

ФАКТОРЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЛОББИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Казарян А. Г., аспирант

Научный руководитель – Западнюк Е. А., к.э.н., доцент
Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины
г. Гомель, Республика Беларусь

В современном мире институт лоббизма представляет собой неотъемлемую часть общества, оказывающую как позитивное (законодательством разрешенная деятельность партий, профсоюзов и др.), так и негативное (в виде, например, взяточничества для продвижения своих интересов) влияние на социально-экономическое развитие государства.

Существует несколько определений лоббизма:

– право общества, его структур (политических партий, бизнеса, профсоюзов, общественных объединений и ассоциаций и др.) воздействовать на избранные властные структуры [1, с. 13];

– действие заинтересованных членов общества по преодолению различных барьеров (законодательных, административных и др.) с целью продвижения своих собственных интересов путем воздействия на государственные органы, должностных лиц для достижения необходимого результата [2, с. 188].

Анализ представленных определений позволяет сделать вывод о том, что лоббизм представляет собой процесс продвижения определенных идей и взглядов путем воздействия на управляющие структуры чтобы достичь переделённой цели.

Основными факторами, которые способствуют становлению и развитию института лоббизма, являются следующие:

– политические (особенности политического режима, взаимодействия власти и общества на разных уровнях);

– исторические (сложившиеся традиции взаимоотношений граждан и государства);

– социальные (наличие различных ассоциаций, групп, которые готовы использовать лоббистские возможности для достижения цели);

– институциональные (особенности государственного управления, эффективность коммуникации с обществом);

- правовые (формирование законодательной базы);
- идеологические (роль и место лоббистской деятельности в обществе);
- экономические (экономическая выгода от лоббистской деятельности, экономическая дифференциация общества, которая позволяет одним более результативно влиять на принятие решений, другим – нет);
- культурные (политическая культура и ее особенности);
- психологические (восприятие института лоббизма и ее возможностей влиять на принятие тех или иных решений);
- поведенческие (наличие примеров эффективного лоббистского поведения) [3, с. 114].

Таким образом, лоббизм – это процесс отстаивания интересов с помощью воздействия на властные структуры для достижения необходимого результата. Все группы факторов, влияющих на становление и развитие лоббистской деятельности, можно разделить на группы: поведенческие, психологические, культурные, экономические, идеологические, правовые, институциональные, социальные, исторические, политические.

Список литературы

1. Толстых, П.А. Практика лоббизма в Государственной Думе ФС РФ: структура, технологии, перспективы легитимизации: Автореф. / П.А. Толстых. – М., 2006. – 26 с.
2. Захаров, А.В., Зелепукин, Р.В. Правовое регулирование лоббистской деятельности, ее средств, методов и технологий / А.В. Захаров, Р.В. Зелепукин // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 8. – С. 188-192.
3. Сучкова, А.А. Институционализация лоббистской деятельности в России как фактор повышения эффективности взаимодействия общества и государства / А.А. Сучкова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. – 2018. – Т.8 – № 1. – С. 111-116.