

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

Кафедра політології та публічного управління

На правах рукопису

БАРТОШ НАТАЛІЯ ВОЛОДИМИРІВНА

**МЕХАНІЗМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОБІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
У ПРЕДСТАВНИЦЬКИХ ОРГАНАХ ВЛАДИ: МІСЦЕВИЙ РІВЕНЬ**

Спеціальність: 281 «Публічне управління та адміністрування»

Освітньо-професійна програма «Державна служба»

Робота на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Науковий керівник:

НИНЮК МАРІЯ АНТОНІВНА,

кандидат наук з державного управління,

доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № _____

засідання кафедри політології та публічного управління

від _____ 2024 р.

Завідувач кафедри

_____ д.політ.н., доц. В. В. Бусленко

Луцьк – 2024

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОБІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	7
1.1. Концептуальні підходи до дослідження поняття «лобізм».....	7
1.2. Характеристика лобістської діяльності.....	14
1.3. Лобістська діяльність в представницьких органах влади місцевого рівня.....	19
РОЗДІЛ 2 ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЛОБІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ.....	26
2.1. Європейський досвід лобістської діяльності.....	26
2.2. Особливості лобістської діяльності в США та Канаді.....	31
2.3. Правове регулювання лобістської діяльності в Україні.....	38
РОЗДІЛ 3 МЕХАНІЗМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОБІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПРЕДСТАВНИЦЬКИХ ОРГАНАХ ВЛАДИ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ.....	43
3.1. Основні засади законодавчого врегулювання лобістської діяльності в представницьких органах влади на місцевому рівні.....	43
3.2. Інформаційне та кадрове забезпечення лобістської діяльності в представницьких органах влади на місцевому рівні.....	48
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЄС	Європейський Союз
США	Сполучені Штати Америки
ФРН	Федеративна Республіка Німечинна
РА	Публічна політика
PR	Зв'язки з громадськістю

ВСТУП

Актуальність теми. Лобістська діяльність у представницьких органах влади, зокрема на місцевому рівні, є важливою складовою демократичних процесів, яка забезпечує взаємодію між владою, громадськістю та бізнесом. В умовах децентралізації влади в Україні, підвищення ролі місцевого самоврядування та зростання потреби у прозорості ухвалення рішень, дослідження механізмів удосконалення лобістської діяльності набуває особливої актуальності. Прозора та ефективна лобістська діяльність сприяє посиленню впливу громадянського суспільства на прийняття рішень, підвищенню довіри до органів влади та забезпеченню більш збалансованого розвитку місцевих громад.

Актуальність теми зумовлена недостатньою розвиненістю нормативно-правової бази, яка регулює лобістську діяльність в Україні, а також необхідністю адаптації найкращого міжнародного досвіду до реалій місцевого самоврядування. Лобіювання часто сприймається як негативний явище, пов'язане з корупцією, що перешкоджає його ефективному використанню як інструменту комунікації між владою та громадськістю. Вирішення цих проблем вимагає науково обґрунтованого підходу до удосконалення механізмів лобіювання, зокрема на місцевому рівні.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному аналізі сучасних механізмів лобістської діяльності на місцевому рівні в Україні, порівнянні їх із кращими практиками зарубіжних країн, а також розробці рекомендацій щодо їх удосконалення. У роботі пропонуються інноваційні підходи до формування прозорих механізмів взаємодії між представницькими органами влади та зацікавленими сторонами.

Мета дослідження полягає у розробці механізмів удосконалення лобістської діяльності у представницьких органах влади на місцевому рівні, які сприятимуть ефективній взаємодії влади та громадянського суспільства.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність розв'язання
Досягнення поставленої мети зумовило необхідність розв'язання **таких завдань:**

- з'ясувати сутність і зміст поняття «лобістська діяльність» у контексті представницьких органів влади;
- проаналізувати сучасний стан і проблеми лобістської діяльності в Україні;
- дослідити зарубіжний досвід регулювання лобіювання та визначити можливості його адаптації до умов місцевого самоврядування в Україні;
- розробити пропозиції щодо вдосконалення нормативно-правової бази для регулювання лобістської діяльності;
- визначити практичні механізми впровадження рекомендацій у діяльність місцевих представницьких органів.

Об'єктом дослідження є процес лобістської діяльності в представницьких органах влади.

Предметом дослідження є механізми вдосконалення лобістської діяльності на місцевому рівні.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості застосування розроблених рекомендацій для покращення ефективності діяльності представницьких органів місцевого самоврядування. Запропоновані механізми сприятимуть підвищенню прозорості прийняття рішень, зменшенню ризиків корупції та посиленню участі громадськості у процесах управління.

Результати роботи можуть бути використані у процесі розробки нормативно-правових актів, спрямованих на регулювання лобістської діяльності, а також у навчальних програмах для посадових осіб органів місцевого самоврядування.

Таким чином, дослідження спрямоване на створення умов для ефективного впровадження прозорих і демократичних механізмів лобіювання, які відповідатимуть сучасним викликам розвитку місцевого самоврядування в Україні.

Структура роботи зумовлена її метою та завданнями і складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 64 сторінок, з яких 50 – основний текст. Список використаних джерел містить 78 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОБІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Концептуальні підходи до дослідження поняття «лобізм»

Інститут лобізму як соціальне та політичне явище є важливою складовою сучасної демократії та ефективних систем державного управління. Спершу виникнувши як особливий інструмент впливу приватних і громадських організацій («груп тиску») на процес ухвалення рішень органами державної влади у сфері внутрішньої та зовнішньої політики, інститут лобізму може виконувати роль узгодження суспільних інтересів і доповнювати конституційну систему демократичного управління.

Терміни «лобізм» і «лобіювання» мають давню історію та походять від англійського слова «lobby» (коридор), яке в середині XVI століття означало місце для прогулянок у монастирях. У XVII столітті цей термін почали використовувати для позначення приміщень для прогулянок у палаті обцин Англії.

Політичний сенс термін «лобізм» набув наприкінці XVIII століття в Сполучених Штатах Америки. Ж. Тайндел пов'язує історичне походження цього терміна з готелем «Віллард» (Willard Inter Continental Washington) у Вашингтоні, де парламентарі часто зупинялися у вестибюлі, а лобісти мали можливість викладати свої аргументи щодо прийняття законів [74].

Перша поправка до Конституції США проголошувала право громадян звертатися до уряду з петиціями, що створило правову основу для регулювання лобізму. У 1808 році слово «лобі» вперше було зафіксовано в протоколах Конгресу США, де воно означало місце, де зацікавлені особи могли висловлювати свою думку членам Палати представників або сенаторам. Цими місцями були коридори, холи та вестибюлі [74].

До початку ХХ століття лобізм асоціювався з корупцією та фаворитизмом і не мав професійного характеру. У 1862 році в США виникло поняття «лобіювання», а в 1863 році – термін «лобіст», які спочатку стосувалися різних видів корупційних дій. З розвитком політичних партій та зростанням повноважень представницьких органів влади, які виконували законодавчі функції, почав формуватися новий тип відносин між владою та підприємцями. Ці відносини характеризувалися прямим лобіюванням інтересів через індивідуальні контакти [74].

В англomовних країнах термін «лобіювання» став поширеним і почав сприйматися як легітимна форма впливу на владу наприкінці ХІХ – на початку ХХ століття. У вітчизняних дослідженнях терміни «лобізм» і «лобіювання» зазвичай не розрізняють, однак багато авторів бачать різницю: «лобізм» стосується системи інституту, тоді як «лобіювання» – процесу діяльності [74].

Фахівці наголошують на важливості наукового розвитку теорії лобізму та плюралістичної теорії груп, зокрема тому, що в більшості країн лобістська діяльність має прихований характер. Лише в США цей феномен набув правового статусу у 1946 році, що зробило його більш відкритим і прозорим. У США лобізм спрямований на вплив на Конгрес, Білий дім, міністерства, відомства, а також на законодавчі та виконавчі органи штатів, з метою ухвалення або блокування певних законодавчих або адміністративних актів в інтересах різних груп. Характерною рисою політичного життя США є присутність лобі-груп у різних інституційних структурах та громадських організаціях.

Сьогодні лобізм є важливою складовою політичної комунікації, а сам термін широко використовується як у вітчизняній, так і в зарубіжній політології, серед експертів та державних чиновників. Інтерпретація терміну «лобізм» є досить широкою. У загальному розумінні лобізм охоплює діяльність громадян, суспільних груп, асоціацій, бізнес-структур, корпоративних груп, партій та інших організацій, спрямовану на вплив на державні органи влади для просування своїх інтересів.

Проте прихильники іншого підходу заперечують проти такого широкого трактування лобізму, вважаючи, що воно не відображає його специфіку і може застосовуватися до будь-якої форми комунікації для захисту власних інтересів.

Концептуальні підходи до вивчення лобізму як феномена та важливого елемента політичної культури базуються на теоріях трансформаційних змін, демократизації політичної влади, формування громадянського суспільства, плюралістичній теорії груп та їх легітимації, теорії конкуренції та ухвалення рішень. Еволюція наукової думки вплинула на термінологію, уточнила визначення явищ і понять.

Лобізм – це «особлива система і практика реалізації інтересів окремих організацій і різних груп громадськості через цілеспрямований вплив на законодавчі та виконавчі органи державної влади» [34]. Це також «діяльність соціальних груп, що захищають свої специфічні політичні інтереси; груп тиску на органи законодавчої та виконавчої влади з метою впливу на ухвалення рішень у сферах внутрішньої та зовнішньої політики» [34]. Крім того, лобізм може охоплювати «дії державних органів – законодавчих, виконавчих і судових спрямовані на підтримку певних галузей економіки, регіонів, підприємств, чи соціальних груп у взаємодії з групами тиску» [34].

Лобіювання визначають:

- «процес впливу зацікавлених груп на ухвалення рішень владними структурами» [34];

- «будь-яка діяльність громадян, бізнес-асоціацій, політичних партій та інших організованих груп, спрямована на просування власних інтересів» [34].

Євролобіювання – це «сукупність дій, спрямованих на позиціонування, просування та легітимний захист інтересів окремої компанії або галузі на рівні європейських інституцій». Воно також «включає заходи для зміцнення іміджу компанії чи галузі в європейському інституційному середовищі через використання комплексу GR-інструментів, що дозволяють європейському бізнесу законно відстоювати свої інтереси перед європейськими інституціями» [34].

Лобі-групи – це «організовані групи інтересів (громадських, соціальних, корпоративних, професійних тощо), які виступають як тіньові суб'єкти політичного процесу і застосовують неполітичні засоби впливу на прийняття політичних рішень» [34].

Government Relations (GR) – це «цивілізовані, законні форми взаємодії між владними інститутами і корпоративними структурами, що передбачають інформаційний вплив на органи державної влади для формування позитивного іміджу корпоративних структур в урядових та бізнесових колах» [34].

Важливим методологічним аспектом у визначенні лобізму є його аналіз у контексті концепції «Public Affairs» (РА – публічна політика) та PR (зв'язки з громадськістю). Більшість прихильників цього підходу вважають РА структурним елементом PR, оскільки ці два поняття є функціональною основою для встановлення зв'язків із місцевими спільнотами.

Р. Девідсон зазначає, що Public Affairs є «більш вузькою сферою взаємодії з громадськістю», тоді як PR охоплює відносини з усіма цільовими групами, залученими в процес формування і реалізації публічної політики. У цьому контексті Public Affairs і PR виконують функції лобізму [7].

У більшості західноєвропейських країн є поширеною практика надання лобістських послуг агентствами Public Affairs consultants або Public Policy Consultants, які «реалізують функції, пов'язані з коригуванням і контролем механізмів громадянського суспільства у відносинах з державою». У цьому сенсі «лобізм визначають як спосіб впливу представників недержавних організацій на органи державної влади та місцевого самоврядування з метою ухвалення або блокування рішень відповідно до інтересів певних груп» [7].

Е. Ледд, розробляючи свою концепцію лобізму, описує його як «форму та механізм організації груп, необхідних для артикуляції, агрегування та реалізації їхніх інтересів» [77]. Пізніше цей підхід був використаний Американською лігою лобістів, яка визначає лобізм «як діяльність експертів у сфері державного управління, що включає знання його структури, програм, політики та

законодавчого процесу». Завдяки цій активній ролі в процесі ухвалення державних рішень лобісти стають невід'ємною частиною планування і реалізації стратегій для досягнення політичних цілей. Проте питання правового регулювання лобізму залишається актуальним, оскільки він передбачає «сукупність норм, які регулюють діяльність різних груп тиску (громадян, бізнес-асоціацій, професійних організацій) для просування своїх інтересів у державних органах» [77].

Концепція А. Бентлі пропонує своєрідне поглиблене розуміння лобізму, визначаючи його «як форму обміну між політичними інститутами та структурами громадянського суспільства». Він вважає, що саме ці «інституції повинні приймати ефективні рішення на всіх рівнях суспільства, від національного до локального, та доносити свої пропозиції до органів влади». Ці пропозиції мають «враховувати як корпоративні інтереси, так і державні інтереси, при цьому держава гарантує рівні можливості для всіх груп впливу, приймаючи рішення на основі аналізу різних варіантів, які пропонують лобісти» [71].

На думку А. Бентлі, лобізм можливий лише в умовах відкритого суспільства, яке забезпечує захист інтересів різних груп через їх конкурентний вплив на політичні та управлінські структури. Жодна група не має монополії на представлення своїх інтересів. У такому суспільстві групи інтересів є численними, різноманітними, виникають спонтанно та конкурують між собою, не маючи структурної ієрархії чи залежності від держави. Їх боротьба за інтереси відбувається в умовах конкуренції [71].

Ж. Мур також пропонує своє бачення лобізму, розглядаючи його як «окрему сферу бізнесу, де фахівці переконують законодавців ухвалювати потрібні для суспільства закони та відхиляти небажані, які суперечать його інтересам». Лобізм забезпечує політичний плюралізм і сприяє просуванню інтересів різних груп суспільства, водночас легітимізуючи деякі державні рішення. Ж. Мур бачить лобізм через призму «лобістського плюралізму та

корпоративізму» як механізм відстоювання суспільно значущих інтересів [37].

Вітчизняна наукова думка розглядає цивілізований лобізм як ключовий чинник трансформації політичного середовища і політичного лідерства на національному та регіональному рівнях. В умовах транзитивних процесів лобізм стає невід'ємною складовою політичного, економічного та соціокультурного розвитку України.

Існують дві основні концепції політичного представництва, що відображають суперечливу природу цього явища: політично-корпоративна та консервативно-елітарна. Політично-корпоративна концепція передбачає, що інституції представництва фокусують інтереси, які є спільними для груп, що вони репрезентують, і відстоюють їх від імені та за дорученням членів цих груп. Це представництво, на думку дослідників, спрямоване «знизу догори» і є своєрідним посланням від повсякденного життя до органів нормотворчості [37].

У праці Т. Пояркової «Концепція демократичної політичної культури та основні тенденції її втілення в Україні» аналізуються основні напрями розвитку демократичної культури в Україні. Це дозволяє краще зрозуміти взаємодію між владою і суспільством, зміст політичних процесів і специфіку ухвалення рішень в інститутах за участю груп тиску. Формування демократичної системи, на думку дослідниці, «залежатиме від пріоритетності держави як головного реформатора та поступової переорієнтації влади з власних потреб на вимоги суспільства, що супроводжуватиметься відмовою від радянських цінностей» [46].

Г. Г. Почепцов зазначає, що позитивні аспекти лобізму «полягають у можливості легітимізувати певні шляхи впливу на владу, що зменшує простір для корупції. Лобізм обмежує корупційні можливості, оскільки регламентує взаємодію між лобі-групами і владними інституціями в межах законодавства, що передбачає консультації і донесення інтересів громадських груп до представницьких і виконавчих органів влади» [45].

Дослідження лобістської діяльності висвітлюються в роботах О. Шевченко, яка пропонує «класифікацію суб'єктів лобізму на кілька основних категорій: політичні, соціальні, економічні, регіональні та іноземні лобісти» [69].

О. Шевченко акцентує увагу на існуванні двох ключових моделей державного регулювання лобістської діяльності – англосаксонської та європейської континентальної. Вона підкреслює, що головна різниця між лобізмом у західних країнах та на пострадянському просторі полягає у тому, що в західних державах лобісти здебільшого взаємодіють із законодавчими органами, тоді як у країнах, які виникли після розпаду радянського союзу, – з виконавчою владою [69].

Український дослідник С. Телешун зосереджується на методологічних аспектах функціонування фінансово-промислових груп в Україні як «лобі-груп». Він аналізує їх формування, розвиток і вплив на політичні процеси [67]. Науковець зазначає, що корпорації фактично «утримують» державу, яка на пострадянських територіях стає основним користувачем їх послуг. Водночас, Телешун звертає увагу на те, що «система корпоративних партій, які виступають політичним інструментом фінансово-промислових груп, обмежує можливість громадян впливати на прийняття рішень та ефективно лобіювати суспільні інтереси на рівні урядових структур» [67].

У сучасних наукових дослідженнях феномен лобізму розглядається через різноманітні підходи. Як зазначає М. Газізов, «теоретична база вивчення цього явища має міждисциплінарний характер, що дозволяє класифікувати підходи до лобізму на чотири основні напрями: політичний, правовий, економічний і соціальний» [9].

Підсумовуючи дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, у рамках нашої роботи лобізм визначається як організований і законодавчо врегульований механізм впливу, який використовуються для того, щоб надавати вплив на прийняття рішень органами місцевого самоврядування та іншими представницькими структурами влади. Цей процес має на меті захист

інтересів громадськості та забезпечення відповідності прийнятих рішень соціальним потребам, що дозволяє забезпечити баланс між різними групами інтересів у суспільстві.

1.2. Характеристика лобістської діяльності

Перш ніж переходити до аналізу лобіювання як окремого виду діяльності, необхідно визначити сутність поняття «діяльність». Соціологи трактують діяльність як форму активності, що відображає здатність людини або пов'язаних із нею систем спричиняти зміни в реальності, а також як активне ставлення до навколишнього середовища з метою його перетворення. Соціальна діяльність, у свою чергу, є «сукупністю соціально значущих дій, які здійснюють суб'єкти (індивід, група, клас, суспільство) у різних сферах та на різних рівнях соціальної організації, переслідуючи певні соціальні інтереси. Для досягнення цих інтересів використовуються різноманітні засоби, зокрема економічні, соціальні, політичні та ідеологічні» [10].

На думку М. Кагана, «людська діяльність є історично зумовленим явищем, яке виникає, змінюється і вдосконалюється разом із розвитком соціальних відносин» [22]. Ці відносини, у свою чергу, як обслуговують діяльність, так і постійно змінюються під її впливом. Однією з ключових характеристик діяльності є її усвідомлений характер. Водночас реальна діяльність завжди існує у конкретних історично сформованих формах.

Теорія діяльності від початку базувалася на концепції посередництва, яка передбачає, що стимулюючий вплив та відповідь на нього опосередковуються рядом проміжних дій. Основна структура діяльності описується у вигляді «трикутної моделі», що включає суб'єкта (людину чи групу, яка здійснює діяльність), об'єкт (те, на що спрямована діяльність) та інструменти (засоби).

У цій моделі об'єкт піддається впливу за допомогою наявних засобів, суб'єкт діє, мотивуючись необхідністю трансформації об'єкта у кінцевий результат, а сам процес здійснюється за посередництвом одного чи кількох інструментів. Засобом можуть бути різні елементи – від знакових систем і методів до правових норм, процесів, машин або інструментів.

З огляду на складність лобістської діяльності та специфічні соціальні, політичні й правові умови її здійснення, найбільш ефективною видається структура, яка включає такі компоненти: мету, суб'єкта, об'єкт, активність, засоби та результат лобіювання (рис. 1.1). Цей підхід дозволяє послідовно розкрити ключові особливості та властивості досліджуваного явища [10].

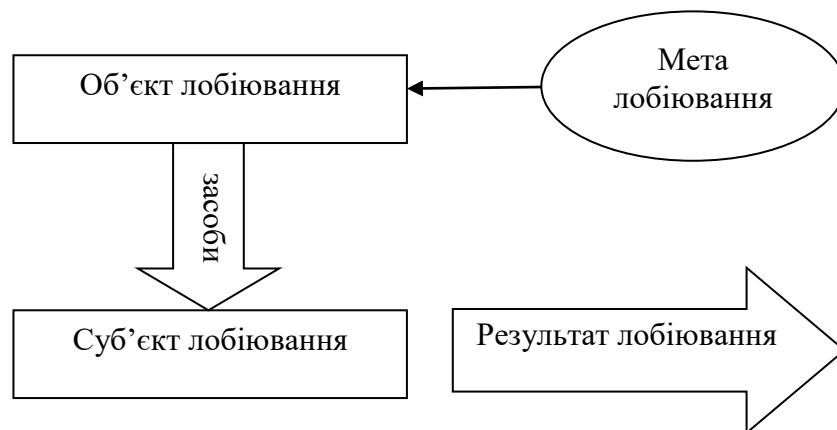


Рис. 1.1 Структура лобістської діяльності [Складено автором]

Передусім варто зазначити, що будь-яка діяльність суб'єкта має на меті досягнення конкретних цілей. Лобіювання завжди зберігає свою актуальність, оскільки уряд, об'єктивно, не здатний повністю і одночасно задовольнити всі інтереси. Це призводить до проблеми визначення пріоритетів та черговості їх задоволення. Інакше кажучи, завжди існують групи, чії інтереси не потрапляють до пріоритетних напрямів державної, регіональної чи місцевої

політики. Крім того, спроби задоволення нових потреб часто порушують наявний status quo, що викликає опір з боку тих членів суспільства, які зацікавлені у збереженні своїх позицій. Відомо, що реалізація владних функцій завжди є вибірковою. Не існує універсальної політики, яка б відповідала інтересам усіх, адже політика, насамперед, передбачає балансування інтересів.

Розглядаючи можливість впливу на ухвалення владних рішень і розподіл ресурсів, стає зрозуміло, що природне прагнення учасників суспільного життя - використати цей механізм для задоволення своїх інтересів. Участь у державному управлінні в умовах демократичного режиму не є самоціллю, а виконує роль проміжного інструменту. Таким чином, основна мета лобіювання полягає у задоволенні інтересів відповідних суб'єктів [10].

Щодо класифікації суб'єктів лобіювання, існує декілька підходів. Зокрема, за способом діяльності суб'єктів їх можна поділити на дві основні групи:

безпосередні лобісти – це групи інтересів, які самостійно реалізують свою діяльність із метою захисту та задоволення законних соціальних, економічних, творчих, національно-культурних, вікових чи інших потреб своїх членів. До таких лобістів належать професійні спілки, громадські організації, асоціації підприємств та інші об'єднання громадян, що легальними методами впливають на ухвалення політичних рішень. Цей тип діяльності є прикладом прямого лобіювання, яке не потребує посередників [13];

професійні лобісти – фізичні або юридичні особи, які за винагороду представляють інтереси певних груп населення або соціальних верств. У країнах із розвинутими традиціями лобізму (США, Великобританія, Канада, Австралія, ФРН, Франція) активно діють спеціалізовані посередницькі організації, зокрема професійні лобістські фірми чи групи, що складаються з 10–100 співробітників і працюють у складі підприємницьких чи суспільних організацій [13].

За вертикальним виміром лобістської діяльності можна виділити такі категорії суб'єктів:

міждержавні лобісти – це впливові іноземні групи, національні спільноти та держави. У багатьох поліетнічних країнах такі групи лобіюють інтереси діаспор або країн їх походження не лише на національному чи локальному рівнях, а й у глобальних структурах управління [13];

лобісти вищих органів державної влади – це політичні партії, які не подолали виборчий бар'єр, але впливають на політику через парламентські, президентські або урядові структури. Зокрема, значний вплив мають міжпартійні робочі групи та парламентські комітети [13];

регіональні лобісти – представники територій, які прагнуть забезпечити свої потреби шляхом отримання пільг чи переваг від центральної влади. Їх вплив проявляється як тиск на центральну владу, щоб наблизити політику до інтересів регіону. Проте регіональне лобіювання може мати негативні наслідки, якщо воно здійснюється на шкоду іншим регіонам або загальнонаціональним інтересам [13].

Лобіювання, як діяльність, передбачає вплив суб'єкта на об'єкт з метою задоволення інтересів. Цей вплив здійснюється за допомогою різноманітних засобів, які утворюють інструментарій лобіювання. До таких засобів належать економічні, соціальні, політичні, ідеологічні та правові інструменти, які використовують лобісти для досягнення своїх цілей.

Однак лобіювання не обмежується лише впливом. Воно включає й інші форми активності, такі як:

- виявлення лобійованого інтересу;
- його узгодження;
- підготовка до здійснення впливу;
- взаємодія з іншими суб'єктами лобіювання.

Результатом лобістського впливу на об'єкт (суб'єкт публічної влади) є офіційні акти (дії або документи). Це обумовлено тим, що інтереси зацікавлених осіб залежать від здійснення владних повноважень суб'єктом публічної влади. Конкретна лобістська діяльність завжди спрямована на ті

інтереси, які можуть бути реалізовані певним органом або посадовою особою у визначений спосіб і час.

Суб'єкти публічної влади, які виступають об'єктами лобіювання, здійснюють різні види діяльності:

- правотворчу, яка полягає у розробці та прийнятті нормативно-правових актів;
- правозастосовну, що пов'язана із виконанням законів;
- правотлумачну, яка передбачає роз'яснення норм права;
- контрольну, спрямовану на забезпечення виконання законів.

Результат такої діяльності може мати як одноразовий характер (окремий акт), так і системний, коли лобіювання здійснюється постійно.

Аналіз складових лобістської діяльності дозволяє виокремити її ключові елементи:

мета – задоволення інтересів відповідних суб'єктів;

суб'єкт – носій інтересу (клієнт) або його представник (лобіст);

об'єкт – суб'єкт публічної влади, включаючи органи державної влади, місцевого самоврядування, їх посадових чи службових осіб;

активність – вплив та інші супутні форми активності, як-от:

- виявлення та узгодження інтересу;
- підготовка до впливу;
- взаємодія з іншими лобістами.

засоби – економічні, соціальні, політичні, ідеологічні, правові інструменти;

результат – офіційні акти (документи або дії), які реалізують інтереси суб'єкта лобіювання.

Таким чином, лобіювання є багатограним процесом, що охоплює як безпосередній вплив, так і широкий спектр підготовчих та супутніх заходів для досягнення поставлених цілей.

1.3. Лобістська діяльність в представницьких органах влади місцевого рівня

У попередньому підрозділі дослідження ми вже відзначали, що одним із об'єктів політичного лобіювання є представницькі органи влади, у тому числі на місцевому рівні. Таким чином, зважаючи на предмет нашого дослідження, вважаємо за доцільне розглянути особливості лобістської діяльності у місцевих представницьких органах.

Так, як зазначалося вище, необхідним критерієм для виокремлення лобістської діяльності є її мета – задоволення відповідних інтересів. Зважаючи на те, що громадянин має можливість впливати на владні суб'єкти шляхом участі у виборах, референдумах, зверненнях до органів влади всіх рівнів, лобіювання здебільшого необхідне для представництва групових інтересів.

На думку С. В. Васильєвої, лобіювання є досить затребуваним як бізнес-структурами, так і некомерційними організаціями, які потребують особливих правових механізмів для реалізації власних інтересів, оскільки не можуть реалізувати їх через інститути традиційної демократії [5].

Враховуючи викладене та беручи до уваги процес децентралізації в Україні, функціонування лобізму на місцевому рівні має істотне значення. Представники великого бізнесу мають свої інтереси в певних регіонах країни та залежні від рішень місцевої влади.

Лобістська діяльність у місцевих представницьких органах може здійснюватися щодо:

- розробки, обговорення та прийняття нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
- формування політики на місцевому рівні;
- затвердження тарифів на енергоресурси;
- фінансування соціальних програм.

Суб'єкти лобіювання у місцевих представницьких органах можуть бути фізичними або юридичними особами, які здійснюють легітимний вплив на

суспільну політику через взаємодію з органами місцевого самоврядування з метою представництва інтересів окремих осіб чи груп, використовуючи правові методи і форми впливу.

Лобіювати інтереси у представницьких органах на місцевому рівні можуть:

зовнішні суб'єкти – фізичні та юридичні особи, які зареєстровані в установленому порядку, працюють на правах вільних агентів і представляють інтереси фізичних і юридичних осіб приватного права, з якими укладено договір на здійснення лобіювання;

штатні лобісти, які входять до складу підприємства, організації чи установи, отримують фіксовану заробітну плату та здійснюють лобістський вплив лише в інтересах і на замовлення свого роботодавця;

колективи лобістів, які об'єднані в групи й спільно в інтересах своїх чи на замовлення третіх осіб здійснюють легітимний лобістський вплив.

Головною метою створення лобістської коаліції є об'єднання і координація зусиль декількох суб'єктів для захисту та представництва спільних інтересів на правотворчому рівні. Лобістське коаліційне будівництво, перш за все, стосується малого і середнього бізнесу та неурядових громадських організацій, які через економічні обмеження не можуть самостійно конкурувати з фінансово-промисловими групами.

Безпосередні методи лобіювання у представницьких органах на місцевому рівні мають такі форми:

- підготовка проєктів нормативно-правових актів і винесення їх на обговорення органу місцевого самоврядування;

- інформування посадових і службових осіб органів місцевого самоврядування, де акредитовані лобісти, шляхом розповсюдження серед них різноманітних досліджень, інформаційно-аналітичних матеріалів тощо;

- участь у роботі засідань комісій, робочих груп, консультативно-дорадчих установ, створених при органах місцевого самоврядування;

- консультування посадових і службових осіб органів місцевого самоврядування, де акредитовані лобісти, щодо питань, які визначено як предмети лобіювання.

Опосередковані методи лобіювання здійснюються суб'єктами лобіювання у формі:

- надсилання заяв, скарг, пропозицій поштою (електронною поштою), телеграфних або факсимільних повідомлень чи іншої кореспонденції посадовим і службовим особам органів місцевого самоврядування, де вони акредитовані;

- проведення публічних заходів (круглих столів, конференцій, семінарів тощо) за участі посадових і службових осіб органів місцевого самоврядування, де вони акредитовані, та громадськості;

- проведення публічних зібрань громадян – мітингів, походів, демонстрацій чи пікетів;

- розміщення у засобах масової інформації коментарів фахівців, результатів різноманітних досліджень, опитувань, аналітичних матеріалів тощо.

Як невід'ємна частина політичного життя суспільства, лобістська діяльність у місцевих представницьких органах має як позитивні, так і негативні риси.

До позитивних функцій можна віднести:

- надання органам місцевого самоврядування більшої гнучкості та динаміки шляхом підсилення їх легітимності;

- представництво інтересів суспільства перед органами місцевого самоврядування. Лобістська діяльність виступає посередником між суспільством і державою, створюючи додатковий інструмент самоорганізації та впливу громадянського суспільства;

- впорядкування різноспрямованих суспільних інтересів шляхом співставлення та визначення пріоритетів (у тому числі між приватними і суспільними цінностями), що істотно доповнює складну систему стримувань і противаг. Легальне лобіювання є необхідним для регулювання групових

інтересів, оскільки наслідки тиску однієї групи можуть впливати на все суспільство;

- виступає як один із засобів досягнення компромісу. Лобістська діяльність сприяє збереженню рівноваги у суспільстві та примиренню між різними групами інтересів, виступаючи інтегруючим елементом демократичної системи;

- активізація політичних процесів, підвищення ефективності прийняття політичних рішень. Принцип «двостороннього руху» у процесі ухвалення політичного рішення уможливорює механізм прийняття рішень з урахуванням пропозицій та поправок «знизу»;

- забезпечення гласності та відкритості політичного процесу, роблячи його передбачуваним шляхом збільшення кола політичних учасників та обмеження всесилля органів влади. Іноді лобістська діяльність передбачає оприлюднення намірів, стратегій і тактик зацікавлених груп, що додає прозорості політичному життю та дає можливості для контролю з боку громадськості;

- інформування органів місцевого самоврядування про стан справ у певних сферах життя та проблеми, що потребують термінового законодавчого вирішення, розширюючи інформаційну базу для прийняття політичних рішень (наприклад, збір необхідної інформації про певний сектор політичного ринку та підготовка експертної оцінки). Інформаційна функція також полягає у створенні сприятливих умов для сприйняття суспільством та певними групами громадськості схвалених органами влади нормативно-правових актів;

- політична комунікація між широким колом соціальних груп, з одного боку, і між політичними інституціями, з іншого, а також між суспільством та державою загалом. Лобістська діяльність передбачає налагодження різноманітних політичних контактів, каналів спілкування, механізмів обміну інформацією, що дозволяє віднести її до інших технологій політичного дискурсу;

- політична соціалізація різноманітних груп суспільства, які, не маючи представників своїх інтересів в органах державної влади, намагаються вплинути на політичний процес, отримуючи додаткові можливості для участі у політичному житті суспільства та реалізації своїх конституційних прав у питаннях управління справами. Таким чином, лобістська діяльність стимулює політичну активність соціальних недержавних структур (асоціацій, громадських організацій) [13].

Серед негативних рис лобістської діяльності можна виділити наступні:

- може блокувати дійсно необхідні управлінські рішення, виступати засобом неправового впливу на органи місцевого самоврядування і тим самим перешкоджати здійсненню стабільної та оперативної політики через нескінчений перерозподіл бюджету, часту зміну пріоритетів;

- може бути чинником розвитку і захисту інтересів окремих груп на шкоду суспільним інтересам, наприклад, задоволення іноземних інтересів на шкоду національним, та стати виявом соціальної несправедливості, призвести до дисбалансу інтересів;

- може становити загрозу для основ демократії таким чином, що інститут народовладдя буде підмінений механізмом впливу окремих владних груп. Слід врахувати, що групи тиску – це, «часто, елітні групи, для яких характерні свої інтереси, які можуть відрізнятися від інтересів усього суспільства». Демократичні інститути перетворюються на вагомий інструмент впливу окремих груп інтересів;

- може створювати сприятливе середовище для корупції та зловживань. Лобістська діяльність містить потенційну схильність її учасників до задоволення корисливих потреб, відтак може розглядатись як інструмент збагачення окремих верств, еліт;

- може слугувати джерелом суб'єктивно інтерпретованої інформації, яка надається органам місцевого самоврядування, що призводить до їх дезінформування [13].

Крім того, як влучно зазначив вчений І. Черінько: «Нерідко змагання лобістів можуть призводити до прийняття рішень, що суперечать одне одному або ж до скасування вищою інстанцією рішень, прийнятих на нижчому рівні через лобіювання певними групами вигідних для себе рішень на противагу тим, що були попередньо пролобійовані їх конкурентними. Такий стан речей, в принципі, відповідає вимогам правосуддя і законності, однак не вписується у принцип субсидіарності, який є основоположним для побудови нинішньої моделі демократії ЄС. Згідно з принципом субсидіарності, якщо рішення може бути прийнятим на якомога нижчому рівні місцевого самоуправління, його мають приймати саме такі місцеві органи, без втручання верховної влади до процесу» [69].

Таким чином, ми вважаємо, що до особливостей лобістської діяльності в органах представницької влади на місцевому рівні варто віднести наступні:

- ✓ її метою, як правило, є інтереси представників великого бізнесу в певних регіонах країни, які залежні від рішень місцевої влади і потребують особливих правових механізмів реалізації власних інтересів, оскільки не можуть реалізувати останні через інститути традиційної демократії;

- ✓ об'єктом є місцеві представницькі органи влади;

- ✓ лобістська діяльність в органах представницької влади на місцевому рівні характеризується, як рядом переваг, за рахунок того, що вона виступає засобом підсилення легітимності місцевих органів влади, посередництва між суспільством і державою, впорядкування різноманітних суспільних інтересів, досягнення компромісу, активізації політичних процесів, забезпечення їх гласності та відкритості, так і недоліками, основними з яких є те, що вона може:

- блокувати дійсно необхідні управлінські рішення;

- бути чинником розвитку і захисту інтересів окремих груп на шкоду суспільним інтересам;

- становити загрозу для основ демократії, підмінюючи інститут народовладдя механізмом впливу окремих владних груп;

- створювати сприятливе середовище для корупції та зловживань;

- слугувати джерелом суб'єктивно інтерпретованої інформації;
- спричиняти невідповідність принципу субсидіарності через загрозу лобіювання питань, які відносяться до компетенції місцевих органів влади на вищому рівні.

РОЗДІЛ 2

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЛОБІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

2.1. Європейський досвід лобістської діяльності

Лобізм є невід'ємною частиною політичного процесу в будь-якій державі. За умови його легалізації, лобістська діяльність може позитивно впливати на процес демократизації політичних систем. Однак без належного правового регулювання, яке визначає цивілізовані форми і методи, лобізм може стати неконтрольованим, підриваючи основи правової держави та завдаючи шкоди ринковій економіці, заснованій на конкуренції.

Що стосується впровадження інституту лобізму в Україні, важливо враховувати досвід провідних європейських країн. У таких державах, як Німеччина, Франція, Великобританія, Італія та Іспанія, лобізм регулюється через «м'яке» право або законодавчі норми, що вимагають обов'язкової реєстрації груп тиску.

Деякі країни Північної і Центрально-Східної Європи, зокрема Нідерланди, Бельгія, Швеція, Фінляндія, Ірландія, Австрія, Польща, Чехія, Угорщина, реалізують національну практику лобістської діяльності через законодавство про реєстрацію груп тиску. Лобістська діяльність у країнах Балтії та Південно-Східної Європи, таких як Литва, Латвія, Естонія, Греція, Мальта, Кіпр, Болгарія та Румунія, поки що знаходиться на етапі розробки законопроектів.

Литва стала першою серед постсоціалістичних країн, яка врегулювала лобістську діяльність на законодавчому рівні. Закон «Про лобістську діяльність» був ухвалений у 2000 році й набрав чинності 01 січня 2001 року. Однією з передумов його прийняття стали корупційні скандали за участю

депутатів Сейму та місцевих органів влади. Згідно з цим Законом, лобістською діяльністю вважаються платні або безкоштовні дії осіб, спрямовані на зміну, доповнення або скасування чинних правових актів в інтересах замовника лобізму.

Це визначення має широкий зміст і передбачає вплив лише на законодавчі органи влади. Згідно з Законом Литовської Республіки «Про лобістську діяльність» [51] надано чіткий перелік дій, які не вважаються лобістською діяльністю, а саме:

- дії або робота власників, видавців і співробітників медіа, пов'язана з інформуванням про правові акти та їх проекти, публікацією чи поширенням тексту або його частини, оглядів, коментарів. Це не стосується випадків, коли власники чи співробітники медіа отримують винагороду за лобістську діяльність;

- дії осіб, які на запрошення державних або муніципальних органів беруть участь у підготовці, обговоренні чи тлумаченні проектів правових актів, за плату або безкоштовно;

- дії державних політиків, державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування, пов'язані з ініціюванням, підготовкою, обговоренням, прийняттям або тлумаченням проектів законів і правових актів у межах їх посадових обов'язків;

- дії некомерційних організацій, спрямовані на вплив на зміни, доповнення чи скасування правових актів або прийняття нових актів в інтересах їх співробітників;

- дії вчених (педагогів), окрім випадків, коли вони діють в інтересах замовника лобістської діяльності;

- вираження думки фізичних осіб щодо змін або скасування правових актів, за умови, що це не здійснюється в інтересах замовника лобістської діяльності.

Згідно з цим законом, є також обмеження, що виключають можливість заняття лобістською діяльністю. Зокрема, фізична особа не може бути лобістом, якщо вона:

- молодша за 18 років.

- є колишнім державним політичним діячем або державним службовцем, якщо пройшло менше року з моменту завершення її повноважень або служби.

- є державним політичним діячем чи державним службовцем, якому заборонено бути членом органів управління певних організацій, отримувати винагороду за роботу в таких органах чи працювати консультантом або радником у приватних організаціях.

- має незняту судимість.

Закон також забороняє банківським установам займатися лобістською діяльністю. Таким чином, литовське законодавство обмежує можливість колишніх посадовців займатися лобістською діяльністю протягом одного року після завершення їхньої державної служби.

Законодавство Литовської Республіки вимагає обов'язкової реєстрації лобістів, що чітко прописано в Законі без необхідності додаткових роз'яснень. Реєстрацію лобістів в Литві здійснює Головний Уповноважений Комісії з етики, який веде Реєстр лобістів [51].

Основною метою Закону «Про лобістську діяльність» є управління лобістською діяльністю, контроль за її здійсненням та встановлення відповідальності за порушення цього законодавства. Закон є збалансованим і ефективним механізмом для регулювання впливу груп інтересів на органи державної законодавчої влади. Литовське законодавство прямо забороняє лобістам та їх клієнтам оплачувати лобістську діяльність таким чином, що розмір оплати залежить від внесення змін, доповнень або відхилення будь-якого правового акта або прийняття нових актів. Також заборонено фінансування лобістської діяльності за державний кошт.

Однак одним із недоліків закону є відсутність ефективних норм, що передбачають відповідальність за порушення законодавства про лобізм. Закон

встановлює лише адміністративну та цивільно-правову відповідальність для лобістів, якщо їх дії завдали шкоди третім особам.

У Польщі лобізм регулюється Актом від 07 липня 2005 року «Про лобістську діяльність у законодавчому процесі» [52]. Легалізація лобістської діяльності та створення відповідної правової бази в Польщі були викликані корупційними скандалами. У звіті про корупцію 1999 року Світовий банк повідомляв про різні форми лобіювання в сеймі, зокрема, через надання фінансових вигод для сприяння в зміні чи блокуванні положень законодавчих актів.

Акт встановлює правила професійної лобістської діяльності, визначає порядок нагляду державними органами за лобістами, а також процедуру реєстрації та обліку осіб, які займаються цією діяльністю. Крім того, він встановлює відповідальність за порушення законодавства. Згідно з цим Актом, лобістська діяльність (лобізм) включає будь-які дії, спрямовані на здійснення впливу на органи державної влади в законодавчому процесі [52]. Польська модель регулювання лобізму зосереджена лише на впливі на законотворчий процес, без охоплення органів виконавчої та судової влади.

Після прийняття цього закону виникло чимало суперечок щодо того, чи поширюються його норми на місцевий рівень. Під час роботи Надзвичайного комітету сейму було зазначено, що місцеві органи влади слід віднести до державної влади, і що прозорість прийняття рішень на місцевому рівні не повинна бути зменшена. Однак ці зауваження не впливають на чіткість формулювань закону.

Згідно з Актом, Рада Міністрів Республіки Польщі зобов'язана раз на півроку готувати програму законодавчої роботи, яка має містити детальну інформацію про заплановані зміни до законів, вказівки на відповідальні органи та осіб, а також надавати веб-адресу офіційного бюлетеня для публікації всіх документів, що стосуються розробки проектів законів. Це дає можливість громадянам ознайомитися з програмою та виявити зацікавленість у роботі над певними законопроектами, а також брати участь у їх розробці.

У Польщі також функціонує Асоціація професійних лобістів (Association of Professional Lobbyists in Poland), яка стежить за міжнародними тенденціями у сфері лобістської діяльності та надає рекомендації щодо впровадження нововведень у країні.

У Німеччині існують як професійні, так і громадські лобістські організації, що мають свій вплив на законодавчу та виконавчу владу. Суспільне ставлення до лобізму є вельми лояльним. Конституційною основою для інституту лобіювання є стаття 17 Основного закону Німеччини, що гарантує право кожному громадянину звертатися зі скаргами чи проханнями до органів влади та парламенту [56].

У Німеччині лобістська діяльність не регулюється єдиним федеральним законом, що зумовлено специфікою політичної системи цієї країни. Замість цього, лобізм в Німеччині регламентується низкою окремих правових актів. Наприклад, «Регламент діяльності німецького Бундестагу» дозволяє проводити публічні слухання «експертів і представників інтересів» у парламентських комітетах. Однак право лобістів бути присутніми на цих слуханнях не є автоматичним і залежить від рішення кожного комітету законодавство уникає використання терміну «лобізм», оскільки цей термін часто асоціюється з негативними аспектами. Замість цього переважає вираз «групи інтересів». Основним об'єктом лобіювання є уряд, зокрема федеральний канцлер, а взаємодія між групами інтересів та державними органами часто має форму консультацій.

У Німеччині існує цікава традиція поділу лобістів на «зовнішніх» і «внутрішніх». Зовнішні лобісти включають різноманітні зацікавлені групи, що працюють поза парламентом, але спрямовують свої зусилля на органи влади (союзи, корпорації, громадські групи тощо). Для врегулювання зовнішнього лобізму був прийнятий акт Бундестагу 1972 року, який передбачав ведення публічного списку лобістських об'єднань, що представляють інтереси бундестагу чи федерального уряду .

Значно цікавішими є лобісти, яких представляють депутати Бундестагу, що відстоюють інтереси певних груп. Внутрішній лобізм є законною практикою, де депутати можуть відкрито підтримувати певні інтереси. Однак, це може викликати небезпеку для законодавчого процесу, оскільки депутатам надано значні можливості впливу, а також право отримувати додаткову винагороду. Для запобігання зловживанням, депутати зобов'язані повідомляти президента Бундестагу про свою присутність у приватних компаніях чи організаціях.

Таким чином, аналіз лобістів, Польщі та Німеччині вказує на спільні риси: інститут лобізму існує в усіх європейських політичних системах, але його правова формалізація залежить від національних традицій та політичної культури. Це підтверджує, що процес формування і розвитку лобізму тісно пов'язаний із специфікою політичних систем кожної країни.

2.2. Особливості лобістської діяльності у США та Канаді

США часто називають країною «класичного лобізму» через добре розвинену систему регулювання цієї діяльності, яка є однією з найпрозоріших і найбільш збалансованих у світі. Це регулювання стало результатом довготривалого розвитку, не одномоментного політичного рішення, і формувалося під впливом різноманітних об'єктивних факторів, зокрема, через необхідність реагування на корупційні скандали. Практика лобізму в США стала активно розвиватися в середині XIX століття, коли економічне зростання призвело до інтенсивної взаємодії між владою і бізнесом. Багато з цих відносин порушували антикорупційне законодавство, створюючи так звану «тіньову економіку» між бізнесом та політиками. Прикладом є серія політичних скандалів 2000-х років, таких як справа лобіста Д. АбромOFFа, що мала

відголоски в американському суспільстві, включаючи звинувачення в корупції та неетичному лобізмі [74].

Лобізм у США сформувався як відповідь на порушення етики і конкуренції в бізнесі, що мали місце під час епохи «дикого капіталізму». Підприємства часто укладали угоди, які порушували законодавство, а державні органи, у свою чергу, застосовували заходи контролю, іноді втручаючись в діяльність компаній. Прецедентне антимонопольне законодавство формувалося через тривалі судові процеси, в яких часто брали участь лобісти, що допомагали формулювати позиції однієї зі сторін.

З правового погляду, основою для лобістської діяльності у США є перша поправка до Конституції 1789 року, яка гарантує громадянам право на свободу слова, збори, а також право звертатися до уряду. Вона стала основою для розвитку організованої лобістської діяльності, дозволяючи громадянам і групам інтересів вільно виражати свої погляди та вести вплив на законодавчі процеси.

Перше значне правове регулювання лобістської діяльності в США було здійснено в 1876 році, коли Палата Представників Конгресу США прийняла резолюцію, що вимагала реєстрації лобістів у клерка палати. Це рішення стало відповіддю на зростаючий тиск лобістських груп і спробою систематизувати цей процес, забезпечивши більшу прозорість у діяльності лобістів.

Важливо зазначити, що регулювання лобізму не обмежувалося лише федеральним рівнем. Різні штати США також вживали заходів для контролю лобістської діяльності. У 1890 році Массачусетс прийняв закон, який вимагав від лобістів реєстрації та розкриття витрат на їх діяльність, що стало основою для пізнішого федерального законодавства. Однак деякі штати, такі як Джорджія, Луїзіана, Техас та Теннесі, оголосили вплив лобістів на законодавчий процес незаконним.

Проривним моментом в регулюванні лобізму став 1938 рік, коли був прийнятий Закон про реєстрацію іноземних агентів (ФАРА), який зобов'язав представників іноземного лобі реєструватися і звітувати про свою діяльність. Цей закон зберігає свою силу і зараз, регулюючи діяльність іноземних лобістів,

що активно діють у США. Інструменти лобізму активно використовуються для просування зовнішньополітичних інтересів, таких як питання незалежності Косово або вплив на регіональні міжнародні конфлікти.

1946 року був прийнятий перший федеральний закон «Про регулювання лобізму», який зобов'язував всіх осіб, що займаються лобістською діяльністю, реєструватися в нижній палаті парламенту. Цей закон покликаний був відокремити лобізм від корупції, адже він передбачав обов'язок лобістів надавати публічні звіти про свою діяльність, зокрема інформацію про клієнтів, винагороди та витрати на лобістські кампанії. Закон 1946 року також не вводив конкретних обмежень для самих лобістів або державних службовців, однак дозволив громадськості мати доступ до інформації, що стосується лобістської діяльності в законодавчій сфері [54].

Закон «Про розкриття лобістської діяльності» 1995 року став важливим етапом у розвитку регулювання лобізму в США. Він вдосконалив механізм реєстрації лобістів, зобов'язуючи їх не лише реєструватися, а й подавати щоквартальні звіти про свою діяльність, витрати та залучених клієнтів. Цей закон значно розширив обсяг регулювання, охоплюючи не лише законодавчі органи, а й виконавчу владу. Завдяки цьому, лобісти отримали чіткіші правила гри, а порушення цих норм почали каратися відповідними санкціями [57].

Успішні зміни, що були внесені до цього законодавства, полягали в диференціації діяльності іноземних лобістів, для яких був змінений статус, що дозволяло розширити їх діяльність у нових глобальних умовах. Тепер, у порівнянні з американськими компаніями, транснаціональні корпорації отримали змогу діяти на рівних з ними, що значно розширило поле для лобістських інтересів.

Закон 1995 року є одним із найбільш досконалих у світі щодо лобістської діяльності, надаючи високий рівень прозорості й регулювання в США. Одним із важливих кроків була також діяльність Американської ліги лобістів, створеної в 1979 році, яка допомогла формувати позитивний імідж лобіста як

професіонала, що діє в межах закону та етики, підвищуючи стандарти і запобігаючи корупції.

Завдяки цим зусиллям, лобізм став важливим елементом політичного процесу в США, і на сьогодні лобістична діяльність перетворилася на багатомільярдний бізнес. У 2016 році на лобізм було витрачено понад 3,14 мільярда доларів США, а кількість зареєстрованих лобістів досягла 10 400 осіб.

Проте, незважаючи на ці успіхи, досягти повного усунення корупції, пов'язаної з лобістською діяльністю, не вдалося. Політичні скандали та порушення етики лобістами свідчать про те, що навіть найкраще законодавство не може повністю усунути ризики, пов'язані з цим видом діяльності.

Канада, з іншого боку, почала формувати свою систему регулювання лобізму, спочатку наслідуючи американський досвід, але згодом вирішила адаптувати свої підходи до особливостей політичної та економічної ситуації в країні. Сьогодні в Канаді лобізм розглядається більш широко, охоплюючи практично всі види контактів між урядом, парламентом та представниками різних секторів суспільства, включаючи науковий і бізнес-спільноти

Лобіювання в Канаді отримало перші правові регулювання в 1988 році з прийняттям Федерального акту про реєстрацію лобістів, який набув чинності в 1989 році. Закон мав на меті забезпечити прозорість та чесність у діяльності органів публічної влади під час розробки нормативно-правових актів. Він також визначив правові категорії лобіювання та порядок реєстрації лобістів.

З часом регулювання лобізму в Канаді розширилося до муніципального рівня. Так, у 2008 році Торонто прийняло Правило 150-2007, яке зобов'язувало лобістів реєструвати свої контакти з посадовими особами міста, а порушення цього правила каралося штрафами до 100 тисяч канадських доларів. Відтоді кілька канадських провінцій також ухвалили власні акти про реєстрацію лобістів.

У Канаді існує три категорії лобістів: лобісти-консультанти, внутрішні лобісти (для корпорацій) та внутрішні лобісти (для неприбуткових організацій). Закон передбачає п'ятирічну заборону на лобіювання для колишніх посадовців

після залишення їх посад, що також сприяє обмеженню можливих конфліктів інтересів.

Важливою рисою канадського лобістського законодавства є те, що воно ґрунтується на реєстрації лобістів, але процедура доступу до лобістської діяльності є менш складною, ніж у США. Це може бути результатом відносно нової історії регулювання лобізму в Канаді, і є цілком ймовірним, що з часом правила стануть більш строгими.

Крім того, в Канаді є інститут «приватних» законопроектів, де фізичні та юридичні особи можуть подавати законопроекти, сплачуючи спеціальний податок за кожен етап їхнього розгляду в парламенті.

Таким чином, інституціоналізація лобізму в Канаді є адаптацією американських моделей з урахуванням місцевих особливостей парламентської системи.

Водночас, розглянутий нами досвід лобістської діяльності у США та Канаді свідчить, що в цих країнах на законодавчому рівні визначені поняття лобізму та лобіста, обов'язковим є оприлюднення інформації про клієнтів лобіста, тобто тих осіб, чий інтерес він представляє, закріплені правила поведінки лобіста, зокрема заборона хабарів та неналежного використання конфіденційної та/або інсайдерської інформації, існують ефективні механізми контролю за лобістською діяльністю, зокрема надання інформації про доходи і видатки, а також механізм відповідальності лобістів за порушення законодавства.

Також, порівнюючи англосаксонську модель регулювання лобістської діяльності, що застосовується у США та Канаді з континентальною, прийнятою в досліджених нами європейських країнах, слід зазначити, що остання не обов'язково передбачає наявність окремого закону про лобіювання поряд з функціонуванням великої кількості інших нормативно-правових актів, що встановлюють механізми взаємодії представників громадськості з центрами застосування владних повноважень, містять обмеження для цієї взаємодії як для суб'єктів, так і для об'єктів лобіювання.

Разом з тим, і англосаксонська, і континентальна моделі регулювання лобізму передбачають створення правового поля для функціонування цього політичного інституту, встановлюють обмеження для всіх учасників процесу лобіювання, саморегуляцією лобізму та функціонуванням різноманітних асоціацій лобістів, що встановлюють власні правила етичної поведінки, які фіксують в кодексах.

Досвід лобістської діяльності у США та Канаді свідчить про важливість правового врегулювання лобізму, яке включає визначення поняття лобізму, обов'язкову реєстрацію лобістів, публікацію інформації про їхніх клієнтів, а також регламентацію їхньої поведінки. Основні аспекти, закріплені на законодавчому рівні, включають заборону на хабарництво, неналежне використання конфіденційної інформації та встановлення чітких механізмів контролю за лобістською діяльністю, включаючи зобов'язання щодо подання фінансової звітності. Порушення цих норм веде до юридичної відповідальності.

Ці механізми забезпечують прозорість і підзвітність лобістів, що є важливою умовою для функціонування лобізму як політичного інституту. Водночас, досвід США і Канади показує, що важливими елементами є також саморегулювання, завдяки якому лобісти можуть визначати власні етичні стандарти, що підтверджуються кодексами професійної поведінки.

Порівнюючи англосаксонську модель регулювання лобістської діяльності з континентальною моделлю, що застосовується в європейських країнах, можна відзначити кілька суттєвих відмінностей. В європейських країнах лобізм часто не регулюється окремим законодавчим актом, а врегульовується через безліч інших нормативно-правових актів, які визначають механізми взаємодії громадськості з органами влади. Ці акти можуть встановлювати обмеження як для лобістів, так і для осіб, на яких спрямовано лобістську діяльність.

Незважаючи на ці відмінності, обидві моделі – англосаксонська та континентальна – сприяють створенню правового поля для функціонування лобістської діяльності. Вони забезпечують необхідні обмеження для всіх учасників цього процесу та сприяють розвитку етичних стандартів, що

регулюються не тільки законодавством, а й спеціальними асоціаціями лобістів, які видають етичні кодекси і регламентують професійну поведінку своїх членів.

Основні відмінності між лобістською діяльністю у США та Канаді зумовлені різними підходами до регулювання та культурними особливостями цих країн:

1) регулювання та законодавство:

США – лобізм є глибоко вкоріненим елементом політичної системи. Закон про лобістів (Lobbying Disclosure Act) 1995 року вимагає реєстрації лобістів та регулярного звітування про їх діяльність, включаючи фінансові витрати та кількість контактів з законодавцями. Крім того, існує ще кілька законів, що регулюють діяльність лобістів на різних рівнях;

Канада – лобізм також регулюється, але Канада має інший підхід до реєстрації лобістів. Закон про лобістів 1989 року вимагає реєстрації тільки тих лобістів, які намагаються впливати на федеральний уряд, при цьому вимагаючи мінімальної документації. Порівняно з США, вимоги до лобістів є менш суворими;

2) прозорість та етика:

США – лобізм у США часто має високу прозорість, особливо на федеральному рівні, завдяки обов'язковим звітам про діяльність лобістів, які публікуються в Інтернеті. Однак є й критика щодо можливих корупційних практик, зокрема через «обертані двері» (коли колишні політики стають лобістами), що дозволяє легко впливати на політичні рішення;

Канада – приділяє більше уваги етичним аспектам лобістської діяльності. Законодавство суворо контролює потенційні конфлікти інтересів і надає більшу вагу етичним стандартам. У Канаді лобісти зобов'язані дотримуватися принципів прозорості та уникати неетичних практик;

3) вплив та сфери діяльності:

США – лобізм в США є потужним інструментом впливу на урядову політику в різних сферах – від економіки до міжнародних відносин. Лобісти

активно працюють у таких сферах, як енергетика, охорона здоров'я, фінансові послуги та оборона;

Канада – в Канаді лобізм більше зосереджений на питаннях екології, ресурсів, сільського господарства та правах корінних народів. Лобістська діяльність у Канаді, хоча й активна, менш масштабна порівняно з США, з огляду на менший обсяг урядових витрат та менш розвинену систему корпорацій і промисловості;

4) культура лобізму:

США – лобізм є важливою частиною політичного процесу, і багато політиків мають досвід роботи в лобістських організаціях після завершення своєї кар'єри в уряді. Лобізм у США часто асоціюється з потужними корпоративними інтересами, що сприяє розвитку певної політичної культури.

Канада – у Канаді лобізм менш інституціолізований, і хоча він також грає важливу роль, лобісти зобов'язані суворо дотримуватися етичних стандартів. Канадська політика менш сприяє перетину ліній між політикою та корпоративними інтересами, порівняно з США [77].

Отже, основні відмінності між лобістською діяльністю в США та Канаді полягають у рівні прозорості та етичних вимог, а також в обсязі та характері впливу лобістів на політичні рішення.

2.3. Правове регулювання лобістської діяльності в Україні

Лобістська діяльність в Україні на сьогодні офіційно не визнана на законодавчому рівні, однак вона є важливим елементом політичного процесу. Основи лобіювання закріплені в Конституції України, зокрема в статтях, які гарантують права громадян на об'єднання в політичні партії та громадські організації для захисту своїх прав (стаття 36), участь у державному управлінні (стаття 38), а також право звертатися до органів влади (стаття 40). Останнє

конституційне положення є підґрунтям для лобістської діяльності, оскільки дозволяє громадянам впливати на процеси ухвалення рішень у державі. Крім того, конституційний принцип вільного вибору професії (стаття 43) дає змогу обрати лобізм як професійну діяльність [42].

Однак, попри відсутність окремого закону, певні нормативно-правові акти в Україні частково врегульовують лобістську діяльність. Це стосується законів, таких як «Про адвокатуру та адвокатську діяльність», «Про громадські об'єднання», «Про державну службу», «Про лобіювання», а також ряду постанов Кабінету Міністрів України, зокрема щодо участі громадськості у формуванні державної політики. Також окрему увагу в Антикорупційній стратегії надається необхідності ухвалення законодавства про лобіювання, що забезпечить прозорість і підзвітність цього процесу, а також мінімізує ризики корупції.

Зокрема, в рамках цього документу передбачено визначення легальних форм лобіювання, створення законодавчих бар'єрів для корупції у правотворчому процесі, інформування громадськості про лобістів та захист суб'єктів правотворення від незаконного впливу. У разі порушень також планується введення юридичної відповідальності для учасників лобістських відносин. Крім того, Угода про асоціацію України з ЄС передбачає сприяння розвитку громадянського суспільства, включаючи лобістську діяльність, що ще раз підкреслює важливість створення відповідної правової бази для цього інституту в Україні.

Таким чином, хоча лобістська діяльність в Україні наразі не має чіткої правової регламентації, існують численні нормативно-правові акти та стратегії, які створюють передумови для її легалізації та впорядкування в майбутньому.

Питання законодавчого регулювання лобістської діяльності в Україні не є новим, і це підтверджують численні спроби прийняття відповідних нормативно-правових актів. Зокрема, у період з 1999 по 2010 роки було розроблено кілька проектів законів, що стосуються лобізму. Проте жоден з цих проектів не отримав належного прийняття в парламенті. Серед них варто

відзначити проекти «Про лобіювання в Україні», «Про правовий статус лобістських груп у Верховній Раді України» та «Про діяльність лобістів у Верховній Раді України». Всі ці ініціативи ставили за мету створення правової основи для регулювання лобістської діяльності, однак вони не знайшли підтримки серед законодавців.

Зокрема, в проєкті закону № 5144 «Про лобізм», зареєстрованому в 2016 році, лобізм визначався як професійна діяльність, спрямована на просування законодавчих ініціатив та інших нормативно-правових актів у процесі їх розробки, прийняття або зміни. Проєкт закону мав на меті легалізувати лобістську діяльність, що дозволило б не лише з'ясувати, хто стоїть за конкретними законопроєктами та державними рішеннями, але й забезпечити більшу прозорість процесу ухвалення рішень. Ініціатори цього проєкту вважали, що регулювання лобізму сприятиме зменшенню корупційних ризиків та забезпечить громадянам більше інформації про діяльність органів державної влади [50].

Незважаючи на наявність такого законопроєкту, процес його прийняття виявився затрудненим, що свідчить про складнощі в намаганнях реформувати цю сферу в Україні. Тому досі залишається актуальним питання створення дієвої правової бази для регулювання лобістської діяльності, що відповідатиме сучасним вимогам прозорості та підзвітності у політичному процесі.

Проєкт Закону «Про лобізм» (реєстр. №5144), який був зареєстрований у 2016 році в Комітеті Верховної Ради України, мав на меті створення легальної та прозорої системи лобістської діяльності, яка сприятиме взаємодії влади та суспільства через чітке регулювання цього процесу. Згідно з пояснювальною запискою, проєкт передбачав забезпечення демократичного підходу до лобізму, запобігання зловживанням і корупції, а також захист органів державної влади від незаконного впливу. Крім того, він мав на меті підвищення професіоналізму державних посадових осіб і забезпечення відкритості щодо того, хто і що лобіює в органах влади [50].

Проект також встановлював обмеження для лобювання інтересів держав-агресорів та певних політичних інститутів, а також пропонував створення Єдиного реєстру лобістів, що дозволяв би здійснювати контроль за їх діяльністю та взаємодією з органами державної влади. Одним із важливих елементів проекту була пропозиція щодо запровадження механізмів самоорганізації лобістів і запобігання фінансовим зловживанням через фіктивні послуги лобізму.

Однак, незважаючи на заявлені амбітні цілі, цей проєкт і альтернативний законопроект 5144-1 мали серйозні проблеми з відповідністю між задекларованими завданнями та правовими засобами їх досягнення. Обидва законопроекти часто мали популістичний характер, не забезпечували належного нормативно-правового підґрунтя для ефективного регулювання лобістської діяльності, а також не враховували реальні корупційні ризики в умовах існуючої політичної ситуації в Україні. Через це проєкти були відкликані після обговорення в парламентських комітетах, що свідчить про їх недостатню зрілість для прийняття.

У 2017 році в Україні було зареєстровано два законопроекти, спрямовані на врегулювання лобістської діяльності:

законопроект №5661 «Про публічну адвокацію» передбачав м'яку модель регулювання лобістської діяльності, з фокусом на автономії учасників цього процесу та саморегуляції. Згідно з цим проєктом, лобістська діяльність поділялася на два види:

- лобістський проєкт для забезпечення власних інтересів або інтересів певної галузі без комерційної мети. У цьому випадку лобісти виконують завдання власними силами або за допомогою інших суб'єктів, і їх діяльність спрямована лише на задоволення власних потреб або інтересів галузі;

- лобістська діяльність на договірних засадах, яка здійснюється на комерційній основі для сприяння прийняттю певних рішень в інтересах замовника. Інформація про лобістські проєкти та договори обов'язково повинна була публікуватися на веб-сайті суб'єкта лобістської діяльності, щоб

забезпечити прозорість щодо замовника та сум, використаних для виконання лобістських послуг [53].

законопроект № 7129 «Про забезпечення прозорості та законності комунікації з суб'єктами владних повноважень» запропонував інший підхід, за якого лобістська діяльність вважалася виключеним видом підприємницької діяльності. Згідно з цим проектом, особи, зацікавлені у впливі на процес прийняття рішень, повинні були створити юридичну особу (наприклад, товариство з обмеженою відповідальністю) або зареєструватися як фізична особа-підприємець – лобіст. Це означало, що лобістська діяльність повинна була бути регульованою як бізнесова діяльність з усіма відповідними правовими наслідками [49].

Обидва законопроекти пропонували різні підходи до регулювання лобістської діяльності: один з них зосереджувався на прозорості та саморегулюванні, а інший – на розмежуванні лобізму як окремого виду підприємницької діяльності.

Незважаючи на численні законопроекти та довгий період дискусій, питання легалізації та регулювання лобістської діяльності в Україні досі залишається не вирішеним. Усі згадані законопроекти, включаючи ті, що були зареєстровані у 2016-2017 роках, не набули статусу чинних законів через різні обставини, зокрема через припинення повноважень Верховної Ради України VIII скликання. Це свідчить про те, що, попри наявність інтересу до теми з боку законодавців, конкретні результати щодо створення правової бази для лобістської діяльності поки що відсутні.

Наразі лобістська діяльність в Україні врегульована лише опосередковано через низку загальних законів і нормативно-правових актів, таких як закони про доступ до публічної інформації, запобігання корупції та інші. Однак, відсутність спеціального законодавства, яке чітко визначає правила і обмеження для лобістів, призводить до недостатньої прозорості та ефективності лобістських процесів, що може сприяти розвитку корупційних ризиків та впливу на процеси ухвалення державних рішень.

РОЗДІЛ 3

МЕХАНІЗМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОБІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПРЕДСТАВНИЦЬКИХ ОРГАНАХ ВЛАДИ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

3.1. Основні засади законодавчого врегулювання лобістської діяльності в представницьких органах влади на місцевому рівні

Лобістська діяльність є важливим і поширеним інструментом впливу на органи влади в демократичних країнах під час прийняття нормативно-правових актів. В Україні ж лобізм здебільшого розглядається як позаправова діяльність, що не відповідає його суті.

Однією з основних форм формалізації лобістської діяльності є ринково-договірне регулювання, де лобісти виконують свої функції на приватних засадах, виступаючи посередниками між публічною владою та замовниками. Ця діяльність юридично оформлюється як цивільно-правовий договір, що передбачає надання юридичних, рекламних або інших послуг. Така практика лобіювання в Україні знаходиться на початковому етапі розвитку, в той час як у розвинутих країнах цей процес значно просунувся. У цих країнах вже сформувалася сфера спеціалізованих лобістських послуг із чіткими стандартами та юридичними умовами, що включають договори на надання лобістських послуг, які визначають процес лобіювання, обов'язки сторін, оплату послуг та відповідальність. Виділення лобіювання в окрему сферу професійної діяльності стимулювало ринкові механізми попиту та пропозиції, де лобісти турбуються про свою репутацію, що впливає на їхній успіх.

Іншим видом регулювання лобістської діяльності є «саморегулювання». Лобісти почали створювати професійні організації, які розробляють стандарти етики, правила лобіювання, а також проводять навчання для лобістів.

Приналежність до таких організацій є гарантією високих стандартів діяльності лобістів і впливає на їх доступ до органів влади.

Законодавче регулювання лобістської діяльності можна умовно поділити на два типи. Перший тип передбачає мінімальні регулювання, такі як кодекс етики, право лобістів на доступ до органів влади та контроль за діяльністю лобістів через професійні об'єднання. Другий тип законодавства є більш детальним, передбачаючи реєстрацію лобістів, звітність та кримінальну відповідальність за порушення.

На сучасному етапі всі згадані інструменти правового регулювання застосовуються в різних пропорціях у правових системах різних країн. Вибір конкретних механізмів здебільшого залежить від рівня економічного розвитку, правових традицій, культури та поширеності лобістської практики.

Щодо України, необхідно знайти оптимальний баланс у законодавстві, який сприятиме розвитку лобістської діяльності в межах правового поля. Більшість країн досі експериментують, намагаючись знайти цей баланс, тому жодне існуюче законодавство не є бездоганним і не претендує на статус універсального стандарту.

Формування правового механізму лобіювання в Україні потребує врахування таких факторів:

- цивілізоване лобіювання є важливим інструментом для сучасних демократичних інститутів;
- в Україні відсутня професійна галузь надання лобістських послуг;
- за умов високого рівня корупції лобіювання як альтернативний шлях впливу на чиновників є малозатребуваним та економічно не вигідним;
- ефективне правове регулювання лобістської діяльності незначно впливає на рівень корупції, в той час як неефективне законодавство може збільшувати правовий нігілізм та ризики корупції;
- жорсткі законодавчі обмеження лобістської діяльності часто не підтримуються навіть у країнах з високим рівнем правопорядку і негативно впливають на розвиток галузі;

- правове регулювання лобістської діяльності в Україні необхідне як каталізатор для становлення та розвитку цієї сфери.

Новий закон має відійти від традиційного підходу до нормотворення, який часто передбачає надмірний формалізм. Основною метою його розробки і прийняття має бути забезпечення відкритого доступу до інформації про те, хто і з якою метою організовує вплив на органи державної влади та місцевого самоврядування, а також про участь у формуванні та реалізації політики з визначенням бюджету таких впливів.

Ключові положення законопроекту щодо регулювання лобістської діяльності повинні включати кілька основних аспектів:

визначення поняттєво-категоріального апарату лобізму – необхідно чітко визначити терміни, зокрема «лобістська діяльність», «суб'єкт лобіювання» (лобіст), «об'єкт лобіювання», «клієнт (замовник) лобістських послуг». Це сприятиме стандартизації термінології як у професійному середовищі, так і серед широкої громадськості;

децентралізація влади – лобістська діяльність має бути поширена не лише на державні органи, а й на органи місцевого самоврядування. Це дозволить громадянам активніше впливати на місцеві органи влади, зберігаючи інтереси всього суспільства, підвищуючи участь громадян в управлінні місцевими справами та підвищуючи прозорість публічного управління;

реєстрація лобістів – закон має передбачати державну реєстрацію лобістів із відкритим доступом до реєстру. Важливо запровадити електронний реєстр лобістів з безкоштовною реєстрацією, простим і зрозумілим порядком реєстрації та визначенням механізмів накладення штрафів і відповідальності за порушення вимог реєстрації і звітності. Такий підхід дозволить створити ефективну систему інституціалізації лобістської діяльності в Україні [24].

Ці заходи допоможуть покращити взаємодію між державним і недержавним секторами та сприятимуть розвитку лобістської діяльності, що в свою чергу підвищить прозорість, ефективність публічного управління та залучення громадськості до процесу прийняття рішень.

У наявних на сьогодні в Україні законопроектах щодо лобістської діяльності передбачено, що реєстрація і контроль за діяльністю лобістів та їх об'єднань має здійснювати Міністерство юстиції України. Однак є можливість передати ці функції до недержавного органу, створеного та зареєстрованого відповідно до Закону України «Про громадські об'єднання» [48].

Такий орган може виконувати роль професійного самоврядування, подібно до Співки лобістів України, за аналогією з адвокатським або суддівським самоврядуванням.

Крім того, необхідно визначити конкретні права та привілеї для зареєстрованих лобістів порівняно з тими, хто діє поза правовим полем. Це може включати:

- пільговий доступ до приміщень органів публічної влади;
- позачерговий особистий прийом;
- обов'язкове інформування лобіста про питання, позначені ним як пріоритетні;
- розширений доступ до інформації;
- скорочений строк розгляду звернень;
- адміністративну відповідальність для чиновників за порушення прав лобіста.

Зареєстрований лобіст повинен нести відповідальність за подання недостовірних даних до реєстру або за порушення професійної етики. У разі порушень можуть бути введені такі санкції: письмове попередження, скасування акредитації або реєстрації, а також штрафні санкції.

Також важливо передбачити механізми контролю за впливом іноземних суб'єктів на формування та реалізацію політики в Україні. Зокрема, у багатьох країнах, таких як США, існують ефективні механізми моніторингу такого впливу. Федеральний Акт «Про реєстрацію зарубіжних фірм» (США), прийнятий ще в 1938 році, може слугувати прикладом для створення відповідного законодавства в Україні [55].

Розробка законопроекту щодо лобістської діяльності вимагає залучення представників громадянського суспільства, бізнесу та науково-експертного середовища. Це також передбачає синхронізацію роботи над цим законопроектом з іншими законодавчими ініціативами та внесення змін до існуючих законів.

Одним із важливих кроків є внесення змін до Закону «Про державну службу» та Закону «Про службу в органах місцевого самоврядування», що визначатимуть умови участі державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування в лобістській діяльності. Згідно з Конституцією України, органи державної влади та місцевого самоврядування зобов'язані діяти лише на підставі законів і в межах своїх повноважень. Тому важливо чітко врегулювати їх участь у лобістських процесах.

Необхідно також визначити статус осіб, які займають виборні посади, і обов'язки органів публічної влади щодо взаємодії з лобістами.

Індикаторами ефективності запропонованого закону можуть бути:

- кількість зареєстрованих суб'єктів лобіювання в електронному реєстрі;
- прозорість і доступність процедури реєстрації та звітності;
- розвиток конкуренції на ринку лобістських послуг;
- подолання корупційних ризиків у правотворчості та адаптація законодавства до стандартів ЄС;
- покращення якості чинного законодавства;
- розширення можливостей участі громадян у прийнятті рішень, зокрема на місцевому рівні.

Для ефективної трансформації лобістської діяльності в корисний інститут для суспільства недостатньо лише законодавчого регулювання. Лобіювання має працювати на благо всього суспільства, і для цього потрібні певні умови:

демократичні інститути та норми – лобістська діяльність повинна бути здійснена в рамках демократичної системи, де основною метою є врахування інтересів усіх громадян, а не лише окремих груп. Роль парламенту, уряду та

органів місцевого самоврядування повинна бути чітко визначена в контексті лобістських впливів;

економічна і політична стабільність – лобістська діяльність буде більш ефективною, якщо вона функціонує в стабільному економічному і політичному середовищі, де є передбачуваність і прозорість;

свобода медіа – незалежні медіа повинні мати можливість висвітлювати процеси лобіювання, що забезпечить контроль і зменшить можливість зловживань;

стійке громадянське суспільство – важливо, щоб громадяни мали можливість брати участь у прийнятті рішень і впливати на державну політику. Це створює більш здорову взаємодію між державою, бізнесом і суспільством.

У наступному підрозділі, з огляду на важливість цих аспектів, буде корисно детально розглянути заходи щодо інформаційного та кадрового забезпечення лобістської діяльності, оскільки це допоможе не лише поліпшити механізм регулювання, а й забезпечити його ефективне впровадження та застосування в реальному житті.

3.2. Інформаційне та кадрове забезпечення лобістської діяльності в представницьких органах влади на місцевому рівні

В українських реаліях лобістська діяльність, як правило, часто не вписується в правові рамки, ототожнюючись із такими поняттями як «корупція», «блат», «непотизм», «підкуп» тощо [2]. Це наділяє лобізм в очах громадськості несприятливими характеристиками.

Водночас, широке інформування про функціонування лобістських структур не лише дозволяє вдосконалювати роботу всього інституту лобізму і викорінювати будь-які форми нецивілізованої лобістської діяльності, а й сприяє зростанню довіри до них з боку громадськості.

Таким чином, розвиток лобістської діяльності в представницьких органах влади, особливо на місцевому рівні, вимагає проведення інформаційно-роз'яснювальної кампанії про сутність, зміст і переваги інституту лобіювання для запобігання корупції та впливу інститутів громадянського суспільства і суб'єктів господарської діяльності на трансформацію чинного законодавства.

Інструментами такої кампанії можуть бути:

- проведення комунікативних заходів, у тому числі й міжнародних, із представниками органів державної влади й органів місцевого самоврядування, інститутів громадянського суспільства і бізнесу щодо переваг інституту лобіювання, його антикорупційного потенціалу і можливості використання для розробки і прийняття якісного законодавства;

- використання можливостей медіа для донесення до громадян поглядів політиків, державних і громадських діячів, науковців про перспективи унормування і реалізації правових засад інституту лобіювання;

- висвітлення проблем теорії і практики лобіювання в науковій літературі та на наукових комунікативних заходах (круглих столах, методологічних семінарах, конференціях тощо);

- використання інструментарію проведення консультацій з громадськістю, передбачених постановою Кабінету Міністрів України від 03 листопада 2010 року № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики» тощо.

Ми переконані, що інформованість громадськості щодо можливостей, які надає лобістська діяльність щодо доступу до депутатів місцевих рад з метою донесення до них інформації і намаганням вплинути на їх рішенням, дозволить вивести лобістську діяльність у місцевих представницьких органах на якісно новий рівень.

Важливу роль у формуванні позитивного іміджу інституту лобізму відіграє також підвищення прозорості органів місцевого самоврядування та відкрите інформаційне забезпечення лобістських ініціатив.

Так само, на нашу думку, необхідною умовою формування і

функціонування лобістської діяльності є компетентність тих, хто цією діяльністю займається.

Лобіст має перш за все бути професійним у здійсненні своєї практики. Зважаючи, що ми є прихильниками підходу, який не передбачає жорсткого регламентування лобістської діяльності, про що вже йшлося у попередньому підрозділі роботи, вважаємо недоцільним законодавче встановлення кваліфікаційних вимог до лобістів в частині освіти, попереднього досвіду роботи, стажу тощо.

Водночас, зауважимо, що незважаючи на те, що лобістська діяльність не вимагає конкретного наукового ступеня, американське Бюро статистики праці (BLS), яке класифікує лобістів в ролі фахівців і приватних осіб зі зв'язків з громадськістю в цій професії, повідомляє, що, як правило, вони мають ступінь бакалавра [73].

На нашу думку, зважаючи на корупційні ризики лобізму, ключову роль відіграють не лише професійні, а й морально-етичні якості лобістів.

Як і в інших професійних сферах, етичні норми лобізму фіксуються кодексами професійної поведінки. Основні ідеї щодо етичного регулювання лобізму формулюються в зазначених джерелах у вигляді принципів лобістської етики.

Так, ключовою ідеєю лобістської етики є чесність. Постулат про необхідність чесної поведінки лобістів зафіксований у більшості лобістських кодексів:

- лобіст повинен здійснювати свою діяльність із чесністю і прямою; лобіст зобов'язаний бути правдивим в спілкуванні з посадовими особами та іншими зацікавленими сторонами [73];

- лобіст повинен із прямою і чесністю вести всі відносини з посадовими особами, клієнтами, роботодавцями, громадськістю та іншими лобістами [36];

- дійте із чесністю і прямою, здійснюючи свою роботу справедливим і професійним чином [73];

- необхідно діяти чесно стосовно клієнтів і установ уряду [73].

Також, візитівкою лобіста є відкритість. Лобістові не слід приховувати або спотворювати свій статус, інформацію про людей або організації, від імені яких він діє, а також питання, що цікавлять його:

-слід бути відкритим і прозорим щодо оголошення свого імені, організації та інтересу, який представляєте; умисно не спотворюйте свій статус і природу питань, що вас цікавлять, не створюйте хибного враження про них [73];

- лобістам слід завжди ідентифікувати себе на ім'я і по суті діяльності;

- розкривати інформацію щодо цілей та інтересів клієнтів, яких вони представляють [73].

Лобіст, згідно із принципами етичного регулювання, повинен повністю підкорятися всім законам, нормам і правилам, який регламентує лобістську діяльність:

- лобістові слід знати всі закони, норми і правила, що стосуються професійної лобістської діяльності; лобіст не повинен порушувати закони, норми і правила;

- необхідно виконувати всі законодавчі акти і рішення інститутів уряду.

Особливу увагу в етичних кодексах приділяється питанням профілактики неналежного впливу лобістів на посадових осіб органів влади.

Крім того, значну увагу в етиці лобізму приділено питанням зіткнення інтересів. Ситуації, в яких мотивація дій лобіста в інтересах клієнта суперечлива, аналізуються і даються рекомендації щодо належної поведінки в цих умовах:

- лобіст не повинен продовжувати або починати дії, які можуть породити зіткнення інтересів, без згоди клієнта або залученого потенційного клієнта;

- лобістові слід уникати відстоювання позицій клієнта в питанні за умови, якщо лобіст також представляє інтереси іншого клієнта в тому ж питанні з протилежної позиції;

- якщо робота лобіста із якогось питання для одного клієнта може мати несприятливий вплив на інтереси іншого клієнта, лобіст зобов'язаний

повідомити про це даного клієнта і отримати його згоду, навіть якщо лобіст не представляє інтереси іншого клієнта з того самого питання [73].

Інформаційне забезпечення є основою лобістської діяльності, оскільки ефективність лобізму значною мірою залежить від доступу до важливої інформації та її правильного використання. На місцевому рівні важливо забезпечити не тільки своєчасний доступ до актуальних даних, але й їх правильне трактування та подання відповідним органам влади, що дозволяє лобістам формувати переконливі аргументи для підтримки певних ініціатив.

Завдання інформаційного забезпечення лобістської діяльності включають:

- моніторинг змін у місцевому законодавстві та політичній ситуації.
- аналіз економічних, соціальних та інших факторів, що можуть вплинути на рішення представницьких органів влади.
- підготовка звітів та аналітичних матеріалів для місцевих депутатів та органів влади.
- використання сучасних інформаційних технологій (онлайн-платформи, соціальні мережі, електронні петиції тощо) для впливу на громадську думку і місцеву політику.

Кадрове забезпечення лобістської діяльності на місцевому рівні полягає у наявності кваліфікованих фахівців, які мають відповідні знання, навички та досвід для ведення лобістських кампаній. Це можуть бути як внутрішні експерти органів місцевої влади, так і зовнішні консультанти, адвокати, аналітики та представники громадських організацій.

Основні категорії кадрів, залучених до лобістської діяльності:

аналітики та експерти – рдійснюють дослідження на основі даних місцевого бюджету, соціальних програм, законодавчих ініціатив, що дозволяє створювати обґрунтовані пропозиції;

консультанти з правових питань – підготовка та надання правових консультацій для клієнтів з метою адаптації їх інтересів до правових вимог місцевих органів влади;

лобісти та адвокати – кваліфіковані спеціалісти, які займаються активними переговорами та представленими інтересами в органах місцевої влади. Вони можуть працювати як на стороні громадськості, так і на стороні бізнесу;

комунікаційні фахівці та піарники – займаються просуванням ініціатив у медіа-просторі та на місцевих платформах, встановленням контактів з журналістами, громадськими активістами та органами місцевого самоврядування.

Механізми кадрового забезпечення:

- важливим є створення бази даних фахівців, які можуть бути залучені до лобістських кампаній;

- підготовка та підвищення кваліфікації кадрів через навчальні курси, семінари та тренінги в галузі лобістської діяльності;

- взаємодія з громадськими організаціями, які можуть надати професіоналів для консультацій з конкретних питань.

Підсумовуючи, зазначимо, що завдяки етиці інститут лобізму вдосконалюється і в сучасних умовах здатний краще виконувати свою основну функцію – здійснювати взаємозв'язок між громадянським суспільством й органами державної влади та місцевого самоврядування. Тому, на нашу думку, зважаючи, що лобістська діяльність балансує на межі права й етики, з метою удосконалення її механізмів, доцільним є віднесення етики лобіювання до принципів лобістської діяльності на законодавчому рівні.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного магістерського дослідження були сформульовані такі висновки:

1. Дослідження вітчизняних та міжнародних науковців дозволяють стверджувати, що лобізм варто розглядати як законодавчо визначений спосіб впливу на прийняття рішень у представницьких органах влади з метою захисту інтересів суспільства. Аналіз складових лобістської діяльності дозволив визначити її основні елементи:

мету – задоволення інтересів відповідних учасників;

суб'єкта – носія інтересу (клієнта) або його представника (лобіста);

об'єкта – представників публічної влади (органи державної влади, місцевого самоврядування, посадові особи, а також інші суб'єкти, що здійснюють владні функції);

активність – вплив та інші форми діяльності, що можуть бути як самостійними, так і супроводжувати вплив (виявлення і узгодження лобійованого інтересу, підготовка до впливу, взаємодія з іншими лобістами тощо);

засоби – економічні, соціальні, політичні, ідеологічні, правові та інші інструменти, що застосовуються для досягнення мети лобіювання; *результат* – офіційні акти (дії та документи).

2. Особливості лобістської діяльності в органах представницької влади на місцевому рівні включають наступні моменти:

- основною метою є задоволення інтересів представників великого бізнесу в окремих регіонах, які залежать від рішень місцевих органів влади та потребують спеціальних правових механізмів для реалізації своїх інтересів, оскільки традиційні демократичні інститути не можуть забезпечити їх виконання;

- об'єктом лобістської діяльності є місцеві представницькі органи влади;

- лобізм на місцевому рівні має як переваги, так і недоліки. Переваги полягають у тому, що лобістська діяльність сприяє підвищенню легітимності місцевої влади, виступає посередником між державою та суспільством, допомагає впорядкувати різноманітні суспільні інтереси, досягати компромісу, активізувати політичні процеси та забезпечувати їх прозорість. Однак є й негативні наслідки, серед яких: можливість блокування необхідних управлінських рішень, захист інтересів окремих груп на шкоду загальним інтересам, загроза демократії через підміну народовладдя механізмом впливу владних груп, створення умов для корупції та зловживань, поширення суб'єктивної інформації, а також порушення принципу субсидіарності через загрозу лобіювання питань, що мають вирішуватися на місцевому рівні, на вищому.

Також, спостерігається зростання ролі лобістської діяльності на місцевому рівні, що зумовлено процесами децентралізації.

3. Аналіз особливостей лобістської діяльності в Литві, Польщі та Німеччині дозволив виявити загальні характеристики лобізму в європейських країнах. Зокрема, інститут лобізму існує в усіх європейських політичних системах, незалежно від його правової формалізації на рівні національного чи наднаціонального законодавства. При цьому його функціонування та розвиток тісно пов'язані з політичною культурою (традицією) кожної конкретної країни, де формується цей інститут.

У той же час досвід лобістської діяльності в США та Канаді показує, що в цих країнах на законодавчому рівні чітко визначені поняття лобізму та лобіста. Оприлюднення інформації про клієнтів лобіста є обов'язковим, що означає розкриття осіб, інтереси яких він представляє. Встановлені також правила поведінки для лобістів, зокрема заборона хабарництва та неналежного використання конфіденційної чи інсайдерської інформації. Крім того, в цих країнах існують ефективні механізми контролю за лобістською діяльністю, включаючи вимогу надавати інформацію про доходи та витрати, а також механізми відповідальності лобістів за порушення законодавства.

Також, порівнюючи англосаксонську модель регулювання лобістської діяльності, що застосовується в США та Канаді, з континентальною моделлю, яка використовується в досліджених європейських країнах, було встановлено, що остання не завжди передбачає наявність окремого закону про лобізм. Натомість функціонує велика кількість інших нормативно-правових актів, що визначають механізми взаємодії громадськості з органами влади та встановлюють обмеження для цієї взаємодії, як для суб'єктів, так і для об'єктів лобіювання.

Водночас, як англосаксонська, так і континентальна моделі регулювання лобізму створюють правову основу для функціонування цього політичного інституту, встановлюючи обмеження для усіх учасників процесу лобіювання, саморегуляцію лобізму та функціонування різних асоціацій лобістів, які визначають власні етичні правила, зафіксовані в кодексах.

4. Дослідження правового регулювання лобістської діяльності в Україні показало, що питання її регулювання є частиною антикорупційної політики. Хоча спроби законодавчого закріплення лобізму поки що не увінчалися успіхом, позитивною є тривала актуалізація цієї проблеми на політико-правовому та громадському рівнях.

5. Встановлено, що для вдосконалення правового регулювання лобістської діяльності у представницьких органах влади на місцевому рівні необхідно прийняти спеціалізований закон, який конкретизує поняттєво-категоріальний апарат лобізму. Цей закон має визначити предмет лобістської діяльності, включаючи як закони та постанови Кабінету Міністрів України, так і акти органів місцевого самоврядування. Також слід запровадити державну реєстрацію лобістів з відкритим доступом громадськості до реєстру, визначити права та привілеї зареєстрованих лобістів, а також їх відповідальність за порушення, пов'язані з професійною діяльністю. Крім того, важливо врегулювати вплив іноземних суб'єктів на формування та реалізацію державної і місцевої політики.

Було встановлено, що підвищення рівня обізнаності громадськості щодо можливостей лобістської діяльності, зокрема доступу до депутатів місцевих рад для донесення інформації та впливу на їхні рішення, дозволить вивести лобістську діяльність на новий, більш ефективний рівень.

Досліджено, що інструментами такої інформаційної кампанії можуть бути проведення комунікативних заходів, у тому числі міжнародних, використання можливостей медіа та консультацій з громадськістю, а також висвітлення проблем теорії і практики лобіювання у науковій літературі та на наукових комунікативних заходах.

Визначено, що для ефективного функціонування лобістської діяльності необхідною умовою є компетентність осіб, які займаються цією діяльністю, включаючи професійні та морально-етичні якості лобістів.

Встановлено доцільність інтеграції етики лобізму, що передбачає чесність, відкритість та законослухняність, до принципів лобістської діяльності на законодавчому рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналітичний звіт «Лобізм і прозорість: міжнародний досвід». Центр демократії та верховенства права, 2022. URL : <https://cedem.org.ua> (дата звернення 10.10.2024).
2. Базілевич Д., Нестерович В., Федоренко В. Інститут лобіювання в Україні та за кордоном: походження, проблеми, перспективи розвитку: науково-інформаційне видання / Інститут професійного лобіювання та адвокатів. Київ, 2015. 105 с.
3. Бебик В. М. Лобіювання як політико-правовий феномен: методологічні аспекти дослідження. *Актуальні проблеми політики*. 2020. № 65. С. 72–84.
4. Богданов А. С. Механізми підвищення прозорості лобістської діяльності в органах місцевого самоврядування. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2023. № 2. С. 12–19.
5. Васильєва С. В. Лобіювання як елемент впливу на державну політику. *Вісник Харківського національного університету імені В. Каразіна*. 2017. № 30. С.45–52.
6. Вебінар «Лобізм у місцевому самоврядуванні: міжнародний досвід і перспективи для України». 2023.
7. Девідсон Р. Паблік рилейшнз та державне управління: від теорії до практики. Київ: Центр суспільних комунікацій, 2015.
8. Дослідження «Аналіз лобістської діяльності на місцевому рівні в Україні». Інститут публічного управління. 2023.
9. Газізов М. М. Теоретичні аспекти дослідження феномену лобізму. *Державне управління: теорія та практика*. 2021. № 2. С. 14–23.
10. Гнатюк В. В. Актуальні питання регулювання лобізму у місцевих представницьких органах. *Юридичний журнал*. 2023. № 6. С. 16–24.
11. Гончарук Н. Т. Роль громадських організацій у формуванні політичної активності населення. *Наукові записки НаУКМА. Політичні науки*. 2017. № 23. С. 62–68.

12. Гончарук Ю. В. Регулювання лобістської діяльності у США: висновки для України. *Ефективність державного управління*. 2021. № 4. С. 10–19.
13. Гриценко А. П. Лобізм як інструмент розвитку регіональної політики. *Регіональне управління і стратегічний розвиток*. 2022. № 4. С. 29–38.
14. Гудзь П. В. Роль лобістської діяльності у функціонуванні представницьких органів влади. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2022. № 3. С. 46–52.
15. Дмитренко О. В. Законодавче забезпечення лобістської діяльності: міжнародний досвід. *Публічне управління і право*. 2021. № 2. С. 7–15.
16. Задорожна Н. О. Інтеграція місцевих ініціатив до національної лобістської стратегії. *Ефективність державного управління*. 2022. № 5. С. 20–28.
17. 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> (дата звернення 10.10.2024).
18. Збірник нормативно-правових актів України щодо лобістської діяльності. Київ, 2022. 384 с.
19. Звіт Transparency International щодо лобістської діяльності у світі, 2023.
20. Іванова Л. О. Використання цифрових технологій у лобістській діяльності на місцевому рівні. *Ефективність державного управління*. 2022. № 3. С. 22–30.
21. Іващенко О. В. Особливості функціонування лобістських організацій у США та країнах ЄС. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2021. № 64. С. 14–20.
22. Каган М. С. Людська діяльність: історична зумовленість і розвиток соціальних відносин. Київ: Дух і література, 2001. 328 с.

23. Коваленко Т. А. Інституційне забезпечення лобістської діяльності на місцевому рівні. *Місьцеве самоврядування і публічне управління*. 2022. № 4. С. 19–26.

24. Коваленко Т. А. Політика і влада: теорія та практика. Харків : Видавництво «Право». 2016. 384 с.

25. Колесник І. М. Удосконалення інструментів місцевого лобіювання через діджиталізацію. *Публічне управління: теорія та практика*. 2023. № 9. С. 23–31.

26. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. Дата оновлення: 02.12.2019. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254/96-вр#Text> (дата звернення: 10.10.2024).

27. Кравець І. В. Лобістські стратегії у Німеччині: уроки для України. *Актуальні проблеми міжнародного права*. 2022. № 3. С. 54–62.

28. Кравчук С. В. Проблеми та перспективи регулювання лобістської діяльності на місцевому рівні. *Місьцеве самоврядування і публічне управління*. 2022. № 6. С. 11–19.

29. Кравченко І. П. Лобізм як інструмент взаємодії влади та громадянського суспільства. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2021. № 3. С. 33–41.

30. Куліш Т. Г. Соціальні мережі як платформи лобіювання місцевих ініціатив. *Соціально-економічний розвиток і реформи*. 2022. № 8. С. 35–42.

31. Кучеренко В. В. Законодавче регулювання лобістської діяльності: проблеми та перспективи. *Вісник Національної академії правових наук України*. 2022. № 2. С. 14–21.

32. Лазарев В. І. Лобізм у системі місцевого самоврядування: досвід Європи. *Порівняльно-правові дослідження*. 2020. № 1. С. 50–59.

33. Левченко О. М. Залучення громадян до лобістської діяльності на місцевому рівні. *Місьцеве самоврядування і публічне управління*. 2023. № 5. С. 11–18.

34. Міщенко Т. С. Роль громадських організацій у формуванні локальних лобістських ініціатив. *Публічне управління: теорія та практика*. 2023. № 7. С. 18–25.
35. Міхеєва Л. А. Лобістська діяльність в Україні: нормативно-правові аспекти. *Право України*. 2021. № 8. С. 47–55.
36. Мороз І. В. Адвокаційні кампанії як складова локального лобіювання. *Юридичний журнал*. 2022. № 10. С. 29–36.
37. Мур Ж. Лобізм у сучасних політичних системах: бізнес-перспектива. *Політика і суспільство*. 1991. №19 (3). С. 115–131.
38. Національна стратегія реформування місцевого самоврядування на 2021–2025 роки. URL: <https://decentralization.gov.ua>. (дата звернення 10.10.2024).
39. Олійник Д. С. Лобізм як інструмент демократичної легітимації. *Політичний менеджмент*. 2022. № 6. С. 11–19.
40. Олійник П. М. Локальні платформи взаємодії влади і бізнесу: досвід України. *Соціально-економічний розвиток і реформи*. 2022. № 5. С. 28–35.
41. Орлов А. П. Зарубіжний досвід лобізму: уроки для України. *Актуальні проблеми політики*. 2020. № 72. С. 102–109.
42. Остапенко О. С. Публічна комунікація в контексті лобістської діяльності на місцевому рівні. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2023. № 3. С. 15–23.
43. Петренко І. І. Лобіювання інтересів на місцевому рівні: досвід Польщі та України. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка*. 2022. № 7. С. 48–56.
44. Попович О. М. Лобістська діяльність на місцевому рівні: проблеми регулювання. *Вісник державного управління*. 2023. № 4. С. 20–28.
45. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. 3-тє вид., випр. і допов. Київ : Товариство «Знання», КОО, 2006. 327 с.
46. Пояркова Т. К. Концепція демократичної політичної культури та основні тенденції її втілення в Україні: дис... канд. політ. наук: 23.00.03 / НАН України; Інститут держави і права ім. В. М. Корецького. Київ, 2004. 16 с.

47. Порівняння законодавчої ініціативи щодо лобіювання з міжнародним досвідом регулювання лобізму. URL : <https://ants.org.ua> (дата звернення 10.10.2024).

48. Про громадські об'єднання: Закон України від 22.03.2012 № 4572. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17> (дата звернення: 10.10.2024).

49. Про забезпечення прозорості та законності комунікації з суб'єктами владних повноважень: Закон України від 09.03.2022 № 7129. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=74857 (дата звернення: 10.10.2024).

50. Про лобізм: Закон України від 23.02.2024 № 5144. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=77456 (дата звернення: 10.10.2024).

51. Про лобістську діяльність: Закон Литовської Республіки від 27.06.2000. URL: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.99113> (дата звернення: 10.10.2024).

52. Про лобістську діяльність в законодавчому процесі: Закон Республіки Польща від 07.07.2006. URL : http://www.sejm.gov.pl/prawo/lobbing_lobbing.htm (дата звернення 10.10.2024).

53. Про публічну адвокацію: Закон України від 01.06.2021 № 5661. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=74127 (дата звернення: 10.10.2024).

54. Про регулювання лобізму: Закон США від 02.08.1946. URL: <https://www.govinfo.gov/app/details/COMPS-902> (дата звернення: 10.10.2024).

55. Про реєстрацію зарубіжних фірм: Закон США від 29.06.1938. URL: <https://www.justice.gov/nsd-fara> (дата звернення: 10.10.2024).

56. Про реєстр лобізму: Закон Федеративної Республіки Німеччини від 01.01.2022. URL: <https://www.gesetzeiminternet.de/lobbyrg/BJNR266210020.html> (дата звернення: 10.10.2024).

57. Про розкриття лобістської діяльності: Закон США від 19.12.1995. URL: <https://www.govinfo.gov/app/details/PLAW-104publ65> (дата звернення: 10.10.2024).

58. Романенко Є. О. Лобістська діяльність у країнах Балтії: законодавчі особливості. *Порівняльно-правові дослідження*. 2022. № 3. С. 33–40.

59. Романюк В. А. Механізми контролю за діяльністю лобістських груп у місцевих органах влади. *Ефективність державного управління*. 2023. № 7. С. 13–22.

60. Романюк О. П. Інституціоналізація лобізму в США та Україні: порівняльний аспект. *Юридичний журнал*. 2021. № 12. С. 34–42.

61. Савченко І. Г. Лобізм у представницьких органах: регіональний вимір. *Публічне управління і право*. 2021. № 3. С. 14–22.

62. Савчук О. В. Лобізм у системі публічного управління: сучасні виклики. *Ефективність державного управління*. 2022. № 5. С. 18–27.

63. Семенюк В. І. Підвищення ролі експертного середовища у місцевому лобіюванні. *Публічне управління і право*. 2023. № 6. С. 8–15.

64. Соколов М. Г. Інноваційні механізми підтримки лобістської діяльності на регіональному рівні. *Публічне управління і право*. 2023. № 9. С. 19–27.

65. Стеценко І. В. Лобізм у системі державного управління: досвід розвинутих країн і практика України. Київ, 2018. С.32-46.

66. Суббота В. М. Розвиток лобістської діяльності в Україні: сучасні підходи. *Український юридичний журнал*. 2022. № 9. С. 37–45.

67. Телешун С. О. Фінансово-промислові групи як групи політичного процесу в Україні. *Наукові записки НаУКМА. Політичні науки*. 2004. № 26. С. 45–53.

68. Тищенко Н. М. Інтеграція міжнародного досвіду лобізму в Україні. *Соціально-економічний розвиток і реформи*. 2021. № 3. С. 22–30.

69. Черінько І. О. Лобізм і лобістські технології: теоретико-правовий аналіз. Київ: Юрінком Інтер. 2011. С. 25-26.

70. Шевченко О. Г. Лобізм як складова політичного процесу у Франції. *Публічне управління: теорія та практика*. 2023. № 5. С. 21–29.
71. Яровой Т. С. Генеза та сучасні погляди стосовно визначення поняття лобізму в державному управлінні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2016. № 12. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua> (дата звернення 10.10.2024).
72. Bentley A. F. *The Process of Government: A Study of Social Pressures*. University of Chicago Press. 1908.
73. Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor. *Public Relations Specialists*. 2023. URL: <https://www.bls.gov> (date of application: 10.10.2024).
74. Blum D. *American Lobbying and Corruption in the 21st Century: The Abramoff Scandal*. New York: Cambridge University Press, 2010.
75. Tindall G. B. *America. A Narrative History. Brief Fourth Edition*. New York . London : W.W. Norton & Company. 2016. 1118 p.
76. Davidson R. H. *Congress and its Members Eighth Edition*. Washington, D.C. : Congressional Quarterly Inc., 2012. 505 p.
77. Poirier J., & Montpetit, É. *The Politics of Lobbying: A Comparative Analysis of Canada and the U.S.* Toronto: University of Toronto Press. 2014.
78. Ledd E. *The Mechanics of Political Influence*. Political Science Review. 1998.