

Роль цивилизованного лоббирования в современной России

Научный руководитель – Губин Евгений Парфирьевич

Ситдикова Динара Альбертовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Москва, Россия
E-mail: Dsitdikova617@mail.ru

Качественный диалог между государством и бизнесом является двигателем экономического развития. Предпринимательство, в свою очередь, является сферой взаимодействия государства и экономики [1, 26]. Так, в любой демократической стране государство стремится найти баланс между интересами различных групп. Например, в Российской Федерации «мостом» между государством и гражданским обществом могут служить общественные объединения, политические партии, профсоюзы, а также разнообразные формы прямого волеизъявления граждан: референдум, публичные слушания, гражданская инициатива и другие. Несмотря на то, что в РФ представлен широкий спектр взаимодействия граждан с государством, позволяющий давать обратную связь общественности на наиболее актуальные проблемы, в РФ до сих пор отсутствует правовое закрепление института, способного коренным образом повлиять на механизм выражения интересов социальных групп, в том числе предпринимателей. Речь идет о лоббировании, под которым понимается деятельность, направленная на воздействие на органы власти для принятия ими тех или иных решений.

Безусловно, в РФ существуют объединения, которые консолидируют интересы бизнеса: ассоциации и союзы предпринимателей, саморегулируемые организации, торгово-промышленные палаты и др. Они вырабатывают компромиссные позиции и отстаивают их перед государственными органами. Тем не менее, нельзя не отметить, что такие объединения выражают усредненную общую позицию, поскольку зачастую они представляют интересы целых отраслей и пролоббировать идею, которую продвигает конкретная организация в своих интересах, практически невозможно. Если говорить о представительных органах, то стоит отметить, что политические партии агрегируют интересы не всех социальных групп – «эти недостатки восполняют лоббистские группы». Именно по этим причинам необходима правовая институционализация лоббирования.

Стоит сказать, что в РФ ни раз предпринимались попытки принять закон, который бы урегулировал лоббистскую деятельность. Сама потребность в регулировании данного института возникла только в 90-е гг., поскольку коммерческое лоббирование, о котором идет речь, имеет место быть в условиях рынка, который начал формироваться именно в эти годы. Однако стоит сделать оговорку о том, что институт лоббирования активно формировался еще в дореволюционный период. Так, например, активизация профсоюзного движения в конце 19 в. способствовала формированию объединений предпринимателей для выражения интересов перед государством. С другой стороны, самому государству было выгодно сотрудничество с представителями предпринимательства из-за заинтересованности в развитии железнодорожного и банковского сектора [2, 198]. Законопроекты 1996 г. (№ 96700123-2 «О регулировании лоббистской деятельности в федеральных органах государственной власти»), 1997 г., 2003 г. (№ 396138-3 «О лоббистской деятельности в федеральных органах государственной власти») так и не были приняты Государственной Думой РФ. Законопроект 2003 г. был примечателен тем, что инициаторы отказались от

«американской модели» - обязательной регистрации в пользу аккредитации. Законопроект 2013 г. (№ 410475-6 «О порядке продвижения интересов коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей в органах государственной власти и местного самоуправления») был недвусмысленно направлен на коммерческий сектор, однако он так же не был принят.

Институт лоббирования настолько неоднозначен в российском обществе, что в 2014 г. Генеральная прокуратура РФ предлагала внести в Уголовный кодекс РФ новый состав преступления - злоупотребление влиянием [4]. В случае принятия этих поправок всякая лоббистская деятельность была бы криминализована.

Безусловно, в современной России лоббирование существует de facto. Отсутствие его правового закрепления поддерживает мнение общественности о том, что эта деятельность связана с подкупом, шантажом и коррупцией. Принятие соответствующего закона позволит вывести лоббизм из тени в сферу «цивилизованного лоббизма», что, как представляется, снизит коррупционную составляющую при принятии решений. При этом детальное регулирование лоббистской деятельности вплоть до закрепления конкретных лоббистских технологий кажется излишним. Напротив, кажется обоснованным закрепление незаконных способов воздействия на власть [5, 65]. Так, например, в США закон дает определение субъектов лоббистской деятельности, порядок предоставления ими информации, а также конкретные ограничения (обязательная регистрация, прозрачность деятельности, трата не менее 20% деятельности на лоббизм и др.) [6].

Подводя итоги, следует отметить, что цивилизованное лоббирование является продуктом развитого гражданского общества и необходимым элементом предпринимательства. На мой взгляд, оказание влияния различных социальных групп на принятие тех или иных решений на государственном уровне неизбежно. Именно поэтому вместо криминализации или игнорирования такого социального явления, как лоббизм, необходимо его правовое признание и урегулирование. Важно понимать, что «предприниматели, реализуя свои интересы через взаимодействие с государством, используют возможности государства точно так же, как и государство реализует свои интересы через использование возможностей предпринимательства» [3, 579].

Источники и литература

- 1) Губин Е.П. Правовые проблемы государственного регулирования рыночной экономики и предпринимательства: дис. ... доктора юридических наук: 12.00.03. 2005.
- 2) Каневский П.С. Генезис института лоббизма в России: дореволюционный и советский периоды // Вестник московского университета. 2021. № 11.
- 3) Предпринимательское право Российской Федерации: учебник: в 1 т. / отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно. 4-е изд., перераб. и доп. Т. 1. Москва: Норма: ИНФРА-М, 2023.
- 4) РБК: [сайт]. – Москва, 2014. – URL: <https://www.rbc.ru/economics/15/07/2014/57041f569a794760d3d3ffd6> (дата обращения: 05.03.2026). – Текст : электронный.
- 5) Сырунина Т.В. Лоббирование: согласование частных интересов // СКО. 2008. №4.
- 6) PUBLIC LAW 104-65-DEC. 19,1995 109 STAT. 691.Текст: электронный. URL: <https://lobbyingdisclosure.house.gov/lda.html> (дата обращения: 06.03.2026)