

Халковський О. М.
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

ЛОБІЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФОРМА ПРОЯВУ КОРУПЦІЇ

В статті виявлено економічну сутність та тенденції розвитку лобіювання економічних інтересів підприємницької діяльності як форми прояву корупції в Україні. Проаналізовано співвідношення тіншових та публічних засобів лобіювання та доведено необхідність легалізації лобістської діяльності.

Ключові слова: лобіювання, підприємницька діяльність, корупція, тіньова економіка.

Поширення в Україні такого соціально-економічного явища як тіньова економіка, а також зростання обсягів продукції та фінансових ресурсів, які обертаються у цій сфері, призводять до зростання рівня неконтрольованого державою сектора економіки, та становлять суттєві перешкоди на шляху забезпечення стійкого розвитку економіки країни. Водночас формування ефективної системи управління як на державному, так і на регіональному рівнях супроводжується включенням в процес вироблення та прийняття управлінських рішень різних інститутів корпоративного лобізму, який являє собою складну багатофункціональну систему, що розвивається в сферах офіційної та тіншової економіки, обумовлює суперечності процесу інституціоналізації даного феномена.

Вплив неекономічних чинників на ефективність ведення бізнесу і на економіку в цілому - предмет, який досить давно привертає до себе увагу дослідників, серед яких слід відзначити представників різних течій інституційної і неоінституціональної школи, у тому числі кілька лауреатів Нобелівської премії, включаючи Г. Беккера, Дж. Б'юкенена, Д. Норта, Дж. Стігліца, К. Ерроу та ін. Теоретико-методологічні аспекти проблеми тінзації економічних відносин та таких її проявів як корупція, лобізм досліджували такі західні вчені як П. Гутманн, Є. Фейг, Д. Блейдс, Я. Арвай, Б. Даллаго та ін. Серед вітчизняних науковців варто відзначити В. Базилевича, І. Мазур, В. Мандибуру, О. Бандурку, З. Варналія, В. Гейця, В. Задорожного, П. Іващенко, В. Кириленка, Т. Ковальчука та ін. Проте існуючі протиріччя в практиці вітчизняного корпоративного лобіювання породжують проблеми теоретичного і прикладного характеру. У практичному плані видається важливим використання позитивного досвіду лобістської діяльності економічних суб'єктів, накопиченого як у світовій практиці, так і в системі взаємодії бізнесу і влади, що сприятиме розвитку повноцінної системи представництва інтересів і подолання негативних ефектів тіншового лобізму для системи державного управління, розвитку економіки і суспільства в цілому.

Разом з тим дослідження форм і технологій лобістської діяльності підприємницьких структур носять оглядовий і фрагментарний характер, досвід корпоративного лобізму окремих суб'єктів демонструє відмінності від загальнодержавних тенденцій еволюції даного феномена та потребує наукового осмислення його специфічних рис.

Метою статті є виявлення основних форм і технологій, тенденцій розвитку лобіювання економічних інтересів підприємницької діяльності як корупційного прояву суспільно-економічного життя в Україні.

Питання лобіювання інтересів актуальні як для країн з розвинутою ринковою економікою, так і для перехідних економік, де ринкові інститути та відповідна нормативна база тільки формуються. Для останніх ці питання набувають особливої важливості у силу високої інтенсивності потоку прийнятих рішень у всіх структурах влади. З початку 90-х і донині не припиняються дебати, центральне питання яких полягає у визначенні ступеня залежності між похибками у проведенні вітчизняних економічних реформ – з одного боку, і лобіюванням та корупцією – з іншого [1].

Діяльність щодо лобіювання включає в себе як легальні методи впливу – консультативні зустрічі, подача прохань, внески в передвиборчу кампанію політиків або внески в партійну касу, PR кампанії, так і нелегальні – хабарництво і шантаж, дослідження яких нерідко виділяють в окремий напрям.

На думку британського експерта А. Каусона [2] у західній літературі вживають два визначення лобізму:

– лобізм – це реалізація права кожного громадянина звертатися зі зверненнями до уряду;

– лобізм – це професійна діяльність службовців, або спеціальних консультантів, найнятих компаніями, діловими та професійними асоціаціями для представлення інтересів цих організацій у процесі формування державної політики.

Економічну сутність лобізму пояснює такий напрям економічної теорії як рентоорієнтована поведінка, яка має подвійний сенс. З одного боку, існують економічні та політичні інтереси чиновників усіх рівнів, з іншого боку, існують інтереси великого бізнесу. Відповідно теорії рентоорієнтованої поведінки специфіка двох зазначених типів економічних агентів полягає в можливих характеристиках інтересів: перший – чиновник, від якого залежить прийняття рішення, його рентоорієнтована поведінка полягає в приватизації адміністративного ресурсу та ототожнюється з поняттям корупції; а в іншому випадку – він потребує додаткової інформації для ухвалення рішення, рента чиновника полягає у професійній репутації.

Для бізнесу рентоорієнтована поведінка є звичайною конкурентною боротьбою за ресурси. Виникає питання про інтерпретацію в термінах цієї теорії поведінки класичних професійних лобістів, тобто консалтингових фірм, аналітичних інститутів та фондів. Їх діяльність також можна інтерпретувати як рентоорієнтовану поведінку, якщо під рентою розуміти винагороду за успішне лобіювання, а під джерелом ренти розуміти лобіювані комерційні структури або відомства. Таким чином, виникає двоступінчастий ринок:

- інтегрована бізнес група (ІБГ) – “професійний” лобіст;
- “професійний” лобіст – чиновник.

Варто зауважити, що для замовника (ІБГ) ринок професійних лобістів є конкурентним. У свою чергу цей же ринок виступає як конкурентне середовище для власника адміністративного ресурсу. Для замовника конкурентність ринку професійних лобістів вигідна, оскільки призводить до зниження цін на лобістські послуги. У той же час для корумпованого чиновника ця ситуація так само вигідна,

оскільки дозволяє йому трохи підвищити ціну за свої послуги.

Рентоорієнтована поведінка намагається дати пояснення, які причини виникнення ренти та які механізми боротьби за неї. Відповіді на ці запитання є важливими, оскільки вони розкривають співвідношення витрат на боротьбу з такою рентоорієнтованою поведінкою і соціально-економічними наслідками цієї боротьби. Відповідно одним з найважливіших питань дослідження лобіювання є питання взаємозв'язку між витратами на лобіювання і результатами лобіювання. Під результатами лобіювання можна розуміти виділення та перерозподіл ресурсів, прийняття тих чи інших законів і норм тощо. Оцінювання взаємозв'язку витрат та результатів, як і впливу самого лобіювання на економічний розвиток, до теперішнього часу залишається одним з дискусійних моментів економічної теорії та практики. Разом з тим, результати численних емпіричних досліджень свідчать, що, як правило, “невпорядковане”, нелегальне лобіювання і корупція негативно корелюють з ефективністю економічної системи та її розвитком.

Механізми лобіювання економічних інтересів завжди були органічною частиною індустріальних суспільств, як альтернатива конкурсного розподілу фінансових потоків, він присутній і у взаєминах між комерційними структурами і державою, і у взаєминах між комерційними структурами (навіть всередині комерційних структур). Адже, враховуючи, що інституційне середовище знаходиться на стадії формування, а діяльність законодавчих і виконавчих органів влади не завжди встигає за потребами бізнесу, підприємці змушені самі формувати моделі ринкової поведінки. Як тільки такі моделі сформовані, налагоджені і влаштовують економічних агентів, що беруть участь у взаємодії, бізнес стає зацікавлений в їх формальній легітимізації. На цьому етапі включаються механізми лобіювання (в сенсі донесення до органів законодавчої влади інтересів комерційних структур). Таким чином, лобізм виконує функцію прискорення легітимізації нових моделей ринкової поведінки, сприяє виникненню нових інститутів.

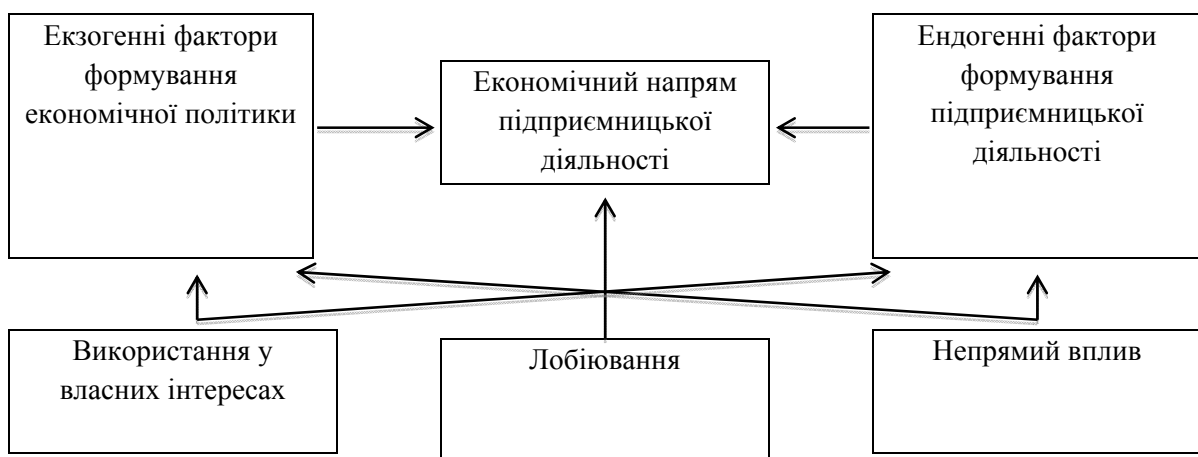


Рис. 1. Вплив лобіювання на формування підприємницької діяльності

Розглядаючи загальну схему функціонування лобіювання можна виділити два сектори:

– джерело влади, що дозволяє виділяти, розподіляти і перерозподіляти ресурси, створювати правила (може розглядатися як “пропозиція”);

– бізнес, що відчуває потребу у ресурсах, правилах, пільгах тощо (може розглядатися як “попит”). Самі правила взаємодії попиту і пропозиції можуть бути, і, як правило, бувають, неповністю прозорими і часто недостатньо фіксованими і визначеними. Витрати на підтримання рівноваги попиту та пропозиції і на реалізацію відповідного балансу і є витратами на лобіювання та корупцію.

Серед основних об’єктів лобіювання (джерел ренти) за які найчастіше йде конкурентна боротьба економічних агентів на вітчизняному ринку слід відзначити розподіл бюджетних коштів; контроль над природними ресурсами; отримання кредитів; отримання митних пільг; пільги з оподаткування; приватизація підприємств; перерозподіл прав власності; доступ до фінансування різного роду проектів тощо.

У науковій літературі широко дискутуються переваги та недоліки лобіювання, серед яких відзначимо наступні принципіві ознаки. Наприклад, якщо під лобіюванням мати на увазі тільки легальні методи впливу на прийняття рішень, а не підкуп посадових осіб або законодавців, то додаткова інформація, що надходить у владні органи через лобіста, допомагає оптимізувати економічні рішення та законодавчу базу з урахуванням інтересів бізнесу. Слід зауважити, що позитивна роль лобізму в більшості випадків пригнічується негативними наслідками. Так, існують випадки, коли можливість лобіювання на основі рентоорієнтованої поведінки чиновника чинить негативний вплив на суспільний добробут, а саме:

– знижується рівень конкурентності ринків та змінюється структура отримання прибутку, внаслідок чого зниження конкуренції ринків призводить до формування неоптимальної ціни і обсягу виробництва, що є властиве більшості монополій;

– виникає взаємозв’язок між чиновником і комерційною структурою, яка призводить до того, що менеджмент компанії формується з урахуванням його інтересів. Це, в свою чергу, створює небезпеку протиріччя між власне інтересами менеджменту та інтересами акціонерів (особливо власників малих пакетів);

– здійснюючи витрати на лобістську діяльність, компанії породжують відтік коштів з основного виробництва;

– зростає уразливість малого та середнього бізнесу, який не має достатніх потужностей для лобіювання на високому рівні. Отже, гальмується розвиток нових галузей, і за рахунок цього виникає неоптимальна концентрація ресурсів у традиційних галузях; існуючі в економіці диспропорції не згладжуються, а навпаки поглиблюються.

Слід зауважити, що досить часто науковці ототожнюють поняття лобізму з такими поняттями як піар, джіар, та не вбачають відмінностей між ними. Проте, С. Клімович, досліджуючи поняття джіару, відрізняє його від інституту лобізму [3]. За твердженням А. Прокопенко, директора Інституту процесів соціального розвитку, керівника першого фахового проекту Lobbying.com.ua, в Україні не завжди проводять чітку лінію між цими поняттями, але у США і Великобританії терміни GR та “лобіювання” чітко визначені: “Як вчили нас у лондонському Chartered Institute of

Public Relations, джіар – це процес побудови довіри та менеджменту взаємодії між організацією та органами державної влади чи політиками для впливу на публічну політику. А лобіювання – це швидше інструмент (впливу)” [4]. На думку Є. Махортова, найбільша продуктивність діяльності GR-менеджера досягається за рахунок комплексного підходу до вирішення поставлених завдань. Варто також відзначити, що GR-фахівець працює на постійній основі, одержуючи фіксовану заробітну плату і обстоює інтереси одного замовника – своєї компанії, тоді як лобіст працює за гонорар і відсоток від угоди, має широку мережу контактів в органах державної влади.

Дисфункційний характер лобістської діяльності в Україні підтверджується й аналізом співвідношення тіньових і публічних засобів лобіювання. Тіньовий і публічний лобізм у західній політичній системі концептуально несумісні, адже у випадку тіньової схеми відбувається негласний контакт зацікавленої сторони з особою (чиновником), який приймає важливе рішення. Такий вчинок з боку посадовця може кваліфікуватися як “корупційна діяльність” при встановленні факту відшкодування “послуг”. В результаті тіньового лобізму з’являються законодавчі та інші нормативні акти чи рішення, здатні забезпечити вигоду чи преференцію певній групі. У свою чергу, публічний лобізм відрізняється, по-перше, легальними засобами здійснення, по-друге, масштабами, мотивами і спрямованістю. Публічна стратегія лобізму передбачає представництво інтересів цілих галузей і сфер економічної діяльності.

Дедалі частіше зустрічається думка, що в сучасній економіці України лобізм цілком обґрунтовано можна розглядати як певну форму корупції. Так, корупцію в ряді випадків можна розглядати як особливу нелегальну форму лобіювання, коли державні службовці (законодавці) використовують своє службове становище для незаконного отримання або надання певних благ за винагороду. Корупція може інтерпретуватися як приватизація адміністративного ресурсу, що приносить його власникові певну ренту.

Корупція як форма тіньового лобіювання економічних інтересів зацікавлених груп, за справедливим зауваженням більшості наукових дослідників, набуває дедалі більшого значення. Так, І. Брянцев та Л. Баранова до причин виникнення тіньового лобізму як форми корупції відносять [5]:

- відсутність державного законодавства і підзаконних актів, що регулюють лобістську діяльність;
- відсутність прийнятних розмірів і ставок оподаткування та механізмів в економіці;
- наявність значного сектору тіньової економіки;
- перерозподіл власності, сфер політичного та економічного впливу;
- інтереси монополістів і олігархів, геополітичний і економічний інтерес інших країн;
- лобістське освоєння бюджетних коштів тощо.

Аналізуючи особливості лобіювання в українському бізнес-середовищі, П. Добродумов зазначає, що механізм лобіювання інтересів українськими корпоративними і соціальними групами носить неформальний, абсолютно нерегульований характер, у зв’язку з чим сам процес лобіювання позбавлений

цивілізованих орієнтирів і правил, набув ряд аномалій, які впливають з політичної системи. Дослідник вважає, що вони перетворюють лобізм на інструмент досягнення корупціонерами своїх цілей [6]. Специфікою української практики лобіювання, як стверджують аналітики, є переважання методів лобіювання через владні структури та полягає у використанні особистих зв'язків і методів поза норм, відсутності реальної конкуренції інтересів та непрозорості механізму лобіювання. Відтак результатом впливу корумпованого лобізму в Україні є низька ефективність ухвалених законів та невідповідність правових актів потребам економічного регулювання.

Висновки і пропозиції. Дослідження лобізму як форми прояву корупції переконливо доводить, що настав час вивести “тіньовий” вітчизняний лобізм “на світло”, перетворити його на повноцінний політико-правовий інститут, яким він, наприклад, є в США і Західній Європі, де в органах влади представлені не тільки потужні корпоративні структури, а й інтереси різних сегментів суспільства.

Відтак варто вести мову про необхідність легалізувати дану форму прощтовхування інтересів, прийнявши закон про правове регулювання лобістської діяльності, який дозволить легітимно створювати лобістські організації та стане відкритим та зрозумілим, ліквідувавши при цьому тіньовий лобізм. Саме таку мету покликаний реалізувати запропонований для обговорення законопроект “Про регулювання лобістської діяльності в Україні” (№ 7269 від 20.10.2010 р.) [7]. Крім того, в ході роботи над вітчизняною законодавчою базою для регламентування лобізму існує ряд серйозних питань, які потребують детального обговорення. Перш за все, це стосується вибору моделі регулювання лобістської діяльності – американської (жорстка система, що вимагає від лобістів реєстрації та надання звітів про свою діяльність) або європейської (заснована на добровільній реєстрації).

Проаналізувавши економічну сутність та тенденції розвитку лобіювання економічних інтересів підприємницької діяльності як форми прояву корупції в Україні, визначивши співвідношення тіньових та публічних засобів лобіювання та обґрунтувавши необхідність легалізації лобістської діяльності, можна дійти висновку, що дослідження тіньових і корупційних практик корпоративного лобізму сприятиме розробці в Україні стратегії антикорупційної діяльності, адекватної структурі та змісту взаємодії бізнесу і влади.

Використані джерела:

1. Мазур І. І. Детінізація економіки України: теорія та практика : монографія / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2006. – 239 с.
2. Лобізм – не узаконена українська реалія / Аналітичний центр “Академія” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.academia.org.ua/?p=622>
3. Клімович С. О. Дослідження government relations як комунікації між владою та бізнесом: термінологічний аспект // Стратегічні пріоритети, № 1, 2010 р. – С. 82-85
4. Клімович С. А. Поддать джиару // Подробности [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://podrobnosti.ua/analytics/2009/02/16/583021.html>
5. Брянецев И. И. Коррупция как форма теневого лоббизма / И. И. Брянецев, Л. К. Баранова // Власть. – 2008. – № 3. – С. 13-16.
6. Добродумов П. О. Корупційні відносини: теоретико-методологічний аналіз
7. Проект закону про регулювання лобістської діяльності в Україні № 7269 від 20.10.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csi.org.ua/www/?p=1605>

Халковский А. Н. Лоббирование экономических интересов предпринимательской деятельности как форма проявления коррупции.

В статье раскрыто экономическую сущность и тенденции развития лоббирования экономических интересов предпринимательской деятельности как формы коррупции в Украине. Проанализировано соотношение теневых и публичных средств лоббирования и доведена необходимость легализации лоббистской деятельности.

Ключевые слова: лоббирование, предпринимательская деятельность, коррупция, теневая экономика.

Halkovsky A. Lobbying economic interests of business as a form of corruption.

The article reveals the economic nature and tendencies in lobbying of economic interests of business as a form of corruption in Ukraine. There was analyzed the ratio of shadow and public means of lobbying and proved the necessity of lobbying activity legalization.

Keywords: lobbying, business, corruption, shadow economic.

МІКРОЕКОНОМІКА

Ставицький О. В.

Національний університет харчових технологій

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМ

У статті виконано аналіз дефініції “моделювання”, розглянуто концепцію побудови моделей, а також запропоновано еталонну модель підприємства.

Ключові слова: модель, моделювання, конструювання, метод моделювання.

У світі існує безліч різноманітних цілісних систем. Однак нерідко навіть системи, що кардинально відрізняються одна від одної, можуть бути в деяких відносинах подібними. В одному випадку ця схожість постає як однозначна відповідність структури (взаємозв'язку компонентів) однієї системи структурі іншої системи, вона носить назву ізоморфізму. В іншому випадку між системами є лише часткова подібність - в окремих компонентах або сторонах структури. Такого роду подібність називається гомоморфізмом. Незважаючи на глибокі відмінності їх матеріальної природи, вони діють за аналогічним принципом. Наявність ізоморфізму, гомоморфізму і інших різновидів подібності різних цілісних систем дозволяє моделювати, тобто відтворювати ту чи іншу систему за допомогою іншої, подібної їй в тому чи іншому відношенні.

Розробляючи модель, дослідник завжди має перед собою дві цілісні системи: по-перше, об'єктивно існуюче або передбачуване ціле і, по-друге, ціле, їм самим штучно створюється, яке повинно експонувати перше. Завдання творця моделі складається в тому, щоб, відшукавши риси подібності між цими системами, відтворити ті чи інші параметри, сторони одного з них, як правило більш складною і високоорганізованою моделлю, в іншій, менш складній.

Якщо є дві системи, які подібні в відношенні деяких структурних властивостей і