

Роксолана Єднорович

Науковий керівник – канд. іст. наук, доц. Гулай В. В.,
Національний університет “Львівська політехніка”

ЛОБІСТСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ТРАНСКОРДОННИХ КОРПОРАЦІЙ(ТНК) НА СВІТОВІЙ АРЕНІ

Лобізм (від англ. lobby – кулуари) – дії державних, законодавчих, виконавчих органів, компаній, організацій, груп і окремих осіб, спрямовані на підтримку окремих галузей економіки, регіонів, компаній, фірм, груп осіб, окремих особистостей, продиктовані не об’єктивною необхідністю, а власним інтересом, матеріальною вигодою тощо. Лобістська мережа ТНК охоплює відділи корпорацій та їх об’єднань, неформальні контактні організації, фонди, бюро та ін.

Lobbyism (from the English. Lobby – lobby) – of government, legislative, executive, companies, organizations, groups and individuals to support specific industries, regions, companies, firms, groups, individuals, dictated not on ‘subjective necessity, personal interest, pecuniary benefit to socho. Lobbying network covers MNC departments of corporations and associations, informal contact organizations, funds, offices and others.

Лоббизм (от англ. Lobby – кулуары) – действия государственных, законодательных, исполнительных органов, компаний, организаций, групп и отдельных лиц, направленные на поддержку отдельных отраслей экономики, регионов, компаний, фирм, групп лиц, отдельных личностей, продиктованы не объект объективной необходимостью, а собственным интересом, выгодой тощо. Лоббистская сеть ТНК включает отделы корпораций и их объединений, неформальные контактные организации, фонды, бюро и др.

Лобіювання – специфічний вид публік рилейшнз, пов’язаний з комунікаціями різних соціальних груп і організацій з представниками влади для захисту своїх інтересів під час прийняття тих чи інших рішень органами державної влади і управління [4].

Відповідно до об'єктів, виділяють такі рівні лобізму – національний, регіональний і глобальний. Національний рівень лобізму пов'язаний із просуванням інтересів інших держав представниками певної країни (внутрішній лобізм), а також тиском транснаціональних корпорацій або окремих держав на уряди інших країн з метою прийняття рішень, що відповідають їхнім інтересам (зовнішній лобізм). Останні – із впливом на рішення регіональних і міжнародних організацій. Існує три основних предмета, які лобіюються в органах влади: ресурс (коли застосовуються дії для того, щоб одержати в свою користь суспільний ресурс), проблема (щоб вирішити проблемну ситуацію), позиція (щоб одержати деякий статус, зайняти монополію позицію). До об'єктів лобістської діяльності відносяться органи законодавчої, виконавчої та судової влади. Ступінь впливу лобістів на органи державної влади залежить від правових норм і політичної практики, що склалася у країні [3]. ТНК є важливим інструментом зовнішньоекономічного і зовнішньополітичного впливу і держава не може не використати його в інтересах свого утвердження на світовій арені. Цільовою формою зв'язку великого бізнесу з органами державної влади є система лобіювання, спрямована на обстоювання інтересів ТНК. Сучасна лобістська мережа ТНК охоплює відділи корпорацій та їх об'єднань, неформальні контактні організації, фонди, бюро та ін. Вони ставлять за мету вплив на прийняття відповідних законодавчих актів, діяльність партій, результати виборів і рішення судових органів [2].

В світовій практиці поширені наступні технології організації лобістської діяльності: 1. виступи в профільних комітетах законодавчого органу (в роботі комітетів допускається участь як депутатів, так і зацікавлених лобістів та експертів); 2. робота над законопроектами і винесення їх на розсуд парламенту (дана технологія лобіювання можлива у вигляді “проштовхування” певного законопроекту чи окремих поправок до нього); 3. організація пропагандистських кампаній в ЗМІ з приводу рішень, що готуються, чи вже прийнятих; 4. проведення науково-практичних конференцій з участю представників законодавчої і виконавчої влади; 5. організація урочистих зустрічей і прийомів для повноважних представників законодавчої та виконавчої влади; 6. психологічний вплив на депутатів та представників виконавчої влади (дзвінки, листи, телеграми на їхню адресу, особисті візити впливових діячів та місцевих виборців); 7. підкуп посадових осіб; 8. мітинги та бастування, які найбільш характерні для профспілок, що відстоюють соціально-економічні інтереси працівників своєї галузі (grass-roots, тобто використання великих

мас людей для створення ілюзії масової підтримки певних вимог); 9. особисті зв'язки, чи “коридорний лобізм”, який реалізується шляхом особистих, дружніх контактів і візитів до державних діячів; 10. інтернет-технології (електронні чутки, злив компромату тощо) [1].

Стратегічна єдність інтересів ТНК і держав виявляється і в тому, що державна політика, партійна система, армія не можуть існувати без фінансово-технічної підтримки ТНК. На постійну частку витрат, необхідних для зовнішньоекономічної експансії ТНК, перетворилися витрати суто політичні. Цільовою формою зв'язку великого бізнесу з органами державної влади є система лобіювання, спрямована на обстоювання інтересів ТНК. Сучасна лобістська мережа ТНК охоплює відділи корпорацій та їх об'єднань, неформальні контактні організації, фонди, бюро та ін. Вони ставлять за мету вплив на прийняття відповідних законодавчих актів, діяльність партій, результати виборів і рішення судових органів. У своїй діяльності лобісти використовують різні методи: організація кампаній щодо залучення виборців до участі в голосуванні; налагодження контактів з політичними діячами і чиновниками держапарату для впливу на їхні рішення; фінансування передвиборних кампаній, діяльність політичних партій та ін. Під час проведення політичної кампанії ТНК може мобілізувати для її підтримки персонал своїх підприємств і підприємств-субпідрядників, банкіри – своїх клієнтів. Найбільші власники ТНК входять до складу урядів і балотуються на пости глав держав. Більше того, багато хто з них обіймає високі державні пости в секторах економіки, в яких вони до призначення мали значні фінансові інтереси.

Список використаних джерел та літератури:

1. Бятец М.В. Лоббизм в правотворческой деятельности [Текст] / М.В. Бятец // Правоведение, № 1 5.01.1998.
2. Гричина Н.А. Лоббизм як інститут сучасної демократії [Текст] / Н.А. Гричина. – К., 2009. – С. 4-5.
3. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю [Текст] / Є.Б. Тихомирова. – К., 2001. – С. 337 – 364.
4. Шульга Р. Ю. О роли лоббистской деятельности неправительственных организаций в становлении гражданского общества в России [Текст] / Р.Ю. Шульга // Россия и современный мир. – 1999. – № 4. – С. 169 – 182.