

УДК 334.7
ББК 65.290
В65

Редактор О. Шишмаренкова

Войтенко Э., Парфенчикова А.

В65 Лоббизм и GR : Понятия, функции, инструменты / Эдуард Войтенко, Анастасия Парфенчикова. — М. : Альпина ПРО, 2023. — 340 с.

ISBN 978-5-206-00057-3

Рост макроэкономических показателей, улучшение жизни населения, инвестиционная привлекательность государства во многом зависят от достижений компаний. Компании, в свою очередь, должны учитывать актуальные политические и законодательные тренды для успешной реализации своих проектов. В этом смысле взаимовыгодное партнерство государства и бизнеса лежит в основе экономического развития и благоприятного социального климата в стране. Одним из инструментов выстраивания диалога с властью выступает институт лоббизма.

Книга предлагает практический взгляд на использование лоббистских технологий в принятии государственных решений. Авторы рассказывают о том, как лоббизм влияет на демократические процессы в обществе, в чем отличие лоббизма от Government Relations (GR), как устроен институт лоббизма в разных странах, какими инструментами пользуются лоббисты, почему коррупция вредит лоббизму, как работают госорганы и как превратить частный интерес в государственную задачу.

Книга адресована практикующим лоббистам, специалистам в сфере GR и PR, политологам и юристам, студентам вузов, обучающимся по таким направлениям, как юриспруденция, политология, публичная политика и социальные науки, международные отношения, экономика и управление. Кроме того, она может быть полезна представителям бизнеса (владельцам компаний, CEO), а также всем, кто интересуется политическими и бизнес-процессами, вопросами государственного управления, законотворчества и взаимодействия частных и публичных структур.

УДК 334.7
ББК 65.290

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru

ISBN 978-5-206-00057-3

© Войтенко Э., Парфенчикова А., 2022
© Оформление. ООО «Альпина ПРО», 2022

Содержание

ЧАСТЬ 1

ПОНЯТИЕ ЛОББИЗМА

Глава 1	Институт лоббизма: история возникновения и роль в современном обществе	9
1.1.	История возникновения лоббизма	9
1.2.	Роль лоббизма в поддержке бизнеса, развитии общества и государства	14
1.3.	Когда возникает потребность в использовании лоббистских технологий?	17
1.4.	Лоббизм — узаконенная форма коррупции?	21
Глава 2	Сферы лоббистского влияния	27
2.1.	Лоббизм и три ветви власти	27
2.2.	Сферы лоббистского влияния по горизонтали	29
2.3.	Сферы лоббистского влияния по вертикали	38
Глава 3	Подходы к определению лоббизма	42
3.1.	Лоббизм как область деятельности	44
3.2.	Лоббизм как общественно-политический институт	46
Глава 4	Лоббизм и смежные понятия	48
4.1.	Лоббизм и лоббирование — одно и то же?	48
4.2.	Лоббизм vs Government Relations (GR)	50
4.3.	Лоббизм vs Public Relations (PR)	54
4.4.	Лоббизм vs Public Affairs (PA)	56
4.5.	Лоббизм vs Advocacy	59

СОДЕРЖАНИЕ

ЧАСТЬ 2

ЭТИКА ЛОББИЗМА

Глава 5	Принципы лоббизма как основа лоббистской этики	63
5.1.	Роль принципов лоббизма	63
5.2.	Источники закрепления принципов лоббизма	66
Глава 6	Принцип законности	70
Глава 7	Принцип честности	72
Глава 8	Принцип ответственности	74
Глава 9	Принцип транспарентности	78
Глава 10	Принцип конфиденциальности	81
Глава 11	Принцип профессионализма	83

ЧАСТЬ 3

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЛОББИЗМА

Глава 12	Значение правового регулирования лоббизма	87
Глава 13	Законодательство о лоббизме в США	90
13.1.	Предпосылки правового регулирования лоббизма	90
13.2.	Первый закон о лоббизме (1946 год)	94
13.3.	Недостатки Закона 1946 года и необходимость реформы	96
13.4.	Закон о раскрытии лоббистской деятельности 1995 года	99
13.5.	Преимущества и недостатки Закона 1995 года	105
Глава 14	Законодательство о лоббизме в Канаде	109
14.1.	Основы правового регулирования лоббизма	110
14.2.	Этапы развития законодательства о лоббизме	112
14.3.	Основные положения законодательства о лоббизме	115
Глава 15	Законодательство о лоббизме в Европе	120
15.1.	Правовое регулирование лоббизма в Европейском союзе	121
15.2.	Правовое регулирование лоббизма в отдельных европейских государствах	129
Глава 16	Правовое регулирование лоббизма в России	157
16.1.	История правового регулирования: попытки принять закон о лоббизме	158
16.2.	Лоббизм — вне правового поля?	182
16.3.	Перспективы создания закона о лоббизме: за и против	188

СОДЕРЖАНИЕ

ЧАСТЬ 4

ФУНКЦИИ ЛОББИЗМА

Глава 17	Понятие и значение функций лоббизма	195
Глава 18	Представительская функция	198
Глава 19	Коммуникационная функция	202
Глава 20	Аналитическая функция	206
Глава 21	Управленческая функция	210
Глава 22	Креативная функция	213
Глава 23	Антикризисная функция	215

ЧАСТЬ 5

ЛОББИСТСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Глава 24	Понятие и виды инструментов лоббизма	223
Глава 25	Внутренние инструменты лоббизма	226
	25.1. Мониторинг государственных инициатив по направлениям регуляторной политики	226
	25.2. Анализ регуляторной среды	231
	25.3. Картирование стейкхолдеров	235
	25.4. Разработка GR-стратегии	238
	25.5. Правовая экспертиза	244
Глава 26	Внешние инструменты лоббизма	250
	26.1. Площадки GR-коммуникации и лоббирования	250
	26.2. Участие в законотворческих процедурах	265
	26.3. PR- и медиаинструменты	301
	26.4. Личные связи	306

ЧАСТЬ 6

РЫНОК ЛОББИСТСКИХ УСЛУГ В РОССИИ

Глава 27	Лоббист и GR-специалист — в чем различия?	311
Глава 28	Особенности работы GR-специалистов	317
	28.1. Организация GR-функции в компании	318
	28.2. Направления деятельности и задачи	319
	28.3. Инструменты работы	323

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 29 Особенности работы лоббистов-консультантов	326
29.1. Организация предоставления консалтинговых услуг	327
29.2. Направления консультирования	328
Глоссарий	333
Список сокращений	335
Приложение	337
Благодарности	339