

ЛОББИРОВАНИЕ В БЕЛАРУСИ

*В.С. Казимиров (Витебский государственный
технологический университет)*

Научный руководитель:

доктор экон. наук, профессор Е.В. Ванкевич

По мере развития белорусского общества в нашу политическую жизнь все шире входят явления, объективно присущие демократическим процессам, выступающие их составной частью, атрибутом, признаком. Среди таких явлений можно выделить и лоббизм (лоббирование). Тема лоббирования сегодня недостаточно представлена на рассмотрение общественности и представителей всех уровней власти. Хотя тема эта для упрочения белорусской государственности очень важна, так как нерешенность многих вопросов, связанных с лоббированием, ведет к возникновению и развитию проблем, которые приобретают общенациональный размах. Например, коррупция как явление тесно связана с неурегулированностью процесса лоббирования.

Есть много определений термина «лоббирование». Вот некоторые из них.

Лоббизм – закулисная, то есть осуществляемая вне официальных процедур функция институтов власти, деятельность, в ходе которой влиятельные дельцы и политики – лоббисты – стремятся отстоять необходимый определенным группам законопроект, принять требуемое правительственное решение либо оформить выгодный для них государственный заказ. С этой целью используются: личные встречи, контакты, переговоры, вручение текстов с изложением результатов научных исследований, опросов общественного мнения и т. д. Зачастую лоббисты не гнушаются для достижения цели никакими средствами: подкупом, взятками, оказанием услуг, угрозами, шантажом и др. [4, с. 246].

Лоббирование – специфическая форма взаимодействия между частным сектором и органами государственной власти, официального закрепления присутствия предпринимательства в системе органов государственного управления. В настоящее время лоббирование признается как инструмент согласования интересов между бизнесом, обществом и государством, который играет в современных развитых хозяйственно-политических структурах весьма существенную и ответственную роль [3, с. 21–31].

В основе лоббирования лежит механизм взаимодействия групповых интересов с общественными. В Беларуси предприниматели по мере упрочения своих позиций лишь начинают применять лоббизм в своей практике.

С позиций государственного управления принципиальное отличие цивилизованного лоббизма от коррупции заключается в первую очередь в наличии при лоббировании четкой, определенной законом процедуры, обеспечивающей свободное участие в ней заинтересованных сторон, и конкуренции в принятии решений. Лоббирование интересов частного бизнеса в Беларуси затруднено, т. к. нет четкого механизма выражения интересов предпринимателей [9].

В связи с ускорением интеграционных процессов как на постсоветском пространстве, так и в Европе, в Беларуси становится все больше примеров заимствования моделей, особенно действенных в зарубежных государственных системах. Однако сейчас уже ни для кого не секрет, что применение данных моделей запрограммированных «наиболее правильных» действий, без их предварительной адаптации к объективным условиям белорусской действительности, нерационально, а иногда даже безответственно, что приводит к неизбежным отрицательным последствиям.

Что же касается явлений, которые принадлежат сколь экономической, столько и политической жизни (лоббирование), то их перенесение без акклиматизации в условия экономики Беларуси и, особенно, без проверки на соответствие морально-нравственным, социальным, историко-культурным устоям и принципам белорусского общества неэффективно, так как не приведет к достижению их титульных целей.

Подводя итог, необходимо отметить, что признание в Беларуси в официальном порядке, через принятие закона, института цивилизованного лоббирования могло бы способствовать улучшению социально-экономического развития республики, укреплению стабильности общества, возникновению легальных путей для всех заинтересованных общественных групп, участию в определении, разработке и принятии государственных решений [9].

Литература

1. *Борисов, А.Б.* Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. М.: Книжный мир, 2007. 860 с.
2. Введение в политологию: словарь-справочник / сост. Г.П. Купряшин, Т.П. Лебедева, Г.К. Марченко [и др.] // под ред. В.П. Пугачева. М.: Аспект Пресс, 1996. 264 с.
3. *Медведева, Ю.А.* Управление организацией в трансформационной экономике: теория и практика: монография / Ю.А. Медведева. Витебск: УО «ВГТУ», 2008. 163 с.
4. *Мельник, В.А.* Современный словарь по политологии / В.А. Мельник. Минск: Книжный Дом, 2004. 640 с.
5. Политология: энциклопедический словарь / общ. ред. и сост. Ю.И. Аверьянов. М.: Изд-во Моск. коммерческого ун-та, 1993. 431 с.
6. *Синяева, И.М.* Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: учебник / И.М. Синяева; под ред. проф. Г.А. Васильева. М.: ЮНИТИ, 1998. 287 с.
7. *Холл, Р.Х.* Организации: структуры, процессы, результаты / Р.Х. Холл. СПб.: Питер, 2001. 512 с.
8. *Шамхалов, Ф.И.* Государство и экономика: основы взаимодействия: учебник для вузов / Ф.И. Шамхалов. М.: Экономика, 2000. 382 с.
9. *Юнчик, Л.* Рэспубліка // [Электронный ресурс]. 2008. Режим доступа: <http://www.belarustime.ru/br/d3b1415c15cffb52.html>. Дата доступа: 15.11.2008.