



ЛОБІЗМ ЯК СКЛАДОВА МІЖНАРОДНОГО PR

Лобізм є складним і багатогранним явищем, яке займає важливе місце в політичних процесах демократичних країн. Як політичний феномен, лобізм є діяльністю, спрямованою на здійснення впливу на органи державної влади та законодавчі структури з метою досягнення вигідних для певної групи або індивіда рішень. Визначення лобізму як явища змінюється в залежності від контексту, але у загальному сенсі він виступає як процес взаємодії між політиками, державними чиновниками і групами інтересів, зокрема бізнесовими та громадськими організаціями, через які здійснюється вплив на державні політики



Відповідно до загальноприйнятих визначень, лобізм передбачає використання різноманітних стратегій, таких як просування законопроектів, мобілізація громадськості, надання політикам необхідної інформації чи навіть безпосереднє фінансування виборчих кампаній. Природно, що у багатьох випадках лобізм виступає як знаряддя, за допомогою якого намагаються впливати на законодавців для того, щоб ті ухвалювали рішення, які відповідають інтересам лобістів або їхніх замовників

Можемо виокремити кілька основних механізмів, через які лобісти здійснюють свій вплив на політичний процес. Це можуть бути як прямі форми впливу, так і непрямі.

Прямий контакт з політиками. Є одним із основних механізмів впливу і включають у себе переважно особисті зустрічі лобістів з парламентаріями або урядовцями, де вони можуть представити свої інтереси та обґрунтувати свої вимоги. Ці зустрічі можуть супроводжуватись наданням інформації, статистики або економічних досліджень, які підтримують запропоновані зміни в законодавстві або політиці.

Публічні кампанії та громадський тиск. Лобісти також можуть створювати публічні кампанії, щоб мобілізувати громадську думку на підтримку своїх інтересів. Ці кампанії можуть включати мітинги, акції протесту, соціальні мережі або публікації в засобах масової інформації, що має на меті збільшити тиск на політиків і змусити їх діяти в інтересах певних груп.

Фінансування виборчих кампаній. Фінансування є одним із найбільш потужних інструментів лобізму. Лобісти можуть надавати гроші на передвиборчі кампанії кандидатів, які мають на меті ухвалювати закони або політики, що відповідають інтересам лобістів. У більшості країн це є законним, але через високу суму фінансування може виникнути загроза підкупу чи конфлікту інтересів

Підготовка та подача аналітики. Лобісти також займаються наданням політикам важливої інформації або досліджень, що стосуються важливих соціальних чи економічних проблем. Це може включати дані про ефективність політики, оцінки наслідків для економіки або аналіз конкретних інтересів, що зумовлюють необхідність певних змін.

В Європейському Союзі лобізм довгий час залишався слабо контрольованим через складність політичної системи. Відсутність централізованої влади ускладнювала встановлення загальних правил. Лише у 2011 році було створено Єдиний реєстр лобістів, що передбачає добровільну реєстрацію організацій, які працюють із Єврокомісією і Європарламентом. Це стало важливим кроком до підвищення прозорості і відкритості процесів ухвалення рішень. Цей реєстр лобістів Єврокомісії станом на 2023 рік включав понад 11 тисяч зареєстрованих організацій, що робить його найбільшим у світі подібним майданчиком для публічного контролю.



В інших провідних економіках світу, таких як Німеччина, Франція, Японія, були впроваджені свої закони та кодекси поведінки, що регламентують діяльність лобістів і встановлюють етичні норми. Ці документи передбачають офіційний статус лобістів, вимоги до звітності, обмеження щодо конфлікту інтересів. Наприклад, в Німеччині, Закон про реєстрацію лобістів 2021 року запровадив обов'язкову офіційну реєстрацію, що сприяє підвищенню довіри суспільства до політичних процесів.

На сьогоднішній день можна зазначити, що лобістська діяльність вимагає високої кваліфікації: знання законодавства, політичної науки, комунікацій, стратегічного аналізу. Лобістами є часто експерти з юридичною освітою, політології, PR, економіки.

Вони працюють у спеціалізованих агентствах або як внутрішні радники великих компаній і галузевих об'єднань, а також можуть мати досвід державної служби, що дає можливість їм мати необхідні зв'язки для успішного впровадження подальшої діяльності у сфері лобізму. Використання наукових методів, маркетингових стратегій і комплексного аналізу дозволяє створювати цілісні кампанії впливу.

Моделі лобістської діяльності: США, ЄС, Канади

Лобістська діяльність є важливим інструментом впливу на політичні рішення у демократичних суспільствах. Проте специфіка організації та регулювання лобізму суттєво різниться в різних країнах. У цьому підрозділі детально розглянемо три найбільш розвинені та відомі моделі лобістської діяльності: американську, європейську (на прикладі Європейського Союзу) та канадську. Порівняння цих моделей дозволяє зрозуміти, як історичні, політичні, культурні та правові фактори формують підхід до лобізму у різних політичних системах.



Сполучені Штати Америки мають одну з найстаріших і найорганізованіших систем лобізму у світі, що зумовлено федеративною системою влади, сильною роллю законодавчої гілки, активним громадянським суспільством та значним впливом бізнесу. Лобізм у США став невід'ємною частиною політичного процесу ще з 19 століття, коли швидко розвивався капіталізм і індустріалізація. З тих часів великі корпорації, банки, профспілки та громадські організації почали систематично впливати на політику через організовані лобістські групи. Важливим кроком у розвитку амерссиканського лобізму стало ухвалення Федерального закону про реєстрацію лобістів у 1995 році. Цей закон встановив вимоги до обов'язкової реєстрації лобістів, звітування про їхню діяльність, джерела фінансування, а також прозорість у взаємодії з державними посадовцями. Надалі закон зазнав кілька поправок, зокрема у 2007 році, що посилює контроль над лобістською діяльністю



Вашингтонський Стандарт: Чому США?



Перша Поправка (1791)

Конституційно закріплене право звертатися до уряду з клопотаннями, що легалізує саму суть лобізму як форми волевиявлення.

Політичний Плюралізм

Теорія плюралізму тлумачить владу народу як конкуренцію груп інтересів. Всі громадяни є потенційними учасниками таких груп.

Двопартійна Система

Наявність двох доміних партій та незалежність конгресменів (готових голосувати проти лінії партії) спрощує розрахунок ризиків для лобістів.

Концентрація Капіталу

Величезні обсяги фінансування виборчих кампаній створюють постійну потребу політиків у співпраці з групами інтересів.

Від Тіні до Прозорості: Еволюція Регулювання

1791

Перша Поправка

Право на подання петицій.

1946

Федеральний закон про лобіювання

Перші вимоги щодо реєстрації лобістів у Конгресі та щоквартальної фінансової звітності.

2007

HLOGA

Закон про чесне лідерство. Створення відкритого онлайн-реєстру. Громадський доступ до баз даних фінансування.

1938

FARA

Реєстрація іноземних агентів (створено для протидії нацистській пропаганді).

1995

LDA

Поширення регулювання на виконавчу владу (Президента, міністерства, генералітет). Введено жорсткі штрафи (до \$200k).



В Сполучених Штатах існує відносно велика кількість зареєстрованих лобістів. За даними на 2024 рік, у США офіційно зареєстровано понад 12 000 лобістів, які працюють як у великих корпораціях, так і у неурядових організаціях. При цьому лобістські групи представлені у всіх сферах: енергетиці, фармацевтиці, фінансах, агробізнесі, екології, правах людини та підтримують тісні контакти з конгресменами, членами уряду, співпрацюють з політичними комітетами та виборчими кампаніями. Щодо методів здійснення лобістської діяльності, окрім традиційних зустрічей і публічних слухань, застосовують адвокаційні кампанії, PR-стратегії, фінансування політичних кампаній через політичні комітети, а також цифрові платформи



Опальний лобіст Джек Абрамофф визнав себе винним у шахрайстві у справі про Кripto



Джек Абрамофф уклав угоду про визнання провини за свою участь у передбачуваному шахрайстві AML Bitcoin ICO, яке звинуватили в обмані тисяч інвесторів у 2018 році.

У 2005 році Абрамофф опинився в центрі лобістського скандалу, де він стягував з клієнтів зайві мільйони та використовував кошти для незаконних політичних пожертвувань. Він визнав провину, відсидів майже чотири роки і був звільнений у 2010 році.

У червні 2017 року Абрамофф став керівником відділу маркетингу NAS Foundation у Лас-Вегасі, щоб оприлюднити початкову пропозицію монет AML Bitcoin (ICO).

Абрамофу ще належить винести вирок; йому загрожує до п'яти років ув'язнення і штраф у розмірі 250 тисяч доларів.

Андрюде висунули звинувачення минулого місяця за звинуваченнями у відмиванні грошей і шахрайстві; він сказав CoinDesk, що став жертвою корупції в уряді.

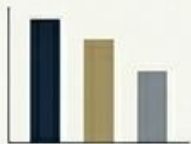
Іноземний Капітал у Вашингтоні (Foreign Lobby Watch)

\$2.3+ Мільярда

Витрати іноземних лобі у США з 2016 року.

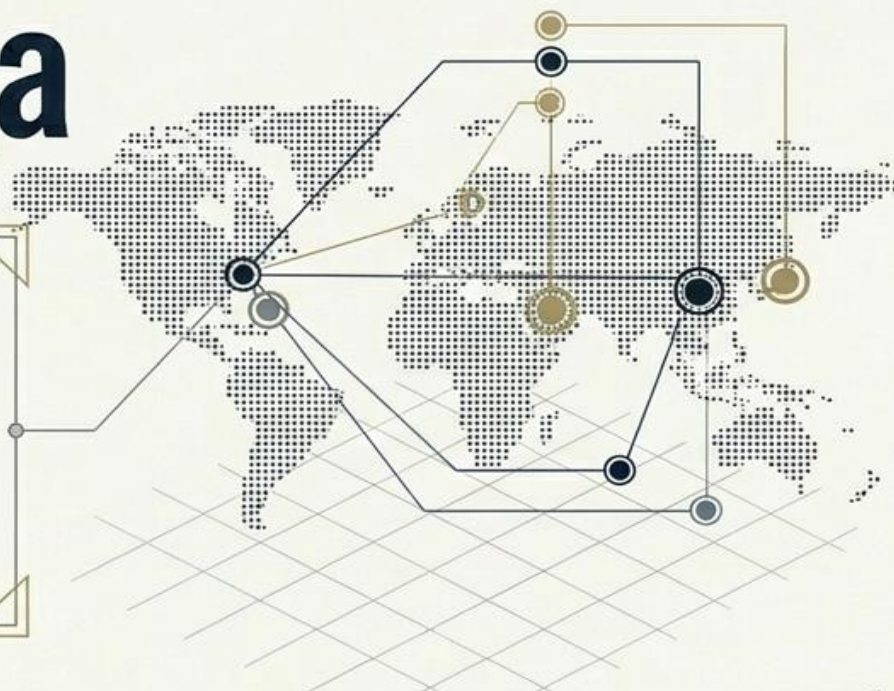
553

активні іноземні агенти у Вашингтоні.



Топ-країни за активністю:
Катар,
Японія,
Китай.

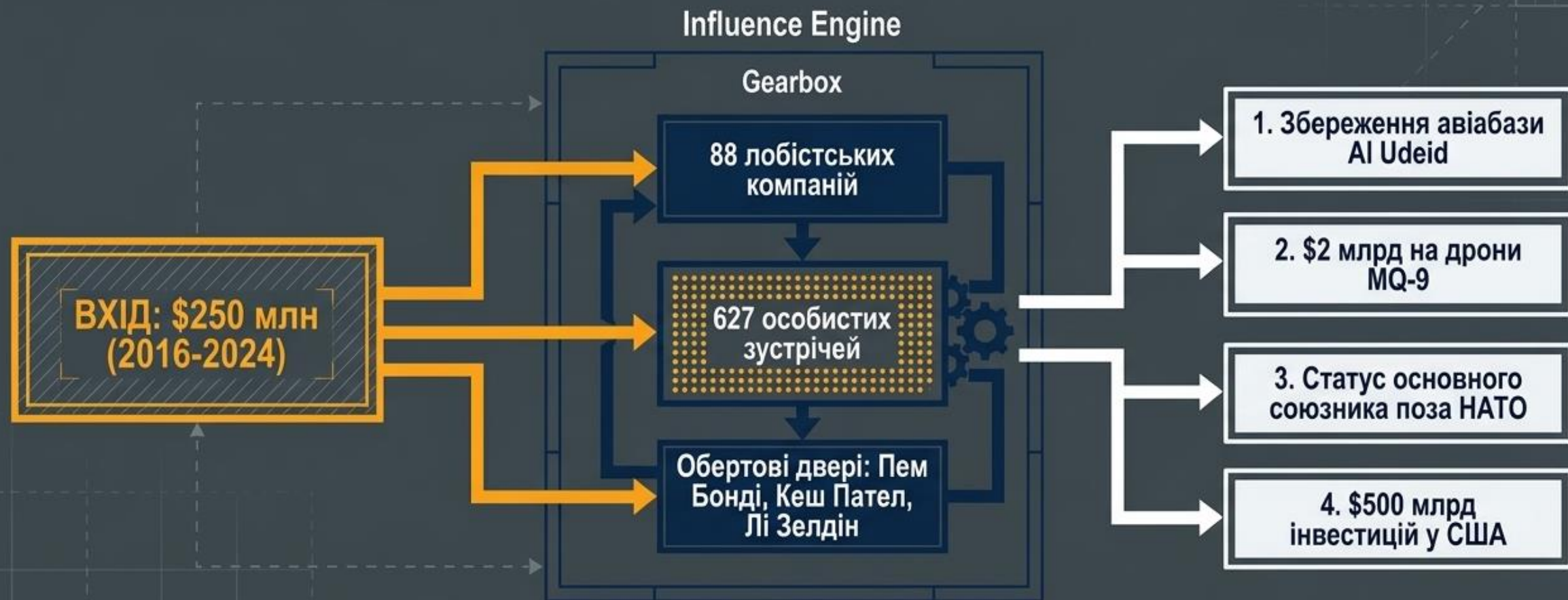
Найактивніші іноземні довірителі:
Barzan Holdings (Катар),
Уряд Японії,
Уряд Бермудських островів.



Центр відповідальної політики США забезпечує найвищий у світі рівень прозорості, аналізуючи звіти понад 135 держав, що мають своїх агентів впливу в Америці.



Майстер-клас глобального лобізму: Кейс Катару у США



Катар витратив \$250 млн після блокади 2017 року, залучивши 88 лобістських компаній. Результат: 627 особистих зустрічей з політиками (найвищий показник у світі) та трансформація з дипломатичного ізгоя на ключового медіатора та захищеного військового союзника США.

Модель лобізму Європейського Союзу базується на, можна сказати, унікальному політичному проекті із багаторівневою системою прийняття рішень, де ключову роль відіграють кілька інституцій: Європейська Комісія, Європейський Парламент, Рада ЄС, Європейський Суд та інші. Через складність структури влади, лобістська діяльність тут має свою специфіку.



Поява лобізму у ЄС відбувалася поступово, паралельно зі зростанням інституційної ваги і зони впливу блоку. У 2008 році Європейська Комісія запропонувала створити Єдиний реєстр лобістів (EU Transparency Register), який почав діяти з 2011 року. Він має на меті забезпечити добровільну прозорість і підзвітність лобістів, які прагнуть впливати на політику ЄС.



ЄС, на відміну від США мають і свої відмінності щодо регулювання діяльності пов'язаної з лобізмом. Наприклад, реєстрація лобістів у реєстрі є добровільною, але без неї доступ до ключових заходів і зустрічей значно обмежений.

Діяльність такої організації, як Greenpeace (Greenpeace International, n.d.), є прикладом громадської організації, що також бере активну участь у лобізмі. Вона фокусується на екологічній політиці, кліматичних змінах та захисті довкілля, застосовуючи як прямі зустрічі з депутатами, так і масові кампанії в соцмережах.



Як і Сполучених Штатах, Європейська модель лобізму також зіштовхується з проблемами недостатньої прозорості через добровільність реєстрації, а також з труднощами координації лобістських дій на багаторівневій політичній арені. Водночас вона має вищі етичні стандарти і більший вплив громадських ініціатив у порівнянні зі США.



У Бельгії, де знаходиться штаб-квартира Європейського Союзу, функціонує один із найбільш прогресивних механізмів регулювання лобізму. Європейський Реєстр прозорості став обов'язковим для лобістів, які мають надавати інформацію про свої контакти з посадовцями, бюджет діяльності та цілі зустрічей.



Німеччина запровадила обов'язковий реєстр лобістів, який охоплює представників бізнесу, асоціацій та навіть громадських організацій. Франція активно впроваджує механізми контролю за зустрічами представників приватних інтересів із державними службовцями, публікуючи детальні звіти



В Австрії Змішана комісія з етики вимагає від лобістів регулярної звітності про їхню діяльність, що дозволяє громадськості слідкувати за прозорістю процесів. Також варто відзначити Ірландію, де діє один із найжорсткіших законів про лобізм, який передбачає значні штрафи за порушення вимог реєстрації.

Європейський стандарт: Матриця прозорості



Феномен «Вузького визначення»:

У Польщі через вузьке визначення лобізму офіційно зареєстровано лише 19 осіб на 37 млн населення.

Для порівняння: Франція (6026) та Німеччина (3046) використовують широке визначення та обов'язкову реєстрацію, унеможливаючи легалізацію тіньових схем.

Канада федеративна держава із парламентською системою, де лобістська діяльність також є чітко регламентованою і має свої особливості. Основний нормативно-правовий акт, що прийнятий у 1989 році і регулярно оновлюваний. Він визначає вимоги до реєстрації лобістів, звітності та встановлює етичні стандарти.

Законодавство Канади відоме своєю суворістю щодо прозорості та контролю, особливо на федеральному рівні. Крім того, окремі провінції мають свої власні регламенти щодо лобізму, але кожен, хто веде лобістську діяльність на федеральному рівні, зобов'язаний реєструватися в офіційному реєстрі. В реєстрі зазначаються інтереси, з якими працює лобіст, а також інформація про клієнтів і фінансування.

Стосовно впровадження діяльності, встановлено чіткі норми поведінки, включно із заборонаю на конфлікт інтересів, хабарництво, використання службового становища.

Особливу увагу приділяють ролі НГО, профспілок і інших неприбуткових організацій у політичному процесі, а отже і залученості їх до процесів пов'язаних з лобіюванням (чи адвокатуванням) власних чи громадських інтересів



ЩО ЗМІНИТЬСЯ З НАБРАННЯМ ЧИННОСТІ ЗАКОНУ «ПРО ЛОБІЮВАННЯ»

3 1 вересня 2025 року

НАЦІОНАЛЬНЕ АГЕНТСТВО
З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ
КОРУПЦІЇ



вестиме Реєстр прозорості про
суб'єктів лобіювання та їх звітність



здійснюватиме моніторинг
дотримання вимог законодавства
з питань лобіювання

⚠️ Голова НАЗК В. Павлуцик анонсував запуск реєстру до 1 вересня

Суб'єктом лобіювання може бути



фізична особа, яка має повну
цивільну дієздатність



юридична особа приватного права,
зареєстрована за законодавством України



іноземна юридична особа, яка має на
території України своє представництво
відповідно до Закону України «Про
зовнішньоекономічну діяльність»

Здійснюватиме
лобіювання
в комерційних
інтересах
бенефіціара



на основі договору
з достовірною інформацією
про згоду бенефіціара



за винагороду та
або відшкодування

Подаватиме
до Реєстру
звіт за кожне
півріччя



за перше півріччя –
до 31 липня звітного року



за друге півріччя –
до 31 січня року,
наступного за звітним

У звіті, серед усього іншого, мають бути відомості про:



дату укладення,
строк дії та
ціну кожного
договору



суму коштів,
отриману
за кожним
договором



суму коштів,
витрачену за
кожною сферою
лобіювання

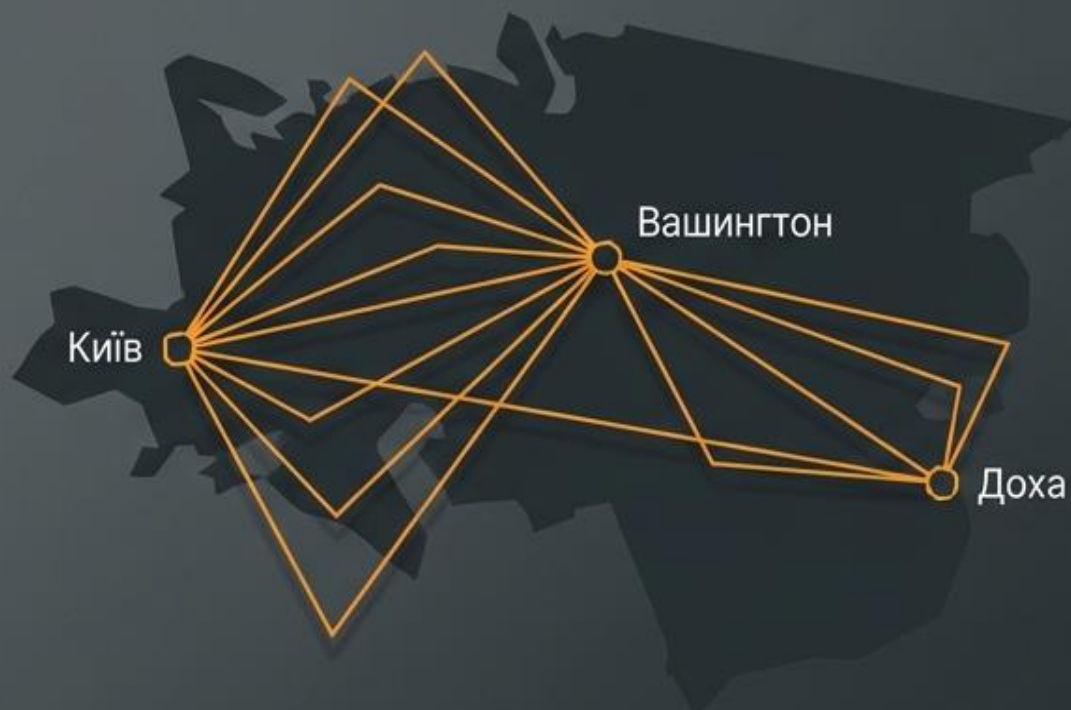
Верховна рада ухвалила закон «Про лобіювання» 23 лютого 2024 року. Його ухвалення було однією з додаткових вимог Єврокомісії для відкриття [переговорів про вступ України до ЄС](#). Президент Володимир Зеленський підписав закон 12 березня 2024 року. В документі сказано, що основні положення закону набудуть чинності не пізніше 1 вересня 2025 року.

Закон про лобіювання визначає:

- правові рамки лобістської діяльності в Україні;
- права та обов'язки суб'єктів;
- передбачає створення при НАЗК Реєстру прозорості;
- звітування тих, кого визначено як суб'єктів лобіювання;
- контроль за дотриманням ними правил лобіювання.

Таким чином, згідно з документом, з 1 вересня 2025 року Національне агентство з питань запобігання корупції вестиме Реєстр прозорості про суб'єктів лобіювання та їх звітність. Також НАЗК здійснюватиме моніторинг дотримання вимог законодавства з питань лобіювання.

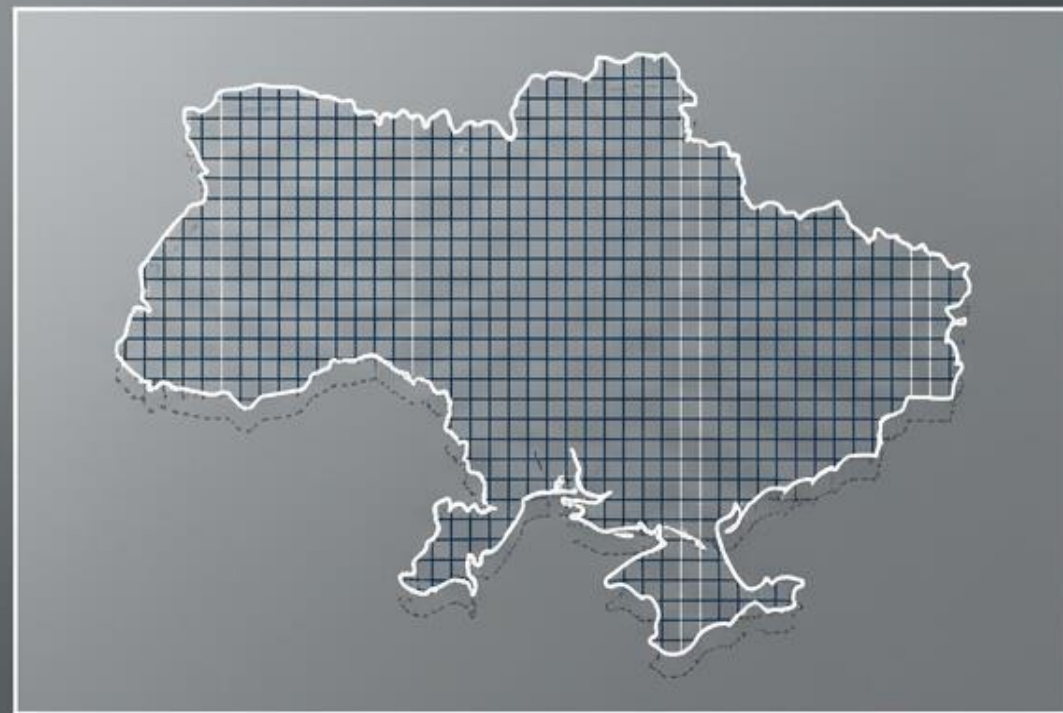
Два фронти інституційного впливу



Зовнішній фронт: Геополітичне виживання

Використання лобізму як зброї для забезпечення військової допомоги, альянсів та протидії агресору (США, ЄС).

Мета: Максимальна експансія впливу



Внутрішній фронт: Демократичний імунітет

Імплементация Закону «Про лобіювання» (з 1 вересня 2025 р.) для захисту державних інституцій від олігархічного та тіньового захоплення.

Мета: Максимальна прозорість

Асиметрія впливу: Україна vs Росія у Вашингтоні



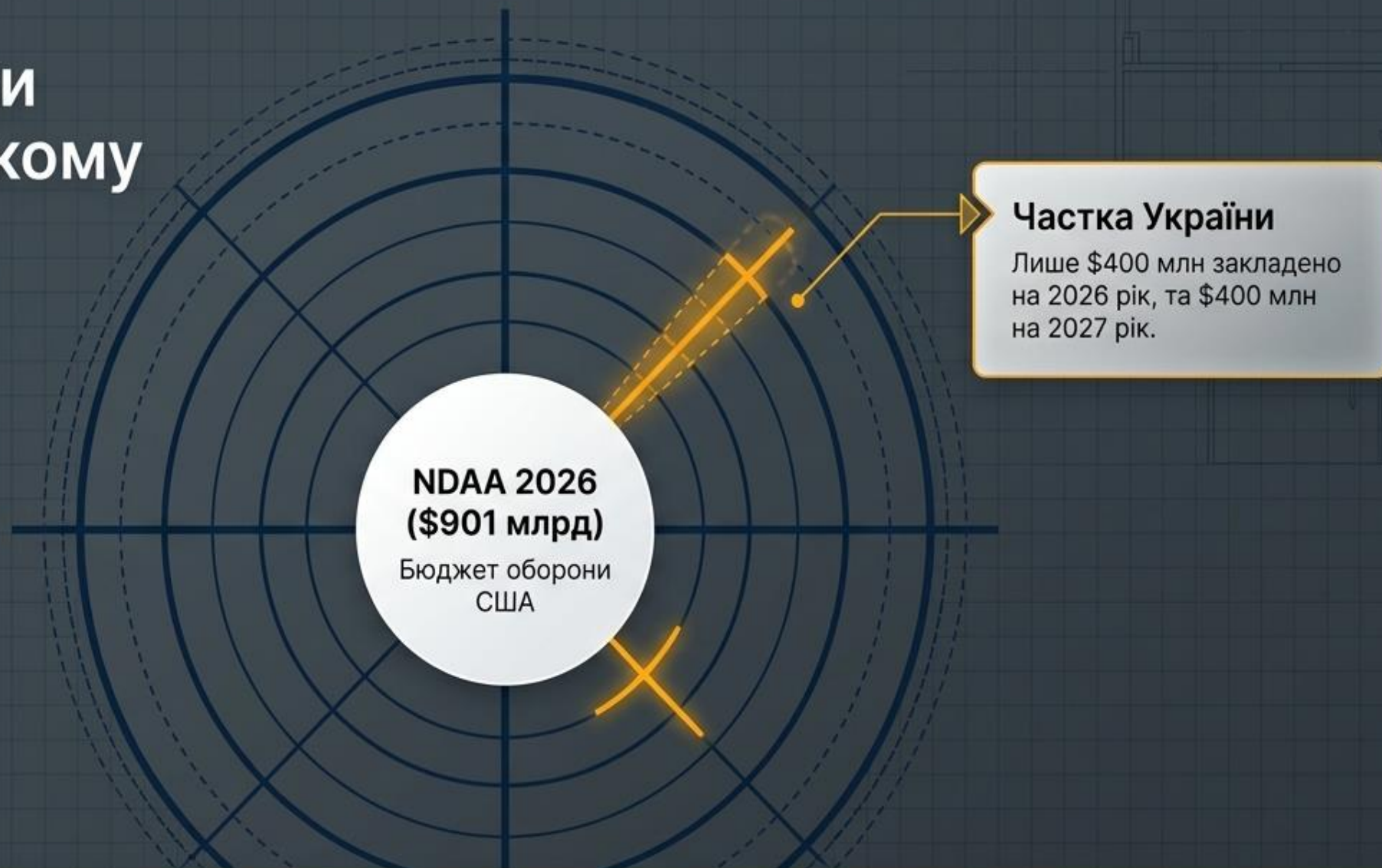
Південна Корея (для порівняння): \$70 млн

Незважаючи на скорочення фінансування у 18 разів,

російська лобістська машина в США досі витрачає у 7,4 раза більше, ніж Україна.

Це створює критичну загрозу у формуванні політичного порядку денного у Вашингтоні.

Ціна поразки на лобістському фронті



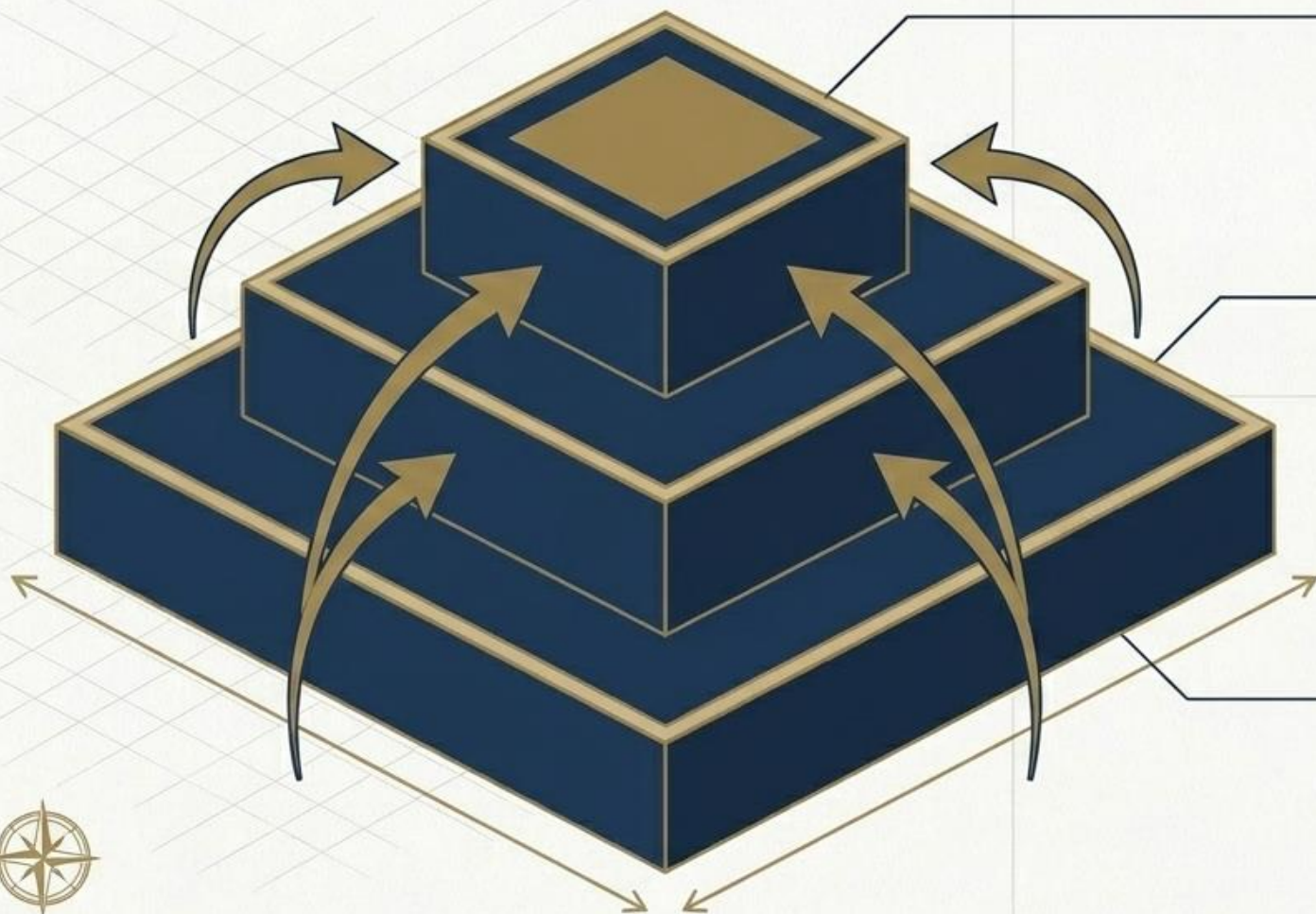
Лобізм не є опціональним для держав у стані війни. Американський оборонний бюджет (NDAА) фінансує лише ті ініціативи, які мають потужну політичну підтримку. Відсутність українських лобістів залишає ці \$800 млн (та потенційні майбутні пакети) вразливими до російських контркампаній.

Формула Глобального Лобізму



Глобалізація перетворила лобізм із локального явища на невід'ємний інструмент «м'якої сили», де транснаціональні актори формують світовий порядок денний.

Три Рівні Глобального Впливу



● **Універсальний рівень (ООН).**
Платформа для масштабних коаліцій, де ділові кола та НУО впливають на гуманітарні та екологічні рішення через спеціалізовані виконавчі органи.

● **Інституційно-груповий (G7, G20, НАТО).**
Платформа для вузькогалузевого та безпекового лобювання. Місце захисту корпоративних та транснаціональних інтересів.

● **Індивідуально-національний (США, ЄС та ad hoc коаліції).**
Найвпливовіший рівень, де національне законодавство впливає на глобальні ринки (наприклад, санкційна політика).



Типологія Глобальних Інтересів

Актор	Мета	Інструментарій
Корпоративний: ТНК (Google, Gazprom)	Максимізація прибутку, розподіл ринків, M&A-політика.	Європейський круглий стіл промисловців, галузеві асоціації.
Політичний/Іноземний: Держави та їх уряди	Формування сприятливого зовнішньополітичного курсу, безпекові гарантії.	Дипломатія, найм професійних PR-агентств (FARA).
Етнічний: Діаспори, національні меншини	Захист інтересів країни походження, лобювання санкцій чи допомоги.	Електоральна мобілізація, масові кампанії, створення коаліцій.
Громадянський: Міжнародні НУО (Greenpeace, Amnesty)	Зміна глобальних норм (екологія, права людини).	Моніторинг, публічний тиск, статус спостерігача в ЕКОСОП ООН.

Стратегічний Арсенал Лобіста

Інсайдерські Стратегії (Прямий Внутрішній Вплив)

Робота в тіні владних коридорів.

Механіка

Закриті переговори, надання експертної аналітики, офіційні слухання, персональні зустрічі.

Ресурс

Ексклюзивна інформація та дефіцитна експертиза для політиків.

Аутсайдерські Стратегії (Непрямий Зовнішній Вплив)

Мобілізація масового тиску.

Механіка

PR-кампанії у ЗМІ, петиції, організація публічних протестів (наприклад, кампанії щодо Brexit).

Ресурс

Суспільний резонанс, електоральна вага та репутаційні ризики для осіб, що приймають рішення.

3 Моделі Поведінки Іноземних Держав (за Б. Кімом)

Держава

```
graph TD; A((Держава)) --- B[Реакційна Модель]; A --- C[Ресурсна Модель]; A --- D[Нормативна Модель];
```

Реакційна Модель

Лобіювання як «гасіння пожеж». Країни реагують на зміни у Вашингтоні (нові мита, критика, поява опозиційних лобі).

Мета – змінити кут подачі інформації в Конгресі та ЗМІ.

Ресурсна Модель

Превентивна робота. Використовується багатьма країнами (G7, НАТО). Постійна присутність найманих лобістів, довгострокові стратегії, робота відразу з багатьма комітетами Конгресу.

Нормативна Модель

Проекція внутрішньої культури. Плюралістичні країни тяжіють до широкої роботи з Конгресом та ЗМІ, тоді як централізовані держави концентрують зусилля виключно на впливі на органи виконавчої влади.

Етнічний Лобізм: Діаспора як Геополітичний Проксі

Громадяни США виступають потужним мостом для просування інтересів їхніх історичних батьківщин, маючи електоральну вагу всередині Америки.



Ізраїльське лобі: AIPAC

Американсько-Ізраїльський комітет громадських зв'язків. Найпотужніше етнічне лобі, що з 1950-х років успішно закріплює фінансову та безпекову підтримку Ізраїлю як базову цінність політики США.

Польський безпековий лобізм

Використання професійних агентств (BGR, Park Strategies) паралельно з діаспорою для поглиблення військово-технічного співробітництва та розбудови інфраструктури НАТО в Польщі.

Українська діаспора

Коаліція з 250 організацій («Українська Федерація Америки»), яка у 2006 році успішно пролобіювала скасування дискримінаційної поправки Джексона-Веніка.

Проекція Сили: Як США Лобіюють Свої Інтереси у Світі

Корпоративний Дипломат: Торгова палата США (AmCham)

Найбільша некомерційна лобістська мережа світу (понад 90 країн). Просуває американський бізнес, формує законодавство та заохочує інновації за кордоном.

Державні Інвестиції: USAID та «Power Africa»

Гуманітарні та інфраструктурні проекти. Створюють робочі місця у США через експорт технологій, відкривають нові ринки для американських ТНК та протидіють впливу Китаю та РФ.

Культурний Бренд: America House & EducationUSA

Мережі «м'якої сили». Інституціоналізована культурна дипломатія, що формує позитивний імідж США і створює спрєхрює сприятливе середовище для просування інтересів (національний брендинг).



Корпоративні Гіганти як Геополітичні Актори

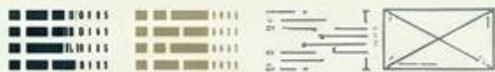
Транснаціональні корпорації (ТНК) часто перевершують національні держави за рівнем фінансових ресурсів та впливу, виступаючи самостійними акторами на міжнародній арені.



Суверенна
Держава

Американські техногіганти у ЄС

За даними LobbyFacts (2020), рейтинг найбільших корпоративних лобістів у Брюсселі очолюють Google та Microsoft (255 та 148 офіційних зустрічей з високопосадовцями ЄС відповідно).



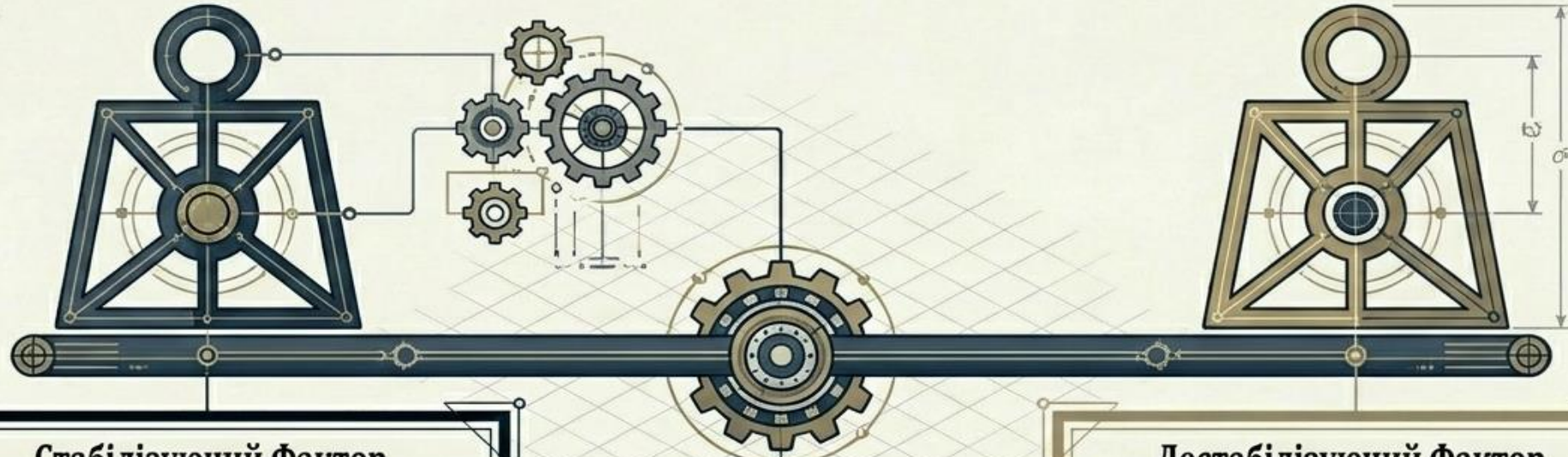
Техногігант



Механізм прихованого впливу

Американські лобісти присутні у кожній сфері політики ЄС. Завдяки недосконалим механізмам регулювання в Європі (порівняно з LDA в США), ТНК можуть маскуватися під європейські асоціації для зміни регуляторних норм на свою користь.

Дихотомія Впливу: Стабілізація чи Тіньова Маніпуляція?



Стабілізуючий Фактор (Інтереси Миру)

- Зменшення міжнародної напруженості через економічну інтеграцію.
- Забезпечення зворотного зв'язку між суспільством, бізнесом та урядами.
- Групи інтересів миру (паливно-енергетичні, машинобудівні компанії) блокують ескалацію конфліктів задля збереження ринків.

Дестабілізуючий Фактор (Інтереси Війни)

- Ризик «тіньового» лобізму, що діє всупереч національним інтересам заради корпоративного надприбутку.
- Групи інтересів війни (ВПК, ППК, ЗМІ) здатні провокувати мілітаризацію, отримуючи мільярдні контракти через розпалювання конфліктів.
- Створення монополій та спотворення вільного ринку.

Майбутнє Глобальної Прозорості (Стандарти ОЕСР)

Лобізм неможливо заборонити – він є природним супутником демократії та глобалізованої економіки. Наступний етап міжнародних відносин вимагає інституціоналізації цих процесів на базі 10 принципів ОЕСР (2013).

