

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-4-112-127

# «Лоббирование интересов» как бизнес-практика

О. В. Осипенко<sup>1\*</sup>, А. И. Коваленко<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Университет «Синергия», Москва, Россия

\* Rincon-msk@yandex.ru

**Аннотация.** В данной работе проводится комплексное исследование концепции лоббирования интересов, охватывающее как теоретические аспекты, так и практическое применение этого термина в российской судебной системе. Исследование состоит из двух основных этапов: всестороннего обзора научной литературы по теме лоббирования и детального анализа судебных решений различных инстанций Российской Федерации, в которых фигурирует термин «лоббирование». Основная цель исследования заключается в выявлении и сопоставлении трактовок понятия «лоббирование» в научном дискурсе и судебной практике. Авторы стремятся определить, существуют ли расхождения между теоретическими концепциями и практическим применением данного термина в правовой сфере. Обзор научной литературы демонстрирует двойственность в понимании лоббирования. С одной стороны, выделяется позитивная трактовка, характеризующая лоббирование как открытый, законный и информативный процесс. С другой стороны, существует негативная интерпретация, ассоциирующая лоббирование с теневыми, коррумпированными и противозаконными практиками. Анализ судебных решений выявил примечательную тенденцию: в российской судебной практике термин «лоббирование» используется исключительно в негативном контексте. Это указывает на существенный разрыв между научным пониманием лоббирования и его восприятием в правовой системе. Особый интерес представляет обнаруженное авторами расширение понятия лоббирования в некоторых судебных решениях. В ряде случаев термин применяется не только к воздействию на органы государственной власти, но и к попыткам влияния на решения коммерческих структур. Это наблюдение открывает новые перспективы для исследования эволюции концепции лоббирования как бизнес-практики в российском правовом поле. Данное исследование вносит значительный вклад в понимание сложности и многогранности концепции лоббирования, подчеркивая необходимость дальнейшего изучения расхождений между теоретическими подходами и практическим применением этого понятия в правовой сфере. Результаты работы могут послужить основой для совершенствования законодательства в области регулирования лоббистской деятельности и повышения прозрачности процессов принятия решений как в государственном, так и в коммерческом секторах.

**Ключевые слов:** корпоративное управление, бизнес-практика, интересы корпораций, лоббирование, Government Relations, коррупция, судебное решение

**Для цитирования:** Осипенко О. В., Коваленко А. И. «Лоббирование интересов» как бизнес-практика // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 4. С. 112–127. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-4-112-127

# “Lobbying of Interests” as a Business Practice

O. Osipenko<sup>1\*</sup>, A. Kovalenko<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Synergy University, Moscow, Russia

\* Rincon-msk@yandex.ru

**Abstract.** This paper provides a comprehensive study of the concept of lobbying of interests, covering both theoretical aspects and practical application of this term in the Russian judicial system. The study consists of two main stages: a comprehensive review of scientific literature on the topic of lobbying and a detailed analysis of court decisions of various instances of the Russian Federation, in which the term “lobbying” appears. The main goal of the study is to identify and compare interpretations of the concept of “lobbying” in scientific discourse and judicial practice. The authors seek to determine whether there are discrepancies between theoretical concepts and practical application of this term in the legal sphere. The review of scientific literature demonstrates duality in the understanding of lobbying. On the one hand, there is a positive interpretation, characterizing lobbying as an open, legal and informative process. On the other hand, there is a negative interpretation, associating lobbying with shadow, corrupt and illegal practices. The analysis of court decisions revealed a notable trend: in Russian judicial practice, the term “lobbying” is used exclusively in a negative context. This indicates a significant gap between the scientific understanding of lobbying and its perception in the legal system. Of particular interest is the expansion of the concept of lobbying in some court decisions discovered by the authors. In some cases, the term is applied not only to influencing government bodies, but also to attempts to influence decisions of commercial entities. This observation opens up new prospects for studying the evolution of the concept of lobbying as a business practice in the Russian legal field. This study makes a significant contribution to understanding the complexity and versatility of the concept of lobbying, emphasizing the need for further study of the discrepancies between theoretical approaches and the practical application of this concept in the legal sphere. The results of the work can serve as a basis for improving legislation in the field of regulating lobbying activities and increasing the transparency of decision-making processes in both the public and commercial sectors.

**Keywords:** corporate governance, business practice, corporate interests, lobbying, Government Relations, corruption, court decision

**For citation:** Osipenko O., Kovalenko A. “Lobbying of Interests” as a Business Practice. *Sovremennaya konkurentsya*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.4, pp.112-127 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-4-112-127

## Введение

**А**нализ отечественной административной, судебной и корпоративно-управленческой практики последних лет обнаруживает внушительный и при этом всё более возрастающий интерес ее компетентных субъектов к феномену лоббирования достижения различных бизнес-целей, про-

стирающийся далеко за пределы «традиционного» восприятие феномена лоббизма как класса операционных и информационных технологий осуществления реального политического процесса, преимущественно зарубежного, в сегменте целевого влияния (влияния) определенных социальных групп, в том числе предпринимательских, на нормотворчество.

Обращает на себя внимание тот факт, что авторы доступных для изучения официальных текстов, содержащих ссылки на конкретные примеры «лоббизма интересов» (судебные и административные акты, программные документы, источники рекомендательного характера и т. п.), избегают сколько-нибудь внятных определений данного института, по-видимому, ограничиваясь неявным апеллированием к «интуитивным» представлениям о нем соответствующих читателей. Вряд ли такое положение дел можно признать логичным. В этой связи в актуальной исследовательской повестке, как представляется, возникают и настоятельно требуют конструктивного реагирования взаимосвязанные поисковые позиции относительно выяснения существа данного феномена, в частности его более или менее строгого определения (в том числе выяснения критериев – «квалифицирующих признаков»), сравнения с априори содержательно близкими явлениями и соответствующими им понятиями, а также попытка теоретического и прикладного структурирования цикла тематически релевантных кейсов.

## Обзор литературы

Чтобы систематизировать результаты, полученные в результате анализа судебной практики использования термина «лоббирование», был проведен обзор научной периодики по концепции лоббирования.

Лоббирование как феномен политической и экономической жизни общества имеет длительную историю, однако его научное осмысление началось относительно недавно.

Истоки концепции лоббирования можно проследить еще в работах классиков политической мысли. Например, Алексис де Токвиль в своем труде «Демократия в Америке» (1835) одним из первых обратил внимание на роль групп интересов в политиче-

ском процессе США [1]. Однако систематическое изучение лоббирования как отдельного феномена началось лишь в XX веке.

В 1908 году Артур Бентли в своей работе предложил теорию групп интересов, которая стала одним из фундаментальных подходов к изучению лоббирования [2].

Одним из первых исследователей лоббирования был американский политолог Эрнест Гриффин (Ernest Griffith), который в 1939 году опубликовал работу *Impasse of Democracy: A Study of the Modern Government in Action* («Тупик демократии: исследование современного правительства в действии»), где рассматривал лоббирование как форму влияния на принятие решений, которая может быть как законной, так и незаконной [3].

В 1950-х годах лоббирование стало предметом более широкого внимания со стороны политологов и социологов. Значительный вклад в развитие концепции лоббирования внес Дэвид Трумэн, опубликовавший в 1951 году монографию «Управленческий процесс: политические интересы и общественное давление» [4]. Трумэн развил идеи Бентли и предложил рассматривать лоббирование как естественный процесс взаимодействия между группами интересов и органами власти.

В 1960-х годах лоббирование стало более широко признанным как законная форма влияния на принятие решений. В своей книге «Логика коллективных действий» (1965) Олсон предложил экономический подход к анализу групп интересов и лоббирования, введя понятие «избирательные стимулы» для объяснения механизмов формирования и функционирования лоббистских групп [5].

В 1971 году американский социолог Эверетт Хьюз в сборнике избранных работ опубликовал статью *The Study of Occupations* («Изучение профессий»), в которой рассматривал лоббирование как одну из форм профессиональной деятельности [6].

В 1970–1980-е годы происходит институционализация исследований лоббирования. Важную роль в этом процессе сыграли работы Джека Уокера, в частности его статья «Происхождение и поддержание групп интересов в Америке» (1983) [7]. Уокер предложил типологию групп интересов и проанализировал факторы, влияющие на их возникновение и развитие.

В 1990-е годы наблюдается расширение географии исследований лоббирования. Если ранее большинство работ фокусировалось на американском опыте, то теперь появляются исследования лоббистской деятельности в Европе и других регионах. Значительный вклад в это направление внесли работы Джастина Гринвуда, в частности его монография «Представительство интересов в Европейском Союзе» [8].

В начале XXI века происходит дальнейшая диверсификация исследований лоббирования. Появляются работы, посвященные новым формам лоббистской деятельности, таким как Grassroots Lobbying и цифровой лоббизм. Важной вехой в этом направлении стала работа Эдварда Уокера [9].

В российской науке систематическое изучение лоббизма началось в 1990-е годы. Одной из первых фундаментальных работ на эту тему стала монография С. П. Перегудова, И. С. Семеновки и В. И. Лапиной «Группы интересов и российское государство» [10]. Авторы проанализировали эволюцию взаимоотношений между группами интересов и государством в постсоветской России, уделив особое внимание проблемам регулирования лоббистской деятельности.

А. П. Любимов в работе «История лоббизма в России» проследил эволюцию лоббистских практик в России с древнейших времен до начала XXI века [11].

Значительный вклад в развитие теории лоббизма в России внесла монография П. А. Толстых «GR. Практикум по лоббизму в России» [12]. Автор предложил комплексный подход к анализу лоббистской

деятельности, рассматривая ее как часть более широкого феномена Government Relations (GR).

Таким образом, концепция лоббирования прошла длительный путь развития от первых упоминаний в работах классиков политической мысли до современных комплексных исследований. На каждом этапе этого развития происходило углубление понимания сущности лоббистских отношений, расширение географии исследований и совершенствование методологического инструментария.

Современное понимание сущности и содержания лоббистских отношений базируется на междисциплинарном подходе, сочетающем элементы политологии, социологии, экономики и юриспруденции. Рассмотрим ключевые аспекты этого понимания, опираясь на работы ведущих исследователей последних лет.

В научной литературе существует множество определений лоббирования, отражающих различные аспекты этого феномена.

Лоббирование можно определить как влияние групп интересов, организаций или отдельных лиц на решения международных организаций, органов государственной власти и местного самоуправления с целью продвижения своих частных интересов или частных интересов своих клиентов. Лоббирование характеризуют целенаправленность действий, разнообразие субъектов лоббистской деятельности и многообразие методов.

В современной литературе выделяют несколько основных типов субъектов лоббистских отношений. Андреас Дюр и Дирк де Бифре в своей работе The Question of Interest Group Influence [13] предлагают следующую классификацию:

- отраслевые ассоциации;
- профессиональные союзы;
- группы гражданского общества;
- профессиональные лоббистские фирмы.

Авторы отмечают, что каждый тип субъектов имеет свои особенности в методах и стратегиях лоббирования, что необходимо учитывать при анализе лоббистских отношений.

Современные исследования выделяют широкий спектр методов и стратегий лоббирования. В своей работе Хейке Клювер [14] предлагает следующую классификацию:

1. Прямое лоббирование (личные встречи, письменные обращения).
2. Непрямое лоббирование (через СМИ, мобилизация общественного мнения).
3. Коалиционное лоббирование (создание временных альянсов).
4. Информационное лоббирование (предоставление экспертных данных).
5. Финансовое лоббирование (политические пожертвования).

Современные исследования подчеркивают важность учета институционального контекста при анализе лоббистских отношений. В своей работе Даниэль Наурин [15] анализирует, как формальные и неформальные институты влияют на практику лоббирования.

Автор выделяет следующие ключевые институциональные факторы:

1. Законодательное регулирование лоббистской деятельности.
2. Система принятия политических решений.
3. Культура взаимодействия между государством и группами интересов.
4. Степень открытости политической системы.

Д. Наурин подчеркивает, что эти факторы могут существенно различаться в разных политических системах, что необходимо учитывать при сравнительных исследованиях лоббирования [15].

Вопрос об эффективности лоббистской деятельности остается одним из наиболее дискуссионных в современной литературе. В своей работе Эми Маккей предлагает многофакторную модель оцен-

ки эффективности лоббирования, учитывающую:

- характеристики самой группы интересов (ресурсы, стратегии);
- особенности политического вопроса (сложность, публичность);
- институциональный контекст;
- конкуренцию со стороны других групп интересов.

Э. Маккей подчеркивает, что эффективность лоббирования не следует рассматривать как простую линейную функцию от затраченных ресурсов, а необходимо учитывать сложное взаимодействие различных факторов [16].

Важным аспектом понимания сущности лоббистских отношений является их разграничение с различными формами злоупотреблений и нарушений. В современной литературе этому вопросу уделяется значительное внимание.

Одним из ключевых вопросов является разграничение легитимного лоббирования и коррупции. В своей работе Наим Кампос и Франческо Джованнони предлагают следующие критерии разграничения:

1. Прозрачность: легитимное лоббирование предполагает открытость действий, в то время как коррупция всегда скрыта.
2. Характер выгоды: при лоббировании выгода носит коллективный характер (для группы или отрасли), при коррупции – индивидуальный.
3. Легальность методов: лоббирование использует законные методы влияния, коррупция – незаконные.
4. Предмет влияния: лоббирование направлено на изменение политики, коррупция – на нарушение существующих правил.

Авторы подчеркивают, что на практике грань между лоббированием и коррупцией может быть размытой, что создает необходимость четкого законодательного регулирования лоббистской деятельности [17].

Особое внимание в современной литературе уделяется проблеме «вращающихся дверей» – практике перехода бывших государственных служащих в частный сектор на должности лоббистов. В своей работе Т. ЛаПира и Г. Томас анализируют потенциальные риски этого явления:

1. Использование инсайдерской информации.
2. Злоупотребление личными связями.
3. Конфликт интересов.
4. Искажение стимулов для действующих чиновников.

Авторы предлагают ряд мер по регулированию этой практики, включая «периоды охлаждения» и ограничения на определенные виды деятельности для бывших чиновников [18].

Одной из форм злоупотребления в сфере лоббистских отношений является так называемый захват регулятора – ситуация, когда регулирующий орган начинает действовать в интересах регулируемой отрасли, а не в общественных интересах. В своей работе Эрнесто Даль Бо [19] выделяет следующие признаки этого явления:

- систематическое принятие решений в пользу определенных групп интересов;
- игнорирование научных данных и экспертных мнений;
- ограничение доступа к процессу принятия решений для других заинтересованных сторон;
- ротация кадров между регулирующим органом и регулируемой отраслью.

Даль Бо подчеркивает важность институциональных механизмов предотвращения «захвата регулятора», включая прозрачность процесса принятия решений и независимый аудит деятельности регулирующих органов.

В последние годы растет внимание исследователей к проблеме теневого лоббирования – лоббистской деятельности, осуществляемой в обход существующих правил регистрации и отчетности. В своей ра-

боте И. Слобжан и соавторы выделяют следующие формы теневого лоббирования:

1. Использование мозговых центров и аналитических организаций для продвижения определенных идей.
2. Создание фиктивных grassroots-движений.
3. Использование социальных медиа для формирования общественного мнения.
4. Неформальные контакты, не подпадающие под определение лоббирования.

Авторы подчеркивают необходимость совершенствования законодательства для охвата новых форм лоббистской деятельности [20].

Лоббирование – это сложный и многогранный процесс, который может иметь различные формы и проявления. Отличительные признаки лоббирования от злоупотребления и других нарушений заключаются в его законности, открытости и прозрачности.

Лоббирование может быть эффективным инструментом влияния на принятие решений, но оно также требует строгого регулирования и контроля.

Отличительные признаки лоббирования от злоупотребления и других нарушений заключаются в следующем:

1. Лоббирование – это законная форма влияния на принятие решений, в то время как злоупотребление и другие нарушения – это незаконные формы влияния.
2. Лоббирование предполагает открытую и прозрачную деятельность, в то время как злоупотребление и другие нарушения часто предполагают тайную и непрозрачную деятельность.

3. Лоббирование направлено на защиту интересов определенной группы или отдельного лица, в то время как злоупотребление и другие нарушения направлены на получение личной выгоды или нанесение вреда другим.

Проблематично будет доказывание того, что лоббирование причиняет конкурентам ущерб или вред. Более того, если

предположить легализацию услуг лоббирования и обеспечение равного доступа к услугам лоббистов для всех конкурирующих корпораций, тогда можно говорить о том, что лоббирование вообще искажает конкурентный механизм, не снижает интенсивность конкуренции.

Злой умысел и недобрая совесть в лоббировании могут проявляться как частные элементы в том случае, когда корпорация знает, что ее цели противоречат целям общественности, а результаты ее деятельности могут привести к ущербу и убыткам для неограниченного круга третьих лиц; что могут возникнуть серьезные отрицательные внешние эффекты, которые на себя возьмет общество.

Сам факт коррумпирования, коррупции, обращения за лоббированием также может приводить к негативным последствиям. Если мы считаем, что само обращение к лоббисту за услугой противоречит политическому механизму управления и принятия решений на благо общества. Если предположить, что лоббирование противоречит обеспечению наибольшего общественного благосостояния и блага общества, тогда лоббирование не является вредоносной деятельностью.

Но в самом лоббировании злое намерение не обязательно. Попытка обратить на свои интересы внимание государственных органов, донести до государственных органов свои нужды и проблемы является справедливым и осмысленным корпоративным управленческим конкурентным действием. Если государственные органы принимают решение исходя из интересов конкретной организации, такая попытка сама по себе не является негативным, отрицательным, коррумпированным нарушением с вредом и ущербом для общественного благосостояния. Лоббирование является таковым только в том случае, когда при удовлетворении и при учете интересов одних корпораций намеренно игнорируются интересы других субъектов.

В действительности лоббирование может привести скорее не к недобросовестной конкуренции, а к ограничению конкуренции на рынке, то есть к монополистической деятельности (злоупотреблению доминированием) хозяйствующего субъекта.

Лоббирование не ограничивается только одной страной или регионом, оно имеет международное измерение, которое требует особого внимания. Разные страны имеют свои подходы к регулированию лоббистской деятельности, что создает разнообразие в практике и восприятии лоббирования.

В Европе подход к лоббированию варьируется от страны к стране. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) разработала для стран-членов Рекомендации по внедрению принципов открытости и целостности при лоббировании [21]. Однако многие страны всё еще сталкиваются с проблемами недостаточной прозрачности и контроля.

Итак, *лоббирование бывает двух видов: законное – открытое, информирующее и коррупционное – теневое, тайное.*

## **Эмпирика. Ориентиры судебной практики**

### **Анализ текстов судебных решений**

Термин «лоббирование» был найден в 16 судебных решениях разных инстанций по следующим делам:

- № 01-0243/2022,
- № 01-0359/2023,
- № 10-22571/2022,
- № 01-0303/2020,
- № 10-19311/2019,
- № 1-0202/2018,
- № А56-60038/2021,
- № 2-2081/2019,
- № 12-723/2019,
- № 2а-1191/2018,
- № 2-1588/18,
- № А03-12356/2020,
- № А75-6129/2016,

- № А76-20403/2013,
- № А79-8785/2015,
- № А45-32217/2018.

Анализ текстов судебных решений позволяет сделать вывод, что термин «лоббирование» используется только во втором смысле. Более того, лоббированием называется воздействие на решение не только органов власти, но и корпораций. Далее по тексту статьи термин «лоббирование» используется именно в смысле теневого, коррупционного лоббирования.

Предпринята попытка обобщить содержание термина «лоббирование» в судебных решениях.

### **Обвинительные приговоры**

Судебная практика по данной категории дел, в «субъектно-сценарном» плане представленная либо мнением стороны спора (описанным в судебном акте), с которым арбитражный суд соглашается или нет, либо собственно выводами суда, трактует лоббирование бенефициарами исследуемой схемы корпоративно-управленческих интересов как торпедирование ожидаемого от добросовестных участников процесса руководства компанией баланса их интересов, и чаще всего именно как род злоупотребления правом (правами), в том числе правами процессуальными.

### **Опорная дефиниция**

Лоббирование интересов как бизнес-практика представляет собой планомерные, содержащие прямой умысел и опирающиеся на избранный алгоритм организационной кооперации действия физических и юридических лиц, а именно: (1) бенефициара, (2) агента (собственно лоббиста) и (3) целевого субъекта (лица, принимающего искомое решение или непосредственно связанного с ним), прямо или косвенно направленные на достижение бенефициаром определенного предпринимательского эффекта (результата), в том числе в форме извлечения

дохода как такового, победы в состязательных процедурах, создания иных преференций на рынках товаров, работ, услуг и капитала (в том числе на их региональных уровнях), обретения значимой кадровой позиции, ценового или временного выигрыша, создания управленческих приоритетов для одного из инвесторов или членов органов управления компании при симметричном подавлении прав и законных интересов других посредством обхождения принятого порядка реализации такой цели порядка – порядка, предусмотренного законом, иными легальными институциональными источниками или являющегося подсистемой сложившихся деловых либо управленческих обычаев (традиций).

### **Совокупность основных рефренов**

- Лоббирование интересов как бизнес-практика – это, как правило, частный случай (форма, способ, механизм) *злоупотребления правом* (полномочиями, компетенцией, функционалом, статусом) и/или институционально деформированный *способ реализации* бизнес-интереса (интересов). Мера (злоупотребления, деформирования) варьирует от ничтожной (не имеющей правового, социального экономического значения) до значительной (кардинально «взламывающей») институты добросовестности и разумности.

Напомним, ст. 10 ГК РФ установлено следующее: «Не допускаются осуществление гражданских прав исключительно с намерением причинить вред другому лицу, действия в обход закона с противоправной целью, а также иное заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав (злоупотребление правом). Не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке».

- Лоббирование интересов как бизнес-практика – это, как правило, частный случай *недобросовестной конкуренции*.

Глава 2.1 Федерального закона «О защите конкуренции» содержит прямые запреты на мобилизацию форм конкуренции:

- путем дискредитации, введения в заблуждение и некорректного сравнения;
- связанных с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг;
- связанных с использованием результатов интеллектуальной деятельности;
- связанных с созданием смешения;
- связанных с незаконным получением, использованием, разглашением информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну.

Вместе с тем ст. 14.8 указанного закона устанавливает запрет на *иные формы* недобросовестной конкуренции («не допускаются иные формы недобросовестной конкуренции наряду с предусмотренными статьями 14.1–14.7 настоящего Федерального закона»).

- Лоббирование интересов как бизнес-практика – это, как правило, социально *токсичная форма коммуникаций* в предпринимательском сообществе.

Практика делового общения поддерживает негласное правило (обычай), согласно которому переговоры заинтересованных лиц (сам их факт и содержание) не афишируются по мотивам защиты соответствующей информации от конкурентов, а равно сотрудников корпораций, в функционал которых не входит соответствующая тематика. Правило имеет исключения, которые носят сугубо «точечный» характер и тем самым подтверждают значимость тренда.

Очевидно, что мотив латентности (скрытности, келейности, завуалированности) «бизнес-лоббирования» в доминирующем

большинстве известных практике, в том числе судебной, иной. Участники переговорного процесса не могут не отдавать себе отчета в том, что их действия как минимум неприемлемы с позиций деловой этики, как максимум – незаконны или даже явно незаконны и одновременно в субъективном плане исходят из того, что целевой вектор эксплуатируемой ими лоббистской схемы перевешивает юридические и репутационные риски. Столь же несомненно и то, что лоббирование интересов как бизнес-практика – явление тематического поля многоаспектного феномена неформальной («теневой») экономики.

- Лоббирование интересов как бизнес-практика, будучи осуществляемой (реализованной попыткой получить искомый результат), содержит признаки скрытой и при этом, как правило, априори *незаконной сделки* между основными субъектами лоббистской схемы.

Как известно, ст. 153 ГК РФ определяет сделку как «действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей». Келейные договоренности бенефициара, агента и decision-maker – сделка в устной форме, эксплуатирующая не столько институт «джентльменских договоренностей», сколько приращение отечественному бизнесу рефлексии субкультуры приоритета негласных правил игры и дискредитации формальных установлений.

- Лоббирование интересов как бизнес-практика – частное проявление института, описанного в официальных правовых источниках некоторых западноевропейских стран (Австрия, Испания, Франция), обычно именуемого «*торговля влиянием*». В данном случае имеется в виду широкий контекст упомянутого института: «благоприятное решение» не только «от государственного органа или администрации», а любого другого лица, принимающего решение, в ко-

тором заинтересован бенефициар лоббистской схемы.

**Промежуточный вывод. Универсальные («императивные») критерии («квалифицирующие признаки») феномена «лоббирование интересов как бизнес-практика»:**

- *латентный характер.* Уточним: фиксация аналитиками неких «демонстративных действий» лоббиста и иные варианты его «публичного повеления» не являются основаниями для провозглашения гипотезы «открытого лоббизма»;

- *процесс* взаимодействия «заинтересованных лиц», ориентированный на результат, который, впрочем, не обязательно достигается (субъекты «предпринимают попытку»);

- четкое *целеполагание* («имея умысел на ...»);

- явная *альтернативность* «принятому порядку» достижения бизнес-цели.

**Промежуточный вывод. Ситуативные («динамичные») критерии («квалифицирующие признаки») феномена «лоббирование интересов как бизнес-практика»:**

- Субъекты лоббистской схемы, как правило, физические лица, однако в роли бенефициара и (нечасто) decision-maker может выступить юридическое лицо. Заметим, что точка зрения, согласно которой лоббистская практика – это деятельность исключительно обладающих «должными навыками» граждан, обрела известную популярность в специальной, том числе политологической, литературе.

- Конечная цель («бизнес-результат») как таковая может быть как законной (например, выигрыш в официальном тендере, замещение вакансии), так и незаконной (другие ситуации, описанные в упомянутых выше приговорах).

- «Теневой» стимул может присутствовать в лоббистских договоренностях (собственно, именно это позволяет квалифицировать тот или иной лоббистский кейс как уголовно наказуемые действия физлиц по

статьям 159, 204, 290, 291.1 и др. УК РФ, а может и отсутствовать (феномен «дружественного лоббирования»).

- Конечная цель лоббистской схемы («бизнес-результат») может быть как «ближайшей» (непосредственной), так и относится к классу отдаленных задач конструкторов такой схемы (например, обретение искомого «кадрового решения» в интересах данного бенефициара чаще всего «подразумевает дальнейшую отработку» в виде активации более типичных для бизнеса конкурентных преимуществ).

- Миссии бенефициара и агента (лоббиста) могут совпадать. Иными словами, следует различать случаи лоббирования *своих* интересов и лоббирование интересов *третьих лиц*.

- Статус «лица, принимающего искомое решение или непосредственно связанного с ним» (decision-maker), может быть как вполне официальным, так и не закрепленным соответствующими авторитетными документами.

## Попытка структурирования феномена

### Субъекты

Описанная выше «трехэлементная» конфигурация лоббистской схемы («бенефициар – агент – decision-maker») является сугубо общей, «принципиальной». Исследование цикла конкретных кейсов (приговоры по уголовным делам, судебные споры относительно справедливости административных санкций, арбитражные споры, экспертная эмпирика и др.) обнаруживает и более сложные структуры, элементами которых, в частности, выступают следующие фигуры.

*Лицо (лица), принимающее целевое решение* (decision-maker).

*Конечный агент* (контактант с decision-maker) и *транзитные агенты* (лоббисты – посредники). Анализ практики показывает, что в роли транзитного агента может оказаться даже руководитель «лица, принимающего решения».

*Генеральный выгодоприобретатель* (бенефициар) – юридическое и/или физическое лицо, извлекающее основную выгоду в какой-либо форме по достижении цели (целей) «лоббистского мероприятия».

*Суббенефициары* – лица, обретающие выгоду помимо основного бенефициара. Подчеркнем, речь **не** идет о внушительном контингенте лиц, которые улучшают сразу или с течением времени свое материальное благосостояние в результате реализации задач лоббистской схемы, не будучи посвященными в ее «тайнства». Так, очевидно, что по итогам нечестно, в обход существующих традиционных правил, полученного компанией дохода в выигрыше могут оказаться многие: совладельцы компании, члены советов директоров и исполнительных органов, рядовые менеджеры и другие сотрудники, наконец, члены их семей. Это всё «нечаянные» бенефициары. К группе суббенефициаров следует относить как раз посвященных, в том числе (в соответствующих ситуациях) «лицо, принимающее решение», агента, посредников, контролеров исполнения, советников и т. п., а также тех лиц, которые в силу своих обязанностей (статуса, функционала) должны были обрести необходимую информацию о попытках агента обойти помянутый существующий порядок и (при необходимости) вмешаться.

*Автор идеи* – изобретатель, «архитектор» принципиальной версии схемы, который при этом может и не быть инициатором ее осуществления.

*Генеральный конструктор* лоббистской схемы – технический (организационный) интерпретатор принципиальной версии схемы.

*Соисполнители генконструктора* – советники, администраторы, финансисты, аудиторы, юристы, оценщики и т. д., отрабатывающие детали схемы.

*Опорные исполнители* – лица, реализующие частные элементы (алгоритмы) схемы.

*Посвященные лица* – исполнители (в том числе работники компании либо

других компаний холдинга, либо их консультанты, родственники, свойственники и сослуживцы), информированные о реализации схемы, в том числе о целях ее реализации, отдающие себе отчет относительно реальных целей применения схемы и/или ее технических составляющих, но не относящиеся к категории опорных исполнителей и суббенефициаров. Уголовная ответственность по статье 205.6 УК РФ за несообщение о преступлении установлена только в отношении ряда деяний, имеющих высокую степень общественной опасности, преимущественно террористического характера.

*Подстрекатели* (provocateurs) – лица, склонившие других лиц, впоследствии фигурантов лоббистской схемы, к ее реализации/совершению путем уговора, подкупа, угрозы или другим аналогичным способом.

*«Контролеры в халате»* – персонал соответствующей компании или головного звена холдинга, члены органов управления и контроля, миноритарии и др. лица, которые в силу своих контрольных компетенций могли пресечь разработку и/или реализацию схемы, но ввиду заинтересованности либо профессиональной несостоятельности не сделавшие этого.

**Формы лоббистского выигрыша генерального бенефициара схемы** (а также в соответствующих случаях третьих лиц):

- непосредственное приращение активов;
- победа в коммерческом аукционе, конкурсе, других состязательных процедурах;
- заключение или пролонгирование венднерной сделки (сделок);
- «позитивная коррекция» сделки в стадии исполнения;
- сохранение статус-кво сделки в стадии исполнения при реальной угрозе ее «негативной коррекции»;
- подавление конкурента (состоявшегося или потенциального);

- формирование благоприятного отношения к готовящимся бизнес-проектам (например, в регионе);
  - неприменение санкций или иных мер формально-правового реагирования на ошибки в бизнесе бенефициара;
  - гарантированная «доставка» до целевого адресата значимой рекламной и иной аналогичной коммерческой или профессиональной информации, минуя традиционные каналы;
  - приоритетные кадровые решения, включая формирование значимых материальных стимулов «нужных людей», целевая коррекция сделки (сфера трудо-правовых отношений);
  - кадровые и аналогичные им решения в сфере гражданско-правовых, в том числе корпоративно-правовых, а также общепрофессиональных отношений (членство в советах директоров и их комитетах, локальных консультационных группах, ревизионных комиссиях, научно-экспертно-общественных формированиях, закрепление статуса «официального консультанта» и «аккредитованной компании» и т. п.);
  - вхождение бенефициара в коллектив лиц «ближнего круга» decision-maker («сюзерена») с перспективой приоритетного разрешения им конкретных проблем бенефициара («вассала»);
  - получение нужной бенефициару коммерческой информации как таковой;
  - проведение корпоративных мероприятий в интересах бенефициара при игнорировании интересов других участников корпоративно-управленческих отношений;
  - возвышение общественного статуса бенефициара (степени, звания, награды, призы и т. п.);
  - содействие в получении дефицитного воспроизводственного ресурса;
  - вхождение в советы директоров компаний холдинга бенефициара членов местной (региональной) администрации (на общественных началах);
  - эффекты «бартерного лоббизма» (формула «ты – мне, я – тебе» с применением инструментария обхождения традиционных методов коммуницирования).
- Методы агента** (собственно лоббиста):
- непосредственная реклама «возможностей» бенефициара;
  - коммерческое сводничество («шунтирование»);
  - организационная поддержка бенефициара в осуществлении целевых бизнес-мероприятий с использованием оргресурса decision-maker;
  - обеспечение эффективного взаимодействия конечных и транзитных агентов, иных фигурантов лоббистской схемы в интересах бенефициара;
  - предоставление опорной информации бенефициару;
  - сбор и «селекция» актуальной информации о деятельности (шире – о жизни и деятельности) decision-maker;
  - контроль исполнения реализуемой схемы;
  - активация и при необходимости трансформация системы «теневых» стимулов decision-maker (в соответствующих случаях) и других участников «лоббистского мероприятия»;
  - применение в особых ситуациях системы антистимулов (метод кнута) в отношении других участников лоббистской схемы, включая методы «внеэкономического принуждения»;
  - разработка и реализация «механизмов легального прикрытия» схемы и ее агентов (в том числе инструментов конспирации);
  - самореклама.
- Формы «теневых» бонусов фигурантов лоббистских схем:**
- Банальный кэш.
  - Квази: зарплата, премии, бонусы.
  - «Отложенная взятка» (действия фигуранта, не исключая чиновника, – сегодня, а бонус – через год или после «почетного увольнения»).

- Финансовые переводы на указанные бенефициаром (иными фигурантами) счета компаний, ИП и физлиц.

- Создание договорных преференций указанным бенефициаром компаниям.

- Встречные услуги, не исключая симметричных коррупционных.

- Поддержка ускоренного продвижения по карьерной лестнице в корпорации. Использование разного рода должностных преференций (смягчение персонального контроля, освобождение от административно-корпоративной ответственности в соответствующих случаях, значимое смягчение функциональной нагрузки за счет перевода в подчинение «исполнителей» и т. д.).

- Существенное завышение легальных бонусов топ-менеджеров дочерних компаний, корректировка размеров которых находится в компетенции соответствующих топ-менеджеров управляющих звеньев холдинга.

- «Поощрительные» рекреационные поездки за счет корпорации, оформляемые в качестве командировок.

- Стимулирование «нужных людей» местами в советах директоров «тихий» дочерних компаний, которые регулярно начисляют членам этих органов вознаграждения.

- Внушительные корпоративные подарки по соответствующим поводам, приглашение на ВИП-корпоративы.

## Заключение

Лоббирование интересов как бизнес-практика – сложное, противоречивое явление. Однако обобщенное восприятие изложенного выше в сугубо отрицательной его социальной интерпретации автором и, более того, в духе приснопамятных традиций конструирования призывов «жечь каленым железом...» было бы категорически неверным. Напротив, присутствует уверенность (пусть пока и главным образом эмпирическая) в том, что данный феномен нуждается, если угодно, в определенной теорети-

ческой и экспертно-прикладной защите от «нарастающего гнева» правоприменительной практики. Отметим основные аргументы такого, на первый взгляд, парадоксального суждения.

Безусловно, серьезную общественную опасность несут все формы лоббирования интересов за вознаграждение, особенно хорошо – в плане жесткого противодействия – «освоенный» отечественными правоохранными структурами со времен пресловутых «хлопковых дел» (СССР, 80-е годы прошлого века) феномен взятки за общее покровительство. Да, речь идет о коррупции, в том числе корпоративной. Под последней, как представляется, понимается не только и не столько изложенное в подпункте «б» определения коррупции как таковой в Федеральном законе «О противодействии коррупции» (ст. 1).

Если в таких случаях фигурируют разного рода лоббистские схемы, им оправдания нет. И в этом плане, подчеркнем еще раз, усилия правоохранительной и судебной систем, о которых упоминалось выше, заслуживают всяческой поддержки. То же верно и в части роли административных органов, пресекающих *явные* нарушения принципов справедливой конкуренции.

Иное дело – явления класса «лоббирование собственных интересов» при отсутствии признаков «извлечения материальной выгоды». От феномена «добросовестная защита собственных интересов» их отделяет весьма тонкая, как мы полагаем, в некоторых случаях просто эфемерная грань. В частности, поиски ответа на вопрос «Что есть методы традиционных коммуникаций в бизнесе?» представляются не такими простыми, как может показаться при первом приближении к проблеме. Иными словами, в такого рода сравнительном анализе всё довольно оценочно, ситуативно.

Поэтому к призывам мобилизации корпоративных ресурсов в этом тематическом поле следует относиться с должной осто-

рожностью, профилируя возможные регуляторные и контрольно-мониторинговые «перегибы». На практике они могут реализоваться, к примеру, во включении в кодексы корпоративной этики компаний, типовые договоры с контрагентами, а также в профессиональные кодексы соответствующих жестких положений. Так, важно отдавать себе полный отчет в том, что институционально неадекватные преграды осуществления коммуникаций субъектов предпринимательской деятельности, уполномоченных на участие в переговорном процессе работников хозяйственных обществ в духе «охоты на корпоративных ведьм», могут привести к результату, обратному желаемому, – подрыву конкурентоспособности.

Далее. В бизнесе возникают ситуации «непреднамеренного лоббизма». Заметим, что данный тезис отнюдь не противоречит изложенному выше мнению, согласно которому хрестоматийная интерпретация поведения лоббиста заключается в мобилизации «обвинительного оборота» вроде «имея умысел на ...». Пример. Господин N вошел в состав совета директоров некой успешной компании исключительно в порядке дружеской реакции на предложение университетского друга, представляющего интересы мажоритария (или им и являющегося), ну, и, разумеется, руководствуясь общепрофессиональным интересом. В советах директоров – органах контроля за работой топ-менеджеров и формирования страте-

гии компании не принято занимать позицию пассивного наблюдателя. Новоизбранный директор себя проявил как компетентный специалист в ходе заседаний и при подготовке к ним и по завершении срока полномочий совета получил приглашение войти в состав правления. Он лоббист? Следовало бы отказаться от участия в коллегиальном исполнительном органе?

Мнение о том, что профессиональный лоббизм в нашей экономике – основной род занятий агента (многим «по жизни» известного в сомнительном качестве «решальщика», «ходока», «сталкера» и т. д.) не является редкостью, на наш взгляд, сильно преувеличено. В основном так зарабатывают на жизнь господа все-таки в порядке «вторичной занятости». Поэтому призывы некоторых коллег «легализовать лоббизм» по примеру законодательного упорядочения работы политических лоббистов в западных странах страдают, как минимум, необоснованным смещением (качественно и количественно) двух разнопорядковых явлений, эксплуатирующих при этом один ключевой термин.

Лоббизм в отечественном предпринимательстве – явление малоизученное. Думается, поискам истины в данном тематическом сегменте не помешала бы широкая междисциплинарная дискуссия, в том числе относительно резонности старинной идеи криминализации состава «торговля влиянием» – включения соответствующей статьи в УК РФ.

### Список литературы

1. *Tocqueville A. de.* Democracy in America. – Beinecke Rare Book & Manuscript Library, Yale University, 1835. – 560 p.
2. *Bentley A. F.* The Process of Government: A Study of Social Pressures. – Chicago: University of Chicago Press, 1908. – 450 p.
3. *Griffith E.* The Impasse of Democracy: A Study of the Modern Government in Action. – Harrison-Hilton Books, Inc., 1939. – 380 p.
4. *Truman D. B.* The Governmental Process: Political Interests and Public Opinion. – New York: Alfred A. Knopf, 1951. – 544 p.
5. *Olson M.* The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1965. – 176 p.

6. *Hughes E. C.* The Study of Occupations. – In: *The Sociological Eye: Selected Papers*. Vol. 3: Work and Self. – Transaction Books, 1971. – 286 p.
7. *Walker J. L.* The Origins and Maintenance of Interest Groups in America // *American Political Science Review*. 1983. No. 77 (2). P. 390–406. DOI: 10.2307/1958924.
8. *Greenwood J.* Representing Interests in the European Union. – London: Macmillan, 1997. – 292 p.
9. *Walker E. T.* Grassroots for Hire: Public Affairs Consultants in American Democracy. – Cambridge: Cambridge University Press, 2014. – 284 p.
10. *Перегудов С. П., Семененко И. С., Лапина В. И.* Группы интересов и российское государство. – М.: Эдиториал УРСС, 1999. – 218 с.
11. *Любимов А. П.* История лоббизма в России. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2005. – 208 с.
12. *Толстых П. А.* GR. Практикум по лоббизму в России. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 1246 с.
13. *Dür A., De Bièvre D.* The Question of Interest Group Influence // *Journal of Public Policy*. 2007. Vol. 27. No. 1. P. 1–12. DOI: 10.1017/S0143814X07000591.
14. *Klüver H.* Lobbying in the European Union: Interest Groups, Lobbying Coalitions, and Policy Change. – Oxford: Oxford University Press, 2013. – 320 p.
15. *Naurin D.* Deliberation Behind Closed Doors: Transparency and Lobbying in the European Union. – ECPR Press, 2007. – 184 p.
16. *McKay A.* Negative Lobbying and Policy Outcomes // *American Politics Research*. 2012. Vol. 40. No. 1. P. 116–146. DOI: 10.1177/1532673X11413435.
17. *Campos N. F., Giovannoni F.* Lobbying, Corruption and Political Influence // *Public Choice*. 2007. No. 131 (1-2). P. 1–21. DOI: 10.1007/s11127-006-9102-4.
18. *LaPira T. M., Thomas H. F.* Revolving Door Lobbyists and Interest Representation // *Interest Groups & Advocacy*. 2014. No. 3. P. 4–29. DOI: 10.1057/iga.2013.16.
19. *Dal Bó E.* Regulatory Capture: A Review // *Oxford Review of Economic Policy*. 2019. Vol. 22. No. 2. P. 203–225. DOI: 10.1093/oxrep/grj013.
20. *Slobozhan I., Ormosi P., Sharma R.* Detecting Shadow Lobbying // *Social Network Analysis and Mining*. 2022. No. 12. Article 48. DOI: 10.1007/s13278-022-00875-y.
21. Recommendation of the Council on Transparency and Integrity in Lobbying and Influence, OECD/LEGAL/0379. – OECD, 2024. – 12 p.

### Сведения об авторах

*Осипенко Олег Валентинович*, ORCID 0000-0002-4990-5594, докт. экон. наук, профессор, кафедра предпринимательства и конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, Rincon-msk@yandex.ru

*Коваленко Александр Иванович*, ORCID 0000-0003-3131-6107, доцент, кафедра предпринимательства и конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, alkovalenko@synergy.ru

Статья поступила 19.07.2024, рассмотрена 02.08.2024, принята 16.08.2024

### References

1. Tocqueville A. de. *Democracy in America*. Beinecke Rare Book & Manuscript Library, Yale University, 1835, 560 p.
2. Bentley A. F. *The Process of Government: A Study of Social Pressures*. Chicago, University of Chicago Press, 1908, 450 p.
3. Griffith E. *The Impasse of Democracy: A Study of the Modern Government in Action*. Harrison-Hilton Books, Inc., 1939, 380 p.
4. Truman D. B. *The Governmental Process: Political Interests and Public Opinion*. New York, Alfred A. Knopf, 1951, 544 p.
5. Olson M. *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge, MA, Harvard University Press, 1965, 176 p.

6. *Hughes E. C.* The Study of Occupations. In: *The Sociological Eye: Selected Papers*. Vol. 3: Work and Self. Transaction Books, 1971, 286 p.
7. Walker J. L. The Origins and Maintenance of Interest Groups in America. *American Political Science Review*, 1983, no.77(2), pp.390-406. DOI: 10.2307/1958924.
8. Greenwood J. *Representing Interests in the European Union*. London, Macmillan, 1997, 292 p.
9. Walker E. T. *Grassroots for Hire: Public Affairs Consultants in American Democracy*. Cambridge, Cambridge University Press, 2014, 284 p.
10. Peregudov S. P., Semenenko I. S., Lapina V. I. *Gruppy interesov i rossiiskoe gosudarstvo* [Interest groups and the Russian state]. Moscow, *Editorial URSS Publ.*, 1999, 218 p.
11. Lyubimov A. P. *Istoriya lobbizma v Rossii* [History of lobbying in Russia]. Moscow, *Fond «Liberal'naya missiya» Publ.*, 2005, 208 p.
12. Tolstykh P. A. *GR. Praktikum po lobbizmu v Rossii* [GR. Workshop on lobbying in Russia]. Moscow, *Al'pina Biznes Buks Publ.*, 2007, 1246 p.
13. Dür A., De Bièvre D. The Question of Interest Group Influence. *Journal of Public Policy*, 2007, vol.27, no.1, pp.1-12. DOI: 10.1017/S0143814X07000591.
14. Kläver H. *Lobbying in the European Union: Interest Groups, Lobbying Coalitions, and Policy Change*. Oxford, Oxford University Press, 2013, 320 p.
15. Naurin D. *Deliberation Behind Closed Doors: Transparency and Lobbying in the European Union*. ECPR Press, 2007, 184 p.
16. McKay A. Negative Lobbying and Policy Outcomes. *American Politics Research*, 2012, vol.40, no.1, pp.116-146. DOI: 10.1177/1532673X11413435.
17. Campos N. F., Giovannoni F. Lobbying, Corruption and Political Influence. *Public Choice*, 2007, no.131(1-2), pp.1-21. DOI: 10.1007/s11127-006-9102-4.
18. LaPira T. M., Thomas H. F. Revolving Door Lobbyists and Interest Representation. *Interest Groups & Advocacy*, 2014, no.3, pp.4-29. DOI: 10.1057/iga.2013.16.
19. Dal Bó E. Regulatory Capture: A Review. *Oxford Review of Economic Policy*, 2019, vol.22, no.2, pp.203-225. DOI: 10.1093/oxrep/grj013.
20. Slobozhan I., Ormosi P., Sharma R. Detecting Shadow Lobbying. *Social Network Analysis and Mining*, 2022, no.12, article 48. DOI: 10.1007/s13278-022-00875-y.
21. Recommendation of the Council on Transparency and Integrity in Lobbying and Influence, OECD/LEGAL/0379. OECD, 2024, 12 p.

### About the authors

*Oleg V. Osipenko*, ORCID 0000-0002-4990-5594, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Moscow, Russia, Rincon-msk@yandex.ru

*Alexander I. Kovalenko*, ORCID 0000-0003-3131-6107, Associate Professor, Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Moscow, Russia, alkovalenko@synergy.ru

Received 19.07.2024, reviewed 02.08.2024, accepted 16.08.2024