

Толстых Павел Александрович

СУБЪЕКТНЫЙ СТАТУС ЛОББИЗМА И GOVERNMENT RELATIONS

Статья раскрывает специфику явления "Government Relations". Автор проводит аргументированную дифференциацию между понятиями "лоббист" и "GR-специалист", определяет основных субъектов процесса взаимодействия бизнеса и власти со стороны корпоративного сектора. Особое внимание в статье уделяется ключевым функциям и целям "Government Relations" в компаниях.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2012/4-2/50.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2012. № 4 (18): в 2-х ч. Ч. II. С. 195-200. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2012/4-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

4. **О защите прав потребителей:** Закон СССР от 22.05.1991 № 2184-1 // Ведомости Совета народных депутатов и Верховного совета СССР. 1991. № 24.
5. **О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека:** Закон Республики Беларусь от 29.06.2003 № 217-3 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2003. № 79.
6. **О торговле:** Закон Республики Беларусь от 28.07.2003 № 231-3 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2003. № 87.
7. **Уголовное право России: общая часть:** учебник / общ. ред. Ф. Р. Сундунова, И. А. Тарханова. Изд-е 3-е, перераб. и доп. М.: Статут, 2009. 751 с.
8. **Уголовный кодекс Киргизской Республики:** Закон КР от 01.10.1997 № 68 // Ведомости Жогорку Кенеша Кыргызской Республики. 1998. № 7.
9. **Уголовный кодекс Республики Беларусь:** Закон Республики Беларусь от 09.07.1999 № 275-3 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 1999. № 76.
10. **Уголовный кодекс Республики Казахстан:** Закон Республики Казахстан от 16.07.1997 № 167-І // Ведомости Парламента Республики Казахстан. 1997. № 15-16.
11. **Уголовный кодекс Республики Молдова:** Закон Республики Молдова от 18.04.2002 № 985 // Monitorul Oficial. 2009. № 72-74.
12. **Уголовный кодекс Республики Узбекистан:** Закон РУз от 22.09.1994 № 2012-ХІІ // Ведомости Верховного Совета Республики Узбекистан. 1995. № 1 (1225).
13. **Уголовный кодекс Российской Федерации:** Федеральный закон от 13.06.1996 № 63-ФЗ // Собрание законодательства РФ (СЗРФ). 1996. № 25.
14. **Уголовный кодекс Туркменистана от 12.06.1997** // Ведомости Меджлиса Туркменистана. 1997. № 2.
15. **Хачатрян А. С.** Зарубежный опыт криминализации деяний, посягающих на здоровье потребителей // Международное публичное и частное право. 2010. № 4. С. 42-44.
16. **Consumer Protection and Rights. Keeping European Consumers Safe – 2010** [Электронный ресурс]: annual report on the operation of the rapid alert system for non-food dangerous products. URL: http://ec.europa.eu/news/environment/110516_en.htm (дата обращения: 12.10.2011).

**FOREIGN EXPERIENCE OF CRIMINAL LIABILITY REGULATION FOR PRODUCTION, STORAGE,
TRANSPORTATION OR SALE OF GOODS AND OUTPUT, CARRYING OUT WORK
OR RENDERING SERVICES NOT MEETING SECURITY REQUIREMENTS**

Aleksandr Vyacheslavovich Sukhanov

Department of State and Law Theory

South-Russian State University of Economics and Service

aspirantsuhanov@rambler.ru

The author presents the comparative study of the RF and other states current criminal law norms within the framework of criminal liability regulation under art. 238 of the Criminal Code of the Russian Federation, and basing on this analysis suggests the public the generalized opinion on criminality and the methods of its prevention by forces and means of near and far abroad countries criminal laws.

Key words and phrases: product safety; consumer market; criminal liability; goods quality; counterfeit medicinal product.

УДК 323.2

Статья раскрывает специфику явления “Government Relations”. Автор проводит аргументированную дифференциацию между понятиями «лоббист» и «GR-специалист», определяет основных субъектов процесса взаимодействия бизнеса и власти со стороны корпоративного сектора. Особое внимание в статье уделяется ключевым функциям и целям “Government Relations” в компаниях.

Ключевые слова и фразы: Government Relations (GR); специалисты по связям с органами государственной власти (GR-специалисты); лоббисты; стейкхолдер; теория менеджмента; политическая рента; теория изыскания политической ренты.

Павел Александрович Толстых, к. полит. н.

Кафедра интегрированных коммуникаций

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

7443421@gmail.com

СУБЪЕКТНЫЙ СТАТУС ЛОББИЗМА И GOVERNMENT RELATIONS®

Government Relations (GR) – одно из самых актуальных и широко обсуждаемых явлений последнего времени в области взаимодействия бизнеса и власти: ему посвящен ряд исследований [8; 9, с. 226-238; 15; 18],

конференций (Международная конференция «GR-Конгресс: эффективный диалог бизнеса и власти») и научных симпозиумов. Т. Кулакова рассматривает GR как одно из направлений коммуникативного менеджмента, целью которого является согласование собственных интересов организаций с интересами органов государственной власти различного уровня для снижения рисков и обеспечения устойчивого развития. GR как совокупность техник и методов направлена на продвижение и защиту интересов организации (группы), управление рисками, исходящими из окружающей среды (от местных, региональных и федеральных уровней власти, конкурентов, сотрудников компании и жителей окрестных районов, потребителей продукции и услуг, инвесторов и акционеров) [9, с. 226-238]. Исследователи из Ассоциации менеджеров России В. Евсеев и С. Барсукова полагают, что основной целью *Government Relations* является обеспечение стабильности и предсказуемости регулирующей среды, в которой работает компания, а также формирование благоприятных условий ведения бизнеса [4].

Ряд специалистов проводит четкую границу между специалистами по связям с органами государственной власти (GR-специалистами) и лоббистами. Специалист в области *Government Relations* – это, прежде всего, менеджер, который организует процесс работы с внешними политическими стейкхолдерами, отслеживает риски, при необходимости привлекая отраслевую организацию, консультационную фирму для реализации поставленных в органах государственной власти лоббистских задач. Например, американский исследователь Б. Вулп полагает, что «существенное отличие внутрикорпоративных специалистов по GR от специалистов, нанимаемых по контракту (лоббистов), состоит в том, что сотрудники корпорации получают заработную плату и представляют только одну организацию: своего работодателя. Корпоративный GR-специалист часто взбирается по корпоративной лестнице – отдел маркетинга, отдел продаж, головной офис, – а лоббист по контракту прокладывает свой путь в органах власти» [22, р. 154]. Корпоративному специалисту по GR не обязательно быть профессионалом в кулуарных процессах: знать профильных политических стейкхолдеров, детали принятия законов, постановлений исполнительной власти, а также быть в курсе сложившейся в данный момент иерархии политических межличностных отношений. Его ключевая задача состоит в том, чтобы найти и организовать процесс деятельности юристов и людей, которые это знают и умеют. Это не обязательно должны быть профессиональные лоббисты. Он должен организовать общую систему взаимодействия «компания – бизнес-ассоциация – власть» и взаимосвязь внутри собственной компании между подразделением по связям с органами государственной власти, руководством, акционерами. Такой специалист отвечает за своевременную и качественную подготовку информации сотрудниками корпорации и создает информационные поводы (выступает ньюсмейкером).

Соглашается с американским ученым и российский практикующий специалист по GR О. Барвин: «...основное отличие корпоративных лоббистов от их внешних коллег заключается в том, что они получают фиксированную заработную плату и защищают интересы только одного клиента. Есть также и некоторые различия в их бэкграунде. Если для внешних лоббистов, работающих по контракту, традиционным является наличие опыта работы в государственных структурах (или иных “окололоббистских” областях – PR, юриспруденция), то корпоративными лоббистами нередко становятся в процессе продвижения по корпоративной карьерной лестнице: маркетинг – отдел продаж – директорский офис. Именно корпоративные лоббисты решают, когда необходимо использовать услуги внешних лоббистов» [3].

Говоря о различиях между лоббизмом и *Government Relations*, В. Евсеев и С. Барсукова приходят к выводу, что «GR – это сфера менеджмента, а лоббизм – это технология, одна из составных частей GR» [Там же]. Говоря о функциональном разделении GR-специалистов и лоббистов, политолог Д. Котиев отмечает, что основной целью в GR-деятельности является «налаживание конструктивного диалога с органами власти, базирующегося на долгосрочных, взаимовыгодных и конструктивных основах»; основной целью лоббистов является «давление на лиц, принимающих решения, путем личного или письменного обращения либо другим способом (организации массовых петиций, потока писем, публикаций и т.п.) со стороны каких-либо групп или частных лиц, цель которых добиться принятия (отклонения) законопроекта (решения)» [8, с. 180-191]. Политолог В. Ачкасова полагает, что «задача специалистов по GR – создавать в госструктурах режим наибольшего благоприятствования для компании. Лоббирование – одна из функций GR. В одном ряду с постоянным мониторингом информации о текущей деятельности правительства, анализом этой деятельности применительно к интересам организации находится осуществление коммуникаций с внутренними подразделениями компании, которые осуществляют специальные направления деятельности (например, департамент безопасности)» [2, с. 53-62].

Интегрировав все вышеперечисленные заключения по принципиальным отличиям лоббизма от *Government Relations*, представим их в виде таблицы.

Таблица 1.

Расхождение между лоббизмом и *Government Relations*

	Лоббизм	<i>Government Relations</i>
Что из себя представляет	Лоббизм – это одна из технологий <i>Government Relations</i> , заключающаяся непосредственно во влиянии на власть	<i>GR</i> – сфера менеджмента, цель которого заключается в эффективном управлении организацией
Цели деятельности	Для лоббиста цель – добиться принятия политического решения, «решить вопрос» в профильном органе государственной власти	Для <i>GR</i> -специалиста цель – выстроить комфортную, предсказуемую систему отношений с профильными для компании политическими стейкхолдерами
За что ценится	Имея значительный опыт взаимодействия с требуемым органом государственной власти, а также неформальный доступ к политическим фигурам, может решать вопрос в профильном органе государственной власти	Являясь профессионалом в своей области, отслеживает возможности и оценивает риски со стороны органов власти, вовремя информирует руководство, при необходимости привлекает лоббистов
Место работы	Работает на себя (в качестве индивидуального лоббиста), в ассоциации или лоббистской фирме	Работает в качестве наемного менеджера в департаменте по связям с органами государственной власти компании

На наш взгляд, представленные отличительные черты не носят содержательного характера и не позволяют провести принципиальное отличие между данными явлениями. Различия заключаются в дисциплинарных подходах теории менеджмента, с одной стороны, и политологической и юридической науки – с другой. Р. Акофф полагает, что с конца прошлого века с ростом сложности производства менялись представления о предприятиях как об объектах управления и менялись принципы их управления [1, с. 129]. Таким образом, крупная компания сегодня одновременно ставит и решает комплекс взаимосвязанных задач. Для этого создается несколько подсистем в системе менеджмента. *Government Relations* – это одна из подсистем менеджмента, наравне с процессом управления производством, персоналом, маркетингом, финансами, инвестициями, информацией и т.п. Часто *GR* переводят дословно, что приводит к узкому пониманию явления: взаимодействие с органами государственной власти. В российской научной литературе можно встретить перевод термина «*Government Relations*» как «связь с правительственными организациями». Узкий перевод приводит к логичному выводу, что специалист курирует только органы исполнительной власти: аппарат Правительства и профильные для его отрасли министерства. Однако понятие «*Government*» в данном контексте следует переводить не как «правительство», а как «государственная система управления» в целом, которая включает все ветви государственной и муниципальной власти. Терминологическая путаница возникает потому, что ранее, вплоть до середины прошлого века, под «правительством» понималась именно вся система государственного управления, данные термины считались идентичными.

В рамках нашего исследования мы будем придерживаться следующего определения *Government Relations*: *это деятельность специально уполномоченных сотрудников крупных коммерческих структур (GR-специалистов) по сопровождению деятельности компании в политической среде. Цель GR – выстроить долгосрочную, комфортную, предсказуемую систему отношений с профильными для компании политическими стейкхолдерами, в отличие от ключевой цели лоббизма – достичь конкретного результата в органах государственной власти: принятия конкретного политического решения и пр. Основная задача GR – предотвращать возможные угрозы от деятельности политических стейкхолдеров и реализовывать потенциальные возможности компании через ее участие в политических действиях* [13]. Проанализировав деятельность более 150 российских департаментов по связям с органами государственной власти, в которых работает более 500 *GR*-специалистов, мы можем выделить следующие ключевые функции *Government Relations* в компании [14, с. 12]:

- отслеживание и анализ инициатив исполнительных органов государственной власти, оказывающих влияние на экономическое положение компании;
- мониторинг и комплексный анализ законодательных и иных нормативных правовых актов, регулирующих профессиональную деятельность компании, которые влияют на развитие бизнеса;
- координация выстраивания отношений компании с органами государственной власти. Часто взаимодействие с органами власти осуществляют различные подразделения компании. Следовательно, важным моментом является координация общей направленности процесса взаимодействия единым центром, поскольку использование порочащих имидж компании методов работы в одном из регионов может наложить отпечаток на всю компанию в целом;
- сопровождение инициатив компании в государственной сфере (вопросы лицензирования, разъяснительные письма, лоббирование законопроектов, участие в государственных тендерах или целевых программах, ходатайства, уведомления, обжалования и пр.);
- воздействие на органы государственной власти, корректировка их инициатив в интересах компании; проведение лоббистских кампаний;

- обеспечение преференций и государственных заказов для компаний;
- применение стратегического подхода к решению проблем, влияющих на репутацию компании. Данный подход позволяет обеспечить лояльность государства и общества к компании;
- поддержка экономической деятельности компании на внешних рынках.

Таким образом, в рамках теории менеджмента лоббизм (если рассматривать его как влияние на представителей государственной (муниципальной) среды с целью отражение интересов компании в готовящихся политических решениях) – это одна из функций *GR*. В зависимости от принятой в компании корпоративной культуры отношение к лоббизму различно. Например, в ряде юго-восточных компаний для департаментов по *GR* характерна не активная (давление на органы государственной власти), а *реактивная позиция* (отслеживание потенциальных политических угроз). Когда угрозы обнаружены, компания не влияет на власть, а пытается адаптироваться к меняющейся политической конъюнктуре.

В американских и российских компаниях, напротив, применяется *проактивный подход*: бизнес-структуры активно влияют на власть, создают тактические коалиции, используют различные методы кулуарного и общественного давления и пр. Эти действия достаточно эффективны: они вынуждают представителей власти прислушиваться к позиции корпораций, учитывать их мнение при реализации государственной экономической политики.

Основная цель менеджмента – достижение высокой эффективности производства, эффективного применения ресурсного потенциала предприятия, фирмы, компании [12]. Цели фирмы определяются категориями «доходы», «прибыль», «рентабельность», «доля рынка» и т.п. В этой связи политолог Е. Махортов предлагает рассматривать *GR* как составную часть общей предпринимательской коммуникационной стратегии, которая направлена, в первую очередь, на максимизацию прибыли при минимизации издержек [10]. Главной причиной развития *GR* в корпорациях является достижение следующих результатов:

- минимизация финансовых расходов компании за счет снижения налогооблагаемой базы, ставок пошлин, тарифов;
- повышение доходов компании за счет выделения государственного со-финансирования, стимулирования продаж путем заключения государственных контрактов и/или участия в государственных тендерах;
- улучшение имиджа компании в профильных органах государственной власти, среди политической элиты страны.

Правовед В. А. Казбаненко, говоря об истинных причинах интереса бизнеса к органам государственной власти, приходит к выводу, что «интересы частного бизнеса в государственном управлении, по сути, сводятся к тому, как люди, находясь в роли предпринимателей, используют различные способы решения своих личных интересов во властных структурах. Для бизнесменов, находящихся в постоянном поиске увеличения своих доходов на конкурентных рынках, участие в реализации правительственных программ может способствовать получению более высоких и стабильных прибылей. К тому же экономическое сотрудничество с властными структурами им выгодно еще и тем, что с помощью последних могут уменьшаться конкурентные издержки “уполномоченных” фирм (банков, компаний и т.п.)». Чем больше объем капитала, находящегося в распоряжении частной компании, тем больше ее потребности в государственном регулировании, защищающем интересы и предпринимательскую выгоду [7, т. 1, с. 73].

В экономической теории подход получения и защиты прибыли коммерческими субъектами с помощью органов государственной власти получил название «*политической ренты*». Теория политической ренты акцентирует внимание на том, что реальной целью участия экономических субъектов в политической деятельности может являться получение специфических преимуществ, обеспечивающих им рентные (т.е. превышающие конкурентный уровень) доходы на находящиеся в их распоряжении факторы производства. Данные доходы получили название «политическая рента, а деятельность, направленная на их получение, – “изыскание политической ренты”» [11, с. 52]. Наиболее показательным случаем деятельности, направленной на изыскание политической ренты, является борьба экономических субъектов за получение монопольных прав, ограничение конкуренции на рынке или законодательное фиксирование благоприятного для производителей уровня цен и пр. [5, с. 352]. Термин «изыскание политической ренты» был предложен американским экономистом Энн Крюгер в середине 1970-х годов, а базовые положения соответствующей теории были разработаны Г. Таллоком еще в 1960-е годы [19, р. 291-303; 20, р. 91-112; 21, р. 224-232].

Представленная экономистами теория исследовала, прежде всего, общественные потери от изыскания политической ренты. Данная теория, по мнению американского экономиста Дж. Итуэллома, раскрывает реальные мотивы деятельности групп давления и субъектов принятия политических решений [16, с. 548].

В рамках политологического подхода к деятельности *GR*-специалистов здесь на первый план выходит их внешняя активность по отношению к органам государственной власти. Таким образом, в рамках данного подхода *GR*-специалисты, выражающие корпоративные интересы, должны рассматриваться наравне с другими представителями коммерческого лоббирования, например с представителями ассоциаций, выражающими отраслевые или цеховые интересы и т.п.

Если рассмотреть субъектный статус *GR*-специалистов в существующем в мире законодательстве о регулировании лоббистской деятельности, то для законодателей такого рода субъекты являются лоббистами и обладают теми же правами и выполняют те же обязанности, что и другие категории воздействующих на государственную власть. В одних юрисдикциях действия данных акторов обговариваются отдельно, в других –

существенное значение уделяется не тому, кто лоббирует, а самому процессу лоббирования. Например, канадский «Закон о регистрации лоббистов» от 1989 года считает *GR*-специалистов «корпоративными лоббистами» и определяет их как «*работающих по найму служащих, у которых значительная доля рабочих обязанностей связана с лоббированием интересов работодателя, занимающегося коммерческой деятельностью с целью извлечения финансовой выгоды*» [6, с. 79-84]. В федеральном законодательстве США [17] *GR*-специалисты не выделяются отдельно, а регистрации подлежат те представители организаций, кто рассчитывает потратить на лоббистскую деятельность в течение шести месяцев более 20 000 долларов США.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы.

Процесс взаимодействия бизнеса и власти имеет тенденцию к институционализации. В этой связи формируется потребность в появлении новых профессий (*GR*-специалистов, лоббистов), представители которых будут отвечать за широкий спектр вопросов в рамках процесса взаимодействия компании с государственным сектором.

Существует несколько концепций изучения *Government Relations* как явления: теория коммуникативного менеджмента (цель *GR* – согласование интересов бизнеса и власти), функциональный подход (цель *GR* – продвижение и защита интересов бизнеса). Согласно данным концепциям *GR* – это процесс организации деятельности специально уполномоченными сотрудниками коммерческих структур по сопровождению деятельности компании в политической среде.

GR-специалист – это менеджер компании, который организует процесс работы с внешними стейкхолдерами и отслеживает риски для компании от решений последних. Он работает в интересах одного клиента – своего работодателя. Лоббист – это всегда внешний менеджер (работает по контракту), который может работать на нескольких клиентов. В своей деятельности он использует преимущественно механизмы давления на представителей властных структур. Ключевое различие лоббистов и *GR*-специалистов заключается в технологиях и механизмах, которые они применяют для достижения результата: лоббисты используют активный или проактивный подход, *GR*-специалисты придерживаются реактивной позиции (они отслеживают потенциальные риски и угрозы для компании и на основе полученных данных принимают решение о конкретных действиях).

Таким образом, можно предположить, что лоббизм как механизм взаимодействия бизнеса и власти является одной из технологий, составных частей (активной фазой) *GR*-деятельности.

Список литературы

1. Акофф Р. Л. Планирование будущего корпораций. М.: Прогресс, 1985. 328 с.
2. Ачкасова В. А. Связи с правительством как фактор устойчивости // Государство, бизнес, общество: проблемы оптимизации взаимодействия / под ред. Л. Е. Ильичевой. М.: ИНЭК, 2010. С. 53-62.
3. Барвин О. О. Субъекты лоббистской деятельности в США [Электронный ресурс]. URL: http://lobbying.ru/content/sections/articleid_1182_linkid_62.html (дата обращения: 16.02.2012).
4. Евсеев В. А., Барсукова С. Ю. Основы организации работы с органами власти / под ред. А. Е. Дынина; Ассоциация менеджеров. М., 2006.
5. История экономических учений: учеб. пособие / под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. М.: Инфра-М, 2000. 784 с.
6. Канада. Закон о регистрации лоббистов // Бизнес и политика. 1995. № 1. С. 79-84.
7. Козбаненко В. А. Государственное управление: основы теории и организации: учебник: в 2-х т. М.: Статус, 2002. Т. 1. 366 с.
8. Котиев Д. Б. *GR*-технологии как эффективное средство оптимизации отношений между бизнесом и властными структурами в России // Государство, бизнес, общество: проблемы оптимизации взаимодействия / под ред. Л. Е. Ильичевой. М.: ИНЭК, 2010. С. 180-191.
9. Кулакова Т. А. *Government Relations* в процессе принятия политических решений // ПОЛИТЭКС: политическая экспертиза: альманах. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2005. Вып. 2. С. 226-238.
10. Махортов Е. А. Что такое *GR*? [Электронный ресурс]. URL: http://lobbying.ru/content/sections/articleid_2851_linkid_64.html (дата обращения: 05.03.2008).
11. Политическая рента в рыночной и переходной экономике / под ред. С. П. Аукуционека, Е. В. Беляновой. М.: ИМЭМО, 1995. 63 с.
12. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. Изд-е 2-е, испр. М.: ИНФРА-М, 1999. 479 с.
13. Толстых П. А. Профессиональный словарь лоббистской деятельности [Электронный ресурс] / Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти. М., 2009-2011. URL: http://lobbying.ru/dictionary_word.php?id=6 (дата обращения: 12.12.2011).
14. Толстых П. А. Рейтинг лучших *GR*-специалистов России. М.: Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти, 2008-2011. Вып. 1-3. 60 с.
15. Толстых П. А. *GR*: практикум по лоббизму в России. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 372 с.
16. Экономическая теория / под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена; пер. с англ.; науч. ред. чл.-корр. РАН В. С. Автомонов. М.: ИНФРА-М, 2004. 931 с.
17. Disclosure of Lobbying Activities [Электронный ресурс] // US Code. URL: <http://codes.lp.findlaw.com/uscode> (дата обращения: 16.02.2012).
18. *GR*-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством: учебное пособие / под ред. Л. В. Сморгунува и Л. Н. Тимофеевой. М.: РОССПЭН, 2012. 407 с.
19. Krueger A. O. The Political Economy of the Rent-Seeking Society // American Economic Review. 1974. Vol. 64. P. 291-303.
20. Tullock G. Efficient Rent Seeking // Buchanan J., Tollison R., Tullock G. Toward a Theory of the Rent-Seeking Society. Texas: A&M Univ. Press College Station, 1980. P. 91-112.
21. Tullock G. The Welfare Cost of Tariffs, Monopolies, and Theft // Western Economic Journal. 1967. Vol. 5. P. 224-232.
22. Wolpe B. C., Levine B. J. Lobbying Congress: How the System Works. 2nd ed. Washington: Congressional Quarterly, Inc., 1996. 206 p.

SUBJECTIVE STATUS OF LOBBYISM AND GOVERNMENT RELATIONS

Pavel Aleksandrovich Tolstykh, Ph. D. in Political Science
Department of Integrated Communications
National Research University "Higher School of Economics"
7443421@gmail.com

The author reveals the specificity of *Government Relations* phenomenon, presents the reasoned differentiation between the notions "lobbyist" and "GR-specialist", determines the major actors involved in business and authorities interaction process on the part of a corporate sector, and pays particular attention to the key functions and goals of *Government Relations* in companies.

Key words and phrases: Government Relations (GR); Government Relations specialists (GR-specialists); lobbyists; stakeholders; management theory; political rent; political rent prospecting theory.

УДК 316.33:321

В статье рассматриваются социальные гарантии детства как механизм долговременного действия, направленный на реализацию конституционных прав детей. Они представлены в соответствии с иерархией потребностей А. Маслоу в виде пяти уровней. Первый уровень охватывает гарантии жизнеобеспечения, второй – гарантии безопасности, третий – заботы и любви, четвертый – развития и пятый – самореализации, при этом первые два уровня гарантий являются базовыми и наиболее представленными в политико-правовом пространстве.

Ключевые слова и фразы: дети; семья; защита детства; жизнеобеспечение детства; безопасность детства; социальные гарантии детства; правовой статус детства.

Александра Геннадьевна Филипова, к.и.н., доцент
Кафедра социальной работы
Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет
Alexgen77@list.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ ГАРАНТИИ ДЕТСТВА[©]

Центральное место в правовом статусе детства отведено системе личных, социально-экономических и культурных прав, закрепленных Конституцией РФ. Закон «Об основных гарантиях прав ребенка в РФ» продублировал позиции Конституции, выделив основные направления обеспечения прав ребенка: защиту прав и законных интересов; защиту прав при осуществлении деятельности в области образования и воспитания; обеспечение прав на охрану здоровья; защиту прав и законных интересов в сфере профессиональной ориентации, профессиональной подготовки и занятости. Однако он также обозначил такие важные направления социальных гарантий детства, как *защиту прав детей на отдых и оздоровление, защиту прав и законных интересов ребенка при формировании социальной инфраструктуры для детей, защиту ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию* [8].

Представление социальных гарантий детства в соответствии с уровнями пирамиды потребностей А. Маслоу [3] предполагает продвижение от гарантий обеспечения физиологических потребностей ребенка к потребностям в безопасности и далее – к реализации потребности в заботе, любви, а также потребностям в социальном признании, развитии и самоактуализации. Рассмотрим социальные гарантии детства в логике продвижения от гарантий «базовых» потребностей детства к гарантиям личностного роста.

Социальные гарантии жизнеобеспечения связаны с удовлетворением физиологических потребностей детства в пище, одежде, жилище, обеспечении жизнеспособности всех систем организма (в том числе посредством скрининг-диагностики плода). На этом уровне гарантии развиваются в двух направлениях – охраны здоровья ребенка, беременной и кормящей женщины и оказания содействия семье в поддержании нормального уровня жизни.

Ряд норм направлен на поддержание здоровья еще не родившегося ребенка и его матери: «Каждая женщина в период беременности, во время родов и после родов обеспечивается медицинской помощью в медицинских организациях в рамках программы государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи» [7, ст. 52]. Законодательством субъектов Российской Федерации устанавливается порядок обеспечения по заключению врачей полноценным питанием беременных женщин, кормящих матерей, а также детей в возрасте до трех лет, в том числе через специальные пункты питания и организации торговли [Там же].

Дети имеют право на диспансерное наблюдение и лечение в детской и подростковой медицинских службах; на санитарно-гигиеническое образование, на обучение и труд в условиях, отвечающих их физиологическим