Штатах Америки відображаються у важливості принципів свободи слова та права на петицію, які гарантують громадянам та інтересам можливість активної участі у формуванні політичних рішень. Зокрема, перша поправка до Конституції США гарантує свободу вираження думок та право на збори. Ці принципи формують основу для розвитку лобізму у США, де громадяни та організації можуть вільно виражати свої погляди та спілкуватися з політичними представниками з метою впливу на законодавчі процеси. Наприклад, прийняття закону про свободу інформації у 1966 році, який забезпечує доступ громадськості до державної інформації та створює можливості для лобіювання громадських організацій. Такий підхід створює сприятливі умови для розвитку громадянського суспільства та забезпечення різноманітності точок зору у політичних дискусіях.

Сучасні тенденції та особливості лобізму в Сполучених Штатах Америки відображаються у зростанні впливу корпоративних та професійних лобістських груп. Корпорації, професійні асоціації та інші впливові організації надають значний фінансовий ресурс та експертну підтримку для підтримки своїх інтересів у законодавчому процесі. Зокрема, це виражається у здійсненні лобістських кампаній, фінансуванні виборчих кампаній кандидатів, а також у створенні мереж впливових зв'язків у політичних колах.

Також серед особливостей лобізму в США важливе місце займає розвиток технологічних засобів комунікації. Використання соціальних мереж, електронної пошти, веб-сайтів та інших онлайн-платформ стає все більш поширеним засобом для мобілізації громадськості та організації лобістських кампаній. Це дозволяє ефективніше впливати на прийняття рішень, швидше реагувати на події та організовувати громадські заходи підтримки чи протесту. Наприклад, організація петицій через онлайн-платформи, розміщення відео з

лобістськими аргументами на соціальних мережах та інші методи використання інтернет-технологій сприяють активізації лобіювання та підвищують його ефективність.

РОЗДІЛ III.

ДОСВІД США З УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕГУЛЮВАННЯ ЛОБІЗМУ ДЕРЖАВНИМИ СТРУКТУРАМИ УКРАЇНИ

3.1 Аналіз сучасного стану лобізму в Україні на законодавчому рівні

Методи лобіювання можуть значно варіюватися в різних країнах залежно від рівня політичної культури, наявності правового регулювання лобіювання, ступеня розвиненості антикорупційного законодавства, а також від різних груп інтересів, які виступають у ролі лобістів.

«Методи лобіювання, або форми, представляють собою арсенал легальних прийомів та способів, які лобісти та лобістські організації використовують для здійснення впливу на органи влади та їхніх представників в інтересах самих себе або своїх замовників» [39].

Ці методи можна умовно поділити на дві категорії: безпосередні та опосередковані. Безпосередні методи передбачають встановлення прямих контактів та організацію особистих зустрічей лобістів з посадовими особами та службовцями державних органів.

«В більшості демократичних країн, правовою основою лобізму є конституційне положення, що гарантує кожному суб'єкту суспільних відносин право захищати свої інтереси у рамках закону, включаючи участь у формуванні державної політики та вплив на процес прийняття владних рішень. Лобізм діє як доповнення до конституційної системи демократичного представництва, надаючи можливість різним групам взяти участь у прийнятті та реалізації політичних рішень, які вони без цього не мали б» [53].

Аналізуючи розвиток законодавчого регулювання лобіювання в країнах з розвинутою демократією, «стає очевидним, що протягом довгого часу лобізм залишався поза увагою національного законодавства і розглядався як американський феномен. Однак ускладнення сучасної демократичної системи та зростання ролі громадянського суспільства та інститутів впливу вирішувати державні та суспільні питання показали потребу у регулюванні практики лобіювання й в інших країнах. Процес законодавчого регулювання лобіювання

розвивався повільно. Наприклад, з 1940-х до початку 2000-х років лише п'ять країн - США, Австралія, Канада, ФРН та Грузія - врегулювали практику лобіювання спеціальним законодавством. Проте з 2005 року процес законодавчого регулювання лобіювання прискорився, і понад десять країн прийняли спеціальне законодавство щодо лобіювання» [43].

У суспільстві існує різноманітне та неоднозначне уявлення про лобізм, яке охоплює спектр від позитивного до негативного сприйняття. Часто термін "лобізм" асоціюється з ідеєю протекціонізму та корупції, що веде до "ототожнення механізму лобіювання з силовими методами та корупційними діями для досягнення цілей".

Наприклад, «результати дослідження суспільної думки, проведеного "Research&Branding Group" за замовленням "SIC group" у 2017 році, показують, що більшість опитаних не мають повного розуміння поняття "лобіювання":

30% респондентів вважають лобіювання діалогом зацікавлених сторін та цивілізованим способом впливу на владу;

27% вважають його формою корупції;

43% не можуть чітко відповісти на запитання, але відзначають, що лобіювання практикують діючі представники влади та бізнесу» [30].

За словами політичної консультантки Одарченко К., «лобізм в Україні існує у цивілізованих формах і відіграє значну роль в політичному та правовому житті". Часто послугами лобістів та відділів GR (Government Relations) користуються міжнародні та великі українські компанії. Зазвичай їхня робота включає постійний моніторинг нормативної бази та розвитку ситуації, аналіз ризиків і можливостей для компанії, а також розробку аналітичних матеріалів та документів для прийняття рішень.

Лобізм у Україні є важливим чинником політичного та правового процесу. Незважаючи на відсутність законодавчого регулювання, в країні діє кілька інституцій, спрямованих на вивчення та можливу інституціоналізацію лобізму. Серед них - Інститут професійного лобіювання та адвокати,

Українська Асоціація професіоналів у сфері GR і лобізму, які активно сприяють розвитку цього сегменту українського суспільства.

З початку 2017 року діє проект "GR Academy", спрямований на навчання фахівців у сфері лобізму. Метою академії є проведення практичних освітніх програм та об'єднання спеціалістів, які займаються взаємодією з органами державної влади» [18].

Після аналізу ринку послуг у сфері зв'язків з органами влади в Україні стало зрозуміло, що визначити точний об'єм цього ринку та кількість фірм, які надають такі послуги, майже неможливо. Однак, можна виділити основних гравців ринку, серед яких великі галузеві асоціації, міжнародні корпорації та спеціалізовані агентства. На сьогоднішній день близько 30 компаній оголошують про надання послуг у сфері зв'язків з органами влади, проте варто зазначити, що не всі вони явно вказують на це у своїх оголошеннях. За словами Андрія Прокопенка, «всі компанії, що працюють у цій сфері, можна умовно поділити на чотири категорії:

Перша категорія - це компанії, які спеціалізуються як в PR, так і в GR. До них відносяться такі компанії, як PBN Hill+Knowlton Strategies Ukraine, "Кесарев Консалтинг", Radnyk PR та інші.

Друга група - це юридичні фірми, які, крім надання правової допомоги, активно займаються вирішенням питань у сфері зв'язків з органами влади. До них відносяться такі компанії, як юридична фірма "Integrites" та компанія Arzinger.

Третя, неофіційна група представлена колишніми високопоставленими чиновниками, які за плату розв'язують проблеми великих компаній.

Четверта група - це галузеві асоціації, які активно представляють інтереси своїх учасників. Українські компанії та міжнародні корпорації, що працюють в Україні, все більше приєднуються до бізнес-асоціацій або галузевих асоціацій, які виконують функції представництва інтересів» [48].

Після аналізу діяльності асоціацій я прийшов до висновку, що вони активно співпрацюють з урядовими органами з метою поліпшення бізнес-

середовища та залучення прямих іноземних інвестицій, сприяючи створенню стабільних, прозорих та справедливих правил у сфері підприємницької діяльності в Україні. У рамках таких асоціацій зазвичай діють галузеві комітети та робочі групи з різних питань, до яких входять представники компаній-членів, що беруть участь у розробці, коригуванні та блокуванні відповідних нормативних актів.

Дослідники виявляють «основні інструменти взаємодії з органами влади:

- Організація зустрічей та заходів з участю представників органів влади.
- Формування позиції стейкхолдерів та направлення офіційних листів та звернень (як «відкритих», доступних для ЗМІ і громадськості, так і «закритих», адресованих лише посадовцям).
- Взаємодія зі ЗМІ та активна присутність в соціальних мережах» [56].

Наприклад, зустрічі з керівництвом країни та іншими високопосадовцями проводяться регулярно, що сприяє побудові постійного діалогу. У останні роки влада дедалі більше враховує думку асоціацій, а представники компаній-членів мають можливість брати участь у засіданнях урядових робочих груп та комітетів Верховної Ради. Однак для окремої компанії можливості дій через асоціації обмежені, оскільки необхідно згоду всіх членів галузевого комітету для направлення позиційного листа, тому вирішення проблем через асоціацію не завжди ефективне, індивідуальний підхід та внутрішні ресурси зв'язків з органами влади часто є необхідними.

Сучасний стан лобізму в Україні можна оцінити як комплексний та неоднозначний. Неіснуючі законодавчого закріплення лобізму створює середовище, де діяльність лобістів може бути нечіткою та недостатньо регульованою. Відсутність чітких правил гри створює умови для корупційних проявів та недостатньої прозорості впливу груп інтересів на прийняття рішень.

Лобізм в Україні є порівняно молодим явищем, яке активно розвивається протягом останніх двох десятиліть. Однак, наразі він знаходиться на етапі формування, що призводить до його неврегульованості та непрозорості.

Проте, на фоні цього, спостерігаються певні зміни та реформи. Наприклад, з'являються спроби прийняття відповідного законодавства, яке б регулювало діяльність лобістів та створювало прозоре середовище для їхньої роботи. «Зусилля громадських організацій та експертів спрямовані на створення системи, що відкриває процеси впливу на законодавчі та виконавчі органи, роблячи його більш прозорим та демократичним» [29].

- **Закон України "Про політичні партії"** (ст. 34) забороняє політичним партіям здійснювати лобістську діяльність в інтересах юридичних або фізичних осіб.
- **Закон України "Про запобігання корупції"** (ст. 26) визначає лобіювання як діяльність, спрямовану на вплив на прийняття рішень органами влади або їх посадовими особами, та встановлює певні обмеження для такої діяльності.
- **Цивільний кодекс України** (ст. 912) містить норми про представництво, які можуть використовуватися для лобістської діяльності. [52]

Однак, ці положення є фрагментарними та не дають чіткого визначення лобізму, його суб'єктів та об'єктів, а також не встановлюють правил та принципів здійснення лобістської діяльності. «Необхідність чіткого законодавчого регулювання лобізму в Україні зумовлена наступними проблемами:

- **Непрозорість:** Лобістська діяльність часто здійснюється непрозоро, що робить її схильною до зловживань та корупції.
- **Неконкурентність:** Незарегульований лобізм може призвести до того, що деякі групи інтересів матимуть непропорційно більший вплив на законодавчий процес, ніж інші.
- **Відсутність підзвітності:** Лобісти не завжди підзвітні своїм принципалам, що може призвести до того, що вони діятимуть в їхніх інтересах, а не в інтересах суспільства» [39].

«В Україні існують певні кроки, спрямовані на врегулювання лобістської діяльності:

- **Розробка проекту закону "Про лобіювання"** У 2019 році був розроблений проект закону "Про лобіювання", який пропонує чітке визначення лобізму, його суб'єктів та об'єктів, а також встановлює правила та принципи здійснення лобістської діяльності.
- **Діяльність громадських організацій** Громадські організації також активно працюють над питанням врегулювання лобізму. Вони проводять дослідження, організовують публічні обговорення та готують пропозиції до законодавства» [31]

Врегулювання лобізму в Україні є важливим кроком на шляху до забезпечення прозорості, конкурентності та підзвітності законодавчого процесу. Це дозволить створити умови для того, щоб лобіювання слугувало інструментом для захисту суспільних інтересів, а не для зловживань та корупції.

Важливо зазначити, що ситуація з лобізмом в Україні постійно змінюється, тому інформація, представлена вище, може втратити свою актуальність. Однак, реформування лобізму потребує комплексного підходу та узгоджених дій з боку всіх зацікавлених сторін. Необхідно забезпечити баланс між захистом інтересів бізнесу та громадянським контролем над впливом лобістів на прийняття рішень. Це можливо шляхом розробки ефективного механізму реєстрації лобістів, забезпечення прозорості їхньої діяльності та встановлення механізмів контролю та відповідальності за порушення встановлених правил.

Крім того, важливо забезпечити широку участь громадськості та створити умови для активної участі громадян у процесі формування та реалізації законодавства. Це може бути досягнуто шляхом створення публічних платформ для обговорення законопроектів, залучення громадських експертів до робочих груп та комітетів, а також забезпечення доступу до інформації про лобістську діяльність та впливові групи.

У підсумку, сучасний стан лобізму в Україні є складним та багатограним. Реформування цієї сфери потребує системного підходу та

активної участі всіх зацікавлених сторін. Тільки шляхом спільних зусиль можна створити прозоре та демократичне середовище для впливу на законодавчі процеси, що відповідає вимогам сучасного суспільства.

3.2 Рекомендаційні підходи щодо впровадження державного регулювання лобізму в Україні з урахуванням досвіду США

Лобізм - це явище, яке впливає на законодавчий процес та прийняття рішень у державі. В Україні, як і в багатьох інших країнах, лобізм відіграє значну роль у формуванні політики та регулюванні різних галузей економіки. Проте, без належного контролю це може призвести до корупції, нерівності та недемократичних процесів.

Однією з країн, де лобізм має довгу історію, є Сполучені Штати Америки. Досвід цієї країни може служити важливим джерелом навчання для України у впровадженні державного регулювання лобізму. «У США лобізм регулюється Законом про лобіювання 1946 року (Federal Regulation of Lobbying Act). Цей закон вимагає від лобістів реєструватися, розкривати інформацію про свою діяльність та дотримуватися певних правил поведінки. Законом також передбачено санкції за порушення його положень» [27].

Крім того, в США існує ряд інших законів та правил, які стосуються лобізму, наприклад, закони про фінансування виборів та закони про етику державних службовців.

Ось декілька рекомендаційних підходів, які можна врахувати:

- Важливо створити механізм, який забезпечує обов'язкову реєстрацію лобістів та звітність про їхню діяльність. Ця система повинна включати інформацію про лобістів, їх клієнтів, витрати та зустрічі з чиновниками.
- Необхідно встановити правила, які обмежують чиновників у переході до лобістської діяльності та забороняють лобістам використовувати свої зв'язки з урядом для особистої вигоди.
- Лобісти повинні розкривати джерела фінансування своєї діяльності, включаючи витрати на лобіювання та пожертви політичним партіям.

- Важливо встановити етичні принципи для лобістів, які включають заборону неприйняття хабарів, конфлікт інтересів та обов'язкове дотримання принципів прозорості.
- Забезпечення доступу до інформації про лобістську діяльність через публічні реєстри та звіти, що дозволить громадськості відстежувати вплив лобістів на законодавчий процес.
- Створення незалежного органу, який відповідав би за нагляд та контроль за виконанням законодавства про лобізм, включаючи розслідування порушень та застосування відповідних санкцій.

Рекомендації

Цілісне **впровадження Закону «Про доброчесне лобіювання»** Закон повинен чітко визначати лобізм, його суб'єктів та об'єктів, а також встановлювати правила та принципи здійснення лобістської діяльності. Закон повинен містити норми щодо:

- Реєстрації лобістів та їх клієнтів.
 - Розкриття інформації про лобістську діяльність.
 - Запобігання конфлікту інтересів.
 - Санкцій за порушення законодавства про лобіювання
1. **Створення органу державного регулювання лобізму:** Цей орган повинен відповідати за:
 - Реєстрацію лобістів та їх клієнтів.
 - Контроль за дотриманням законодавства про лобіювання.
 - Надання консультацій та роз'яснень з питань лобізму.
 2. **Підвищення обізнаності про лобізм:**
 - Необхідно проводити інформаційні кампанії для підвищення обізнаності громадськості про лобізм та його значення.
 - Важливо навчати державних службовців правилам етичної поведінки та запобіганню корупції. [54]

«Впровадження державного регулювання лобізму в Україні може допомогти зробити цю діяльність більш прозорою, конкурентною та підзвітною. Це

дозволить створити умови для того, щоб лобіювання слугувало інструментом для захисту суспільних інтересів, а не для зловживань та корупції. Важливо зазначити, що ситуація з лобізмом в Україні та США суттєво відрізняється, тому необхідно адаптувати досвід США до українських реалій.

Впровадження державного регулювання лобізму в Україні з урахуванням досвіду США є невід'ємною складовою підвищення демократичності, прозорості та ефективності у законодавчому процесі. Основні рекомендаційні підходи, засновані на аналізі досвіду Сполучених Штатів, можуть стати ключовими кроками для України на шляху до побудови справедливого та ефективного системного регулювання лобізму.

Упровадження системи обов'язкової реєстрації лобістів та звітності про їхню діяльність є першочерговим завданням. Побудова цього механізму належного контролю, включаючи ідентифікацію лобістів, реєстрацію їхньої діяльності та витрат, а також звітність про зустрічі з чиновниками, дозволить створити прозорий та відкритий простір для лобіювання.

Крім того, важливо встановити етичні стандарти для лобістів, які включатимуть заборону конфлікту інтересів, неприйняття хабарів та обов'язкове дотримання принципів прозорості. Це сприятиме підвищенню рівня відповідальності та довіри до лобістів як ключових учасників законодавчого процесу» [29].

«Застосування принципів прозорості та доступності інформації про лобістську діяльність через публічні реєстри та звіти стане важливим кроком у забезпеченні широкого доступу громадськості до процесу прийняття рішень. Це дозволить громадськості відстежувати вплив лобістів на законодавчий процес та підвищить рівень відкритості та відповідальності» [36].

Однак, успішне впровадження державного регулювання лобізму в Україні потребує не лише прийняття відповідного законодавства, а й зміцнення інституційної бази, навчання та підтримки з боку владних органів, активізації громадського контролю та залучення до участі у законотворчому процесі широких верств населення. Тільки комплексний підхід та злагоджена

співпраця різних суб'єктів суспільства можуть забезпечити ефективну боротьбу з негативними аспектами лобізму та забезпечити побудову демократичної та прозорої системи управління.

Висновки до третього розділу

Розділ 3 розглядає досвід Сполучених Штатів з удосконалення процесу регулювання лобізму державними структурами України. Аналіз сучасного стану лобізму в Україні на законодавчому рівні виявив низку проблем, таких як відсутність чіткого регулювання, недостатня прозорість та відкритість процесів лобіювання, а також відсутність ефективного контролю за лобістською діяльністю.

Рекомендаційні підходи щодо впровадження державного регулювання лобізму в Україні з урахуванням досвіду США включають в себе встановлення системи обов'язкової реєстрації лобістів та звітності про їхню діяльність, створення етичних стандартів для лобістів, забезпечення прозорості та доступності інформації про лобістську діяльність через публічні реєстри та звіти. Крім того, важливо залучення громадськості до контролю за лобістською діяльністю та забезпечення участі широких верств населення у законотворчому процесі.

Американський досвід показує, що ефективне регулювання лобізму сприяє підвищенню демократичності та прозорості у законотворчому процесі, а також забезпечує захист від впливу корупції та конфліктів інтересів. При цьому успішна реалізація рекомендаційних підходів вимагає поєднання зусиль державних органів, громадських організацій та інших зацікавлених сторін. Тільки спільними зусиллями можна досягти значного прогресу в удосконаленні процесу регулювання лобізму в Україні та забезпечити стабільність та прозорість у взаємодії між бізнесом, громадськістю та владою.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз дозволяє зробити наступні висновки відповідно теми дослідження:

1. За результатами аналізу наукової літератури щодо парламентського лобізму в США та України було виявлено, що лобізм є значущою складовою політичної системи обох країн. Однак, наявні відмінності в організаційних аспектах, правовому регулюванні та культурних особливостях суттєво впливають на специфіку лобіювання в США та Україні.

2. В сучасній науковій літературі існує значна кількість підходів щодо класифікації лобізму. Найповніша типологія лобіювання, як вважається, базується на комплексному застосуванні й поєднанні великої кількості критеріїв, зокрема, така, що подана в працях А. Нестеровича. Запропонована ним класифікація ґрунтується на таких критеріях: 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 направленістю (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).

Тенденцією лобізму є його змінюваність з урахуванням розвитку суспільно-політичних й економічних відносин, що відображається на змінюваності підходів до класифікації лобізму.

3 .У Сполучених Штатах Америки лобізм має довгу традицію та відносно високий рівень організації. Існує велика кількість лобістських організацій, які впливають на прийняття рішень на різних рівнях уряду. У той час, в Україні, лобізм тільки починає набувати активності та системності, існуючи переважно на інформальному рівні.

Детально проаналізовано основні інструменти та методи лобіювання в Сполучених Штатах Америки та Україні, виявлено їхню різноманітність і специфіку. У Сполучених Штатах Америки основні інструменти лобіювання включають:

- Громадські кампанії: Це включає в себе різноманітні заходи громадської активності, такі як протести, петиції, масові листи до законодавців тощо.
- Фінансове вплив: Лобісти часто використовують свої фінансові ресурси для пожертв та підтримки політичних кампаній кандидатів.
- Прямий лобізм: Лобісти вступають у контакт з законодавцями та їхніми представниками, намагаючись впливати на процес прийняття рішень.

Україна, у свою чергу, відрізняється застосуванням таких інструментів лобіювання як:

- Закриті домовленості: Це включає у себе тісний контакт між лобістами та парламентаріями, який може відбуватися поза офіційними каналами комунікації.
- Використання впливових зв'язків: Лобісти можуть використовувати свої особисті чи професійні зв'язки для впливу на політичне рішення.
- Медійна кампанія: Лобісти можуть використовувати засоби масової інформації для публічного тиску на парламентарів або урядових чиновників.

4. Проаналізовано основні чинники, які впливають на прийняття лобістами рішень та їхню взаємодію з парламентаріями в Сполучених Штатах Америки та Україні. Основними з них є:

- Фінансові ресурси: Здатність лобістів мобілізувати фінансові ресурси для підтримки політичних кампаній та впливу на законодавчий процес виявляється ключовим фактором їх успіху.

- Політичні зв'язки: Наявність зв'язків з ключовими політичними гравцями, такими як законодавці, ділові лідери та інші впливові особи, дозволяє лобістам впливати на прийняття рішень та законодавчий процес.
- Вплив громадської думки: Здатність лобістів мобілізувати громадську підтримку або опозицію до певних ініціатив може суттєво впливати на рішення парламентаріїв.
- Лобістська стратегія: Ефективне визначення та впровадження стратегій лобіювання, включаючи використання різних комунікаційних каналів, обговорення зі стейкхолдерами та інші методи, також впливає на успішність лобіювання.
- Правове середовище: Система законодавства та регулювання, яка визначає правила гри для лобістів, включаючи вимоги щодо реєстрації, фінансової звітності та обмеження конфлікту інтересів, також впливає на їхню діяльність та взаємодію з парламентаріями.

5. Проведено порівняльний аналіз механізмів та результатів лобіювання в Сполучених Штатах Америки та Україні дозволив виявити різноманітність підходів та впливу лобістських діяльностей у кожній з цих країн.

У США існує добре розвинена система лобіювання з великою кількістю лобістів, лобістських організацій та спеціалізованих фірм. Лобісти часто використовують широкий спектр інструментів, включаючи прямі зустрічі з законодавцями, фінансовий вплив та громадські кампанії.

В Україні лобіювання є менш розвиненим та в основному здійснюється на інформальному рівні, часто через особисті зв'язки та угоди. Прозорість та регулювання цього процесу також є менш розвиненими порівняно з США.

У США лобісти часто досягають значних успіхів у впливі на законодавчий процес, забезпечуючи прийняття законів та політичних рішень, які відповідають їхнім інтересам.

Українські лобісти, хоч і менш впливові, також можуть досягати результатів, але їхні можливості обмежені більш жорсткими правовими обмеженнями та відсутністю довіри громадськості до лобіювання.

Врахування специфіки політичних, правових та культурних умов є ключовим для ефективного лобіювання в обох країнах. Наприклад, в США дотримання правил реєстрації та відкритості фінансових звітів є нормою, тоді як в Україні ці механізми ще потребують удосконалення. Суттєву роль в цьому плані має відіграти Закон України «Про добросчесне лобіювання», прийнятий Верховною Радою України і підписаний Президентом України в лютому 2024 року. Закон має легалізувати ринок лобізму в Україні, сприяти його прозорості, підзаконності, підзвідності суспільству та вплинути на обмеженні корупційних схем на політичному і громадському рівні

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бризицький М.І. Правовий механізм лобіювання: загальнотеоретична порівняльно-правова характеристика: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.01 Львів, 2017. 15 с.
2. Бризицький М.І. Правовий механізм лобіювання: загальнотеоретична порівняльно-правова характеристика: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.01/ Львівський національний університетт імені Івана Франка. Львів., 2017. 141 с.
3. Бризицький М.І. Лобіювання: деякі теоретичні аспекти. *Університетські наукові записки*. 2014. №3(51). С.22–29.
4. Ворчакова І.Є. Лобізм в політиці: сутність явища та способи реалізації. *European political and law discourse*. 2018. № 1(5). С. 105-110.
5. Ворчакова І.Є. Лобізм як соціально-політичний феномен: теоретичні підходи. *Вісник мариупольського державного університету*. Серія: історія, політологія. 2016. Вип. 15. С. 179-185.
6. Гошовська В.А. Парламентаризм як особлива система публічного управління. *Глобалізаційні виклики: урядування майбутнього: монографія* /авт. кол. Л. Г. Комаха, І. В. Алексеєнко, В. А. Гошовська та ін.; за заг. ред. Л. Г. Комахи, І. В. Алексеєнко. К.: ВПЦ Київський університет, 2022. 976 с., С. 11- 57. ULR: <https://ipacs.knu.ua/pages/dop/333/files/a9765d11-a010-45fd-892775fad1b63a5e.pdf>
7. Демченко П.С. Інститут лобіювання в конституційному праві: політико-правова характеристика. *Науковий огляд*. 2017. № 6(38). С. 1-16.
8. Дягілев О. В. Конституційно-правовий інститут лобізму: вітчизняний та зарубіжний досвід: монографія. Х.: Майдан, 2011. 251 с.
9. Елітознавство : підручник / кол. автор.; за ред. В. А. Гошовської, Л. Г. Комахи. 2-е видання, перероблене та доповнене. Київ: Вид-во «Центр учбової літератури», 2022. 220 с.
10. Законодавче регулювання лобістської діяльності (досвід країн Європейського Союзу та Сполучених Штатів Америки). Інформаційна довідка, підготовлена Європейським інформаційно-дослідницьким центром на

запит народного депутата України. URL:
<http://euinfocenter.rada.gov.ua/uploads/documents/28920.pdf>.

11. Кислий П., Вайз Ч. Становлення парламентаризму в Україні: На тлі світового досвіду. Київ: Абрис, 2000. 414 с.

12. Кіржецький Ю.І., Ріжко Л.І., Кіржецька М.С. Функції галузевого лобіювання як елемент організаційно-економічного механізму взаємодії бізнесу та влади. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2017. № 863. С. 82-87.

13. Колісніченко А.І. Лобізм у політичному процесі. *Наукові праці*. Серія: Політологія. 2016. № 272. С. 54-57.

14. Комунікативна компетентність народного депутата. Практикум / [В. С. Кубійда та ін. ; за заг. ред. проф. В. А. Гошовської ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Каф. парламентаризму та політ. менеджменту. Київ : НАДУ, 2018. 171 с.

15. Комах В.К. Нормативно-правові засади державної політики України у сфері інформаційно-психологічної безпеки. *Стратегічні пріоритети*. 2012. № 3 (24). С. 152-157.

16. Кравченко С.О. Аналіз сутності цивілізованого лобізму як форми взаємовідносин влади та суспільства. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. Серія: Державне управління. 2019. Том 30 (69) № 3. С. 93-99.

17. Крейденко В.В. Еволюція парламентаризму в сучасній Україні. *Глобалізаційні виклики: урядування майбутнього*: монографія /авт. кол. Л. Г. Комаха, І. В. Алексеєнко, В. А. Гошовська та ін.; за заг. ред. Л. Г. Комахи, І. В. Алексеєнко. К.: ВПЦ Київський університет, 2022. 976 с. С. 57-91. ULR: <https://ipacs.knu.ua/pages/dop/333/files/a9765d11-a010-45fd-8927-75fad1b63a5e.pdf>

18. Манжул К.В., Нікітчук І.І. Лобізм у законотворчій діяльності України. *Бюлетень Міністерства юстиції України*. 2005. №11(49). С. 5–11.

19. Мареніченко В.В., Сичова М.О., Гаркавий В.В. Механізми лобізму в системі державного управління. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/2367/1/2.pdf>.

20. Матвієнко В., Сокур С. Інституціоналізація лобістської діяльності в країнах-членах ЄС на прикладі Австрії, Великої Британії, Німеччини, Франції та Данії. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2015. № 1 (43). С. 10-14.

21. Мацкевич Р.М. Суспільне значення лобізму та основні типи представництва інтересів. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/1611/Maskevich.pdf>

22. Механізми запобігання політичній корупції в органах представницької влади в Україні : монографія / авт. кол. : В. А. Гошовська та ін.; за заг. ред. В. А. Гошовської. Київ: НАДУ, 2021. 300 с.

23. Механізми запобігання політичній корупції в представницьких органах влади : навч.-метод. посіб. / авт. кол. : В. А. Гошовська [та ін.] ; за ред. В. А. Гошовської. Київ : НАДУ, 2020. 288 с. (Наукова школа вітчизняного парламентаризму. Серія «Бібліотека народного депутата»).

24. Нестерович В. Ф. Конституційно-правові аспекти лобіювання у правотворчому процесі України : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.02 Луганський держ. ун-т внутрішніх справ ім. Е.О.Дідоренка. Луганськ, 2008. 212 с.

25. Одінцова О.О. Правове регулювання лобізму в сучасній Україні (загальнотеоретичне дослідження) : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.01. Одеса, 2008. 21 с.

26. Основи вітчизняного парламентаризму: підруч. для студ. вищ. навч. закл. : у 2 т. / за заг. ред. В. А. Гошовської ; уклад. : Н. Б. Ларіна та ін. К. : НАДУ, 2011. Т. 1. 408 с.

27. Основи вітчизняного парламентаризму: підруч. для студ. вищ.навч. закл. : у 2 т. / за заг. ред. В. А. Гошовської. К. : НАДУ, 2012. Т. 2. 340 с.

28. Парламентаризм: підручник 2-ге вид., допов. й розшир. / В. А. Гошовська [та ін.]; за ред В.А. Гошовської. Київ : НАДУ. 2019. 704 с.
29. Політична культура в забезпеченні єдності та консолідації українського суспільства : монографія / авт. кол. : В. А. Гошовська та ін.; за заг. ред. В. А. Гошовської. Київ: НАДУ, 2021. 144 с.
30. Політична опозиція : навч. посіб. / за заг. ред. В. А. Гошовської, К. О. Ващенко, Ю. Г. Кальниша. К. :НАДУ, 2013. 208 с.
31. Політична участь як показник рівня політичної культури суспільства : практ. посіб. / авт.кол. : В. А. Гошовська [та ін.] ; за ред. В. А. Гошовської. Київ : НАДУ, 2021. 112 с.
32. Політичне лідерство: Навчальний посібник / В.А. Гошовська, Л.А.Пашко. Київ: НАДУ, 2013. 112 с.
33. Про адміністративну процедуру : Закон України від 17.02.2022 № 2073-IX URL: <https://zakon.rada.gov.Ua/laws/show/2073-20#Text>
34. Про засади державної антикорупційної політики на 2021-2025 роки : Закон України від 20.06.2022 № 2322-IX URL: <https://zakon.rada.gov.Ua/laws/show/2322-20#Text>
35. Проект Закону про добровільне лобювання № 10337 від 13.12.2023. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/43386>
36. Рачинська М.П. Концепції теоретичної ідентифікації лобізму в сучасній західноєвропейській науці. *Вісник НАДУ при Президентові України*. 2017. №1. 2017. С. 42-50.
37. Рейтерович І.В. Трансформація представницького правління в умовах глобалізації. Глобалізаційні виклики: урядування майбутнього: монографія /авт. кол. Л. Г. Комаха, І. В. Алексеєнко, В. А. Гошовська та ін.; за заг. ред. Л. Г. Комахи, І. В. Алексеєнко. К.: ВПЦ Київський університет, 2022. 976 с. С. 91-127. URL: <https://ipacs.knu.ua/pages/dop/333/files/a9765d11-a010-45fd-8927-75fad1b63a5e.pdf>
38. Самохвалов В.П. Теоретико-правові проблеми лобізму: навч. посіб. Київ, 2011. 95 с.

39. Стременовський С.М. Суб'єкти та об'єкти лобіювання в правотворчому процесі: перспективи законодавчої регламентації в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Право. 2018. Вип. 48. Том 1. С. 44-47.
40. Сумська В. Теоретичні підходи до визначення поняття "лобіювання". URL: www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2010-2/doc/4/03.pdf.
41. Тихомирова Є. Лобізм як складова міжнародного PR. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=36&c=672>
42. Трофименко А.В. Концептуальні підходи до розуміння лобізму. *Вісник Маріупольського державного університету*/у 2014. Вип. 10. С. 112-123.
43. Українська дипломатична енциклопедія у 2 т. / Редкол. : Л. В. Губерський (голова) та ін. . К. : Знання України, 2004. Т. 1. 760 с. С. 738.
44. Цінності, стандарти, компетентність у парламентській діяльності : навч. посіб. / К. О. Ващенко, В. А. Гошовська, Л. А. Пашко [та ін.] ; за заг. ред. проф. В. А. Гошовської. 2-ге вид., розшир. Київ : НАДУ, 2017. 172 с.
45. Baumgartner F. R. Dasic Interests: The Importance of Groups on Politics and in Political Science/ Frank R. Baumgartner, Beth L. Leech. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1998. 248 p.
46. Kurczewcka U. , Mołęda-Zdziech M. Lobbying w Unii Europejskiej – zarys problematyki. URL: https://journalse.com/pliki/pw/2-1999_Kurczewska.pdf
47. Liberman J. K. A Practical Companion to the Constitution. Berkley; Los Angeles; London: University of California Press, 1999. 797 p.
48. Milbrath, Lester W. The Washington Lobbyists/ Chicago, 1963. 353 p.
49. Kurczewcka U., Moleda-Zdziech M. Lobbying w Unii Europejskiej. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, 2002. 228 s.
50. Nownes A.J. Total Lobbying: What Lobbyists Want (and How They Try to Get It)/Anthony J. Nownes. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. 278 p.
51. Rudzio W. Das politische System der Bundesrepublik Deutschland. Leske Budrich, Opladen: UTB Für wissenschaft, 2000. 589 s.

52. The New Encyclopedia Britannica. 15-th Edition / [Peter B.Norton, President and Chief Executive Officer; Josef J.Esposito, President Publishing Group].Chicago, 1994. Vol. 7. 1044 p. P. 429.

53. Anderson J. E. Public Policymaking. An introduction. Third ed. Boston-New York : Houghton Miffling Company, 1997. 332 p.