

О. О. Самоїленко, здобувач
ступеня доктора філософії Національної академії
державного управління при Президентіві України

МОЖЛИВІСТЬ ЗАПРОВАДЖЕННЯ АМЕРИКАНСЬКОЇ МОДЕЛІ ЛОБІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Під час дослідження було розглянуто основні теоретичні підходи до визначення змісту поняття «лобізм». Задля цього проведено порівняльний аналіз сутнісних ознак досліджуваного поняття різними науковцями. Виділено основні критерії здійснення лобістської діяльності саме щодо практики її провадження у США. Визначено основні особливості формування моделі американського лобізму в інститутах соціально-економічного розвитку. Зокрема, розглянуто основні нормативно-правові аспекти функціонування інституту лобізму США як в історичному плані, так і в сучасних економічних умовах. Наведено характеристику основних моделей лобістської діяльності в США з урахуванням територіального фактора та специфіки вираження лобізму в деяких штатах.

Важливий праксеологічний аспект дослідження також полягає в аналізі певних статистичних даних, які характеризують масштаби та напрями здійснення лобістської діяльності у США. Зокрема, визначено тенденції в обсягах витрат, чисельності лобістів і галузевої структури лобістської діяльності упродовж 2000–2019 рр. Визначено основні напрями практичної реалізації лобістської діяльності в США. Зокрема, увагу зацікавлено як на правових (перебувають у межах чинного законодавства США), так і неправових підходах до лобіювання інтересів різними зацікавленими групами. Зокрема, розглянуто приклади організації масових кампаній, які передбачають вплив на процеси формування громадської думки шляхом комбінування методів власне лобізму, зв'язків із громадськістю та реклами. Розглянуто приклади також методів тиску на владу США: підкуп політиків, збір компрометуючого матеріалу на політичних опонентів і т.д.

З огляду на проведені дослідження теоретичних і практичних аспектів лобістської діяльності у США було обґрунтовано можливості використання моделі американського лобізму в умовах України. Зокрема, у висновках до наукової статті визначено основні пріоритетні напрями подальшого формування організаційно-інфраструктурних засад розвитку української моделі лобізму з урахуванням американського досвіду, який вважається сьогодні одним із найбільш ефективних у світі.

Ключові слова: лобізм, лобістська діяльність, модель лобізму, політична ситуація, державна влада.

O. O. Samoilenko. The possibility of implementing the American model of lobby activities in Ukraine

The study considered the main theoretical approaches to determining the meaning of the concept of “lobbying”. For this purpose, a comparative analysis of the essential features of the studied concept by different scientists. The main criteria for lobbying in relation to its practice in the USA are highlighted. The main features of the formation of the model of American lobbying in the institutions of socio-economic development are determined. In particular, the basic normative-legal aspects of functioning of the Institute of lobbying of the USA are considered, both historically and in the present economic conditions. The description of the main models of lobbying in the United States, taking into account the territorial factor and the specific expression of lobbying in some states.

An important praxiological aspect of the study is the analysis of certain statistics that characterize the scope and direction of lobbying activities in the United States. In particular, the trends in the amount of expenditures, the number of lobbyists and the sectoral structure of lobbying activities during 2000–2019 were determined. The main directions of practical realization of lobbying activity in the USA were determined. In particular, attention is focused on both legal (within current US law) and non-legal approaches to lobbying interests by various interest groups. In particular, examples of organizing mass campaigns that influence the processes of public opinion formation by combining methods of lobbying, public relations and advertising are considered. Examples are also given of methods of pressure on the US authorities: bribery of politicians, collecting compromising material on political opponents, etc.

Based on the study of theoretical and practical aspects of lobbying in the United States, the possibility of using the model of American lobbying in Ukraine was substantiated. In particular, the conclusions of the scientific article identify the main priority areas for the further formation of organizational and infrastructural tasks for the development of the Ukrainian model of lobbying, taking into account the American experience, which is considered one of the most effective in the world today.

Key words: lobbying, lobbying, model of lobbying, political situation, state power.

Постановка проблеми. Розвиток різних підходів до організації лобістської діяльності почався досить давно, проте лише в процесі становлення системи соціально-економічних функцій у межах політичних систем розвинених країн лобізм перетворився в організаційну форму присутності виділених кіл зацікавлених осіб (стейкхолдерів) в різних інститутах державної влади задля підтримки їхніх інтересів. Нагальність проблематики лобізму окреслюється тим, що в сучасній політичній системі України відсутні певним чином структуровані підходи до формування моделі лобізму. Окремі прояви лобістської діяльності мають досить хаотичний характер, що зумов-

лено відсутністю вироблених механізмів лобізму. З цією метою досить нагальним є використання зарубіжного досвіду, зокрема США у практиках політичної імплементації лобізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі присутня велика кількість досліджень, які присвячені вивченню проблем лобізму, зокрема формування його моделей у США та в Україні. Однак подальшого розвитку потребують питання щодо розроблення комплексних підходів до вдосконалення процесів імплементації американського досвіду лобістської діяльності в умовах соціально-економічного розвитку України.

Метою статті є обґрунтування особливостей застосування американського досвіду лобістської діяльності в умовах соціально-економічного розвитку України.

Виклад основного матеріалу. Лобізм є одним із основоположних інститутів сучасних демократичних спільнот. Він дає можливість індивідам і групам активно захищати свої інтереси, впливаючи на процеси формування та реалізації державної політики. Лобістська діяльність стала професійною, набула розвинених організаційних форм, її масштаби суттєво зросли. Лобізм перетворився в повноцінний суспільний інститут і став одним із найважливіших елементів у системі соціально-політичної взаємодії демократичних суспільств, ефективно доповнюючи традиційні представницькі інститути демократії, сприяючи залученню в політичний процес різних соціальних інтересів. Це сприяє формуванню гармонійної та максимально збалансованої державної політики. Нині лобізм виступає як один із центральних інститутів демократичних політичних систем, що отримав неформальне визначення «третьої палати парламенту» і «п'ятої гілки влади».

У своєму англомовному варіанті термін «лобізм» (від англ. lobbying, lobby) вперше було зафіксовано в 1553 році в писемній мові. Цим словом називали місця у монастирях для прогулянок. Зокрема, термін «лобізм» у своєму першому варіанті трапляється в діловій літературі від XV ст.

Загалом, поняття лобізму стало використовуватися активно у XIX ст. в США для визначення діяльності з підкупу голосів у корисливих інтересах. Ба більше, саме це явище є похідним від закріпленого в першій поправці Конституції США права громадян звертатися до уряду з петиціями [9]. Це слово через певний проміжок часу змінило свій контекст і почало ідентифікувати приміщення Палати громад Англії, яке відводилося для прогулянок у [5].

У XX ст. роль лобізму в житті розвинених демократичних суспільств багаторазово збільшилося. Нові соціальні реалії істотно підвищили значущість лобістської діяльності. Викликане посиленням соціальної диференціації ускладнення суспільної структури породило безліч нових інтересів, які не змогли знайти адекватного відображення в класичній електорально-партійній системі політичного представництва. А збільшення законодавчої та адміністративної активності держави, що зачіпає інтереси практично всіх громадських груп, сформувало якісно нові вимоги до механізмів зворотного зв'язку, які не здатні реалізуватися через вибори і політичні партії. Отже, об'єктивні процеси суспільного розвитку актуалізували нагальну потребу в інституті лобізму, що забезпечує пряму та неопосередковану партіями й виборами взаємодію соціальних інтересів та органів державної влади, що й зумовило значне зростання ролі лобізму в сучасних суспільствах [7].

Політичного підтексту термін «лобізм», як прийнято вважати у науковій літературі, набув у XIX ст. у США. Цим поняттям характеризувався процес придбання голосів представників Конгресу за певну фінансову винагороду [4].

На думку Д. Виговського, лобізм варто тісно співвідносити з формуванням певних категоріальних і смислових ознак, які допомагають значною мірою розкрити природу його виникнення. При цьому рівень використання лобізму залежить від рівня організованості влади реальної влади [1]. Лобізм можна визначити як ознаку влади.

Отже, в сучасних умовах багато вітчизняних авторів під лобізмом розуміють виражений захист економічних інтересів та організацію взаємодії з органами державного управління в межах здійснення ними законодавчої чи виконавчої діяльності. Саме тому така модель лобізму становить інтерес для нашого дослідження.

Як уважає Ю. Журба, важливими у плані визначення лобізму є періоди його формування у межах окремих етапів соціально-економічного розвитку [2]:

- 1) релігійний (виникнення у XVI ст.), має стосунок до значного впливу релігійних організацій на прийняття державними установами визначних суспільно-економічних і політичних рішень;
- 2) світський (перша половина XVII ст.), пов'язаний із процесом обговорення та прийняття необхідних різнопланових рішень під час світських зустрічей;
- 3) парламентський (середина XVII ст.), пов'язаний із активною діяльністю та політичним піднесенням британського парламенту;
- 4) дискусійний (перша половина XIX ст.), пов'язаний із початком гострих політичних дебатів у конгресі США;
- 5) груповий (середина XIX ст.), належить до розвитку політичних об'єднань і союзів;
- 6) правовий (XIX–XX ст.), передбачає виникнення проявів корупції у процесі розвитку лобізму [5].

Зазначені вище фактори сприяли видозмінам лобізму в XX ст. По-перше, істотно розширилася соціальна база лобізму: якщо у XIX ст. до лобіювання вдавалися лише нечисленні політично заангажовані соціальні суб'єкти

(великі підприємці, профспілки), то нині практично всі представлені в суспільстві соціальні групи (добровольчі об'єднання, середній і малий бізнес, масові громадські організації, заклади освіти та охорони здоров'я, регіональні та етнічні групи та інші) активно відстоюють свої інтереси за допомогою лобіювання органів державної влади. По-друге, лобізм більше не вживається виключно як механізм впливу на членів законодавчих зборів, а застосовується щодо всіх істотних центрів влади й управління (урядових департаментів, контролюючих органів, політичних партій, місцевого самоврядування, судів і т. д.). По-третє, змінилися масштаби лобізму: від одиночних контактів громадян із депутатами парламенту лобізм переріс у стабільну та інтенсивну систему взаємодії партикулярних інтересів і публічних органів влади.

У результаті названих процесів лобізм трансформувався в потужний інститут соціально-політичної взаємодії та став ефективно доповнювати традиційну для репрезентативної демократії систему електорально-партійного представництва. Якщо спочатку подібне доповнення мало виключно неформальний характер, то в міру свого розвитку воно почало регламентувати політичну участь законодавства. На сьогодні лобізм у більшості демократичних країн, зокрема в США, набув офіційного статусу, поступово перетворившись на невіддільний елемент демократичної системи правління.

Юридичною основою лобіювання в США є перша поправка до Конституції 1787 р., у якій зазначається таке: «Конгрес не повинен видавати законів <...> обмежують <...> право громадян на звернення до уряду для задоволення скарг». Ця поправка разом із дев'ятьма іншими була внесена до Конституції США Біллем про права 1791 р. Тоні Джефферсон (президент США в 1801–1809 рр.) із цього приводу зауважив таке: «Біль про права – це протиставлення людини будь-якому уряду на Землі та сфера, куди влада або зовсім не повинна втручатися, або повинна максимально знизити своє втручання» [6].

Більшість реформ у США було проведено під тиском громадськості. Наприклад, сумнівна діяльність лобістів, що представляли інтереси компаній, які брали участь у будівництві залізниць після Громадянської війни 1861–1865 рр., призвела до правового регулювання вартості такого будівництва в сучасній Америці [1].

Ще в 1852 р. Палата представників США прийняла резолюцію, згідно з якою в приміщення законодавчого органу забороняється пускати тих, хто «найнятий як агент для вирішення будь-якої проблеми через Конгрес». У 1854 р. в Конгресі США створюється спеціальний комітет для з'ясування, «чи дійсно членам Конгресу пропонувалися гроші. Для забезпечення прийняття або відхилення законопроектів». У 1876 р. Палатою представників було прийнято ще одну резолюцію, згідно з якою «всі особи, які наймають агентів для подання їхніх інтересів у зв'язку з будь-яким законопроектом, що розглядаються цією палатою або її комітетом, повинні повідомляти клерку палати прізвище й обсяг повноважень такого агента» [6].

У тому ж році на розгляд Палати представників уперше надійшов законопроект, що містить вимогу про обов'язкову реєстрацію лобістів, однак цей законопроект швидко було відхилено. Починаючи з 1911 р. питання про правове регулювання лобіювання вносилося до порядку денного практично кожної сесії Конгресу США.

Варто зазначити, що законодавство США регулює лобіювання тільки на федеральному рівні. Кожен штат США має свій власний «лобістський» закон, причому закони штатів мають абсолютно різні підходи до регламентації лобістських відносин, різний рівень жорсткості, обсяг і зміст. Водночас не можна не зазначити фундаментальність регулювання лобізму в частині, що стосується регламентації різних лобістських ситуацій, прагнення охопити лобіювання в усьому його розмаїтті та виключити можливість неправомірного впливу на охоплених посадових осіб, що в кінцевому підсумку означає законність прийнятих державних рішень.

Можна сказати, що сьогодні з погляду світової практики правової регламентації лобістських відносин, загалом, американська модель правового регулювання лобіювання є якщо не ідеальною, то досить успішною у сфері реалізації завдань розкриття (забезпечення відкритості та прозорості) діяльності лобістів.

Значний розвиток лобізму в сучасному демократичному суспільстві США підтверджується певними емпіричними даними. Наприклад, у федеральних органах влади США діють близько 12,3 тис. лобістів, їхні сумарні витрати перевищують 3 млрд дол. на рік. Загальні витрати на лобізм тільки щодо загальнонаціонального уряду з 1998 по 2019 р. склали в США близько 40 млрд дол. (рис. 1) [10].

Варто зауважити, що починаючи з 2010 по 2019 рр. витрати на лобізм у США є відносно сталою цифрою, яка коливалася в межах 3,4–3,5 млрд дол. За останні 20 років витрати на лобізм зросли майже вдвічі у вартісному еквіваленті. Однак якщо врахувати світову інфляцію та продисконтувати вартість витрат (світова інфляція за 20 років становить приблизно 300 %), то можна сказати, що фактично рівень фінансового стимулювання лобізму в США суттєво знизився [10].

У структурі представництва інтересів основна частка витрат на лобістську діяльність, за даними Дж. Фігейрейдо, припадає на комерційні корпорації (55 % – на федеральному рівні і 40 % – на рівні штатів), торгові асоціації (29 % – на федеральному рівні і 46 % – на рівні штатів) та профспілки (6 % витрат на федеральному рівні і 2 % – на рівні штатів). На просування інших інтересів, включно з ідеологічними рухами, добровольчими об'єднаннями, екологічними групами та іншими, припадає лише 10 % витрат на федеральному рівні і 12 % – на рівні штатів [9].

Згідно з оціночними даними по всій країні в сфері лобіювання працюють приблизно 12 тис. осіб. (рис. 2).

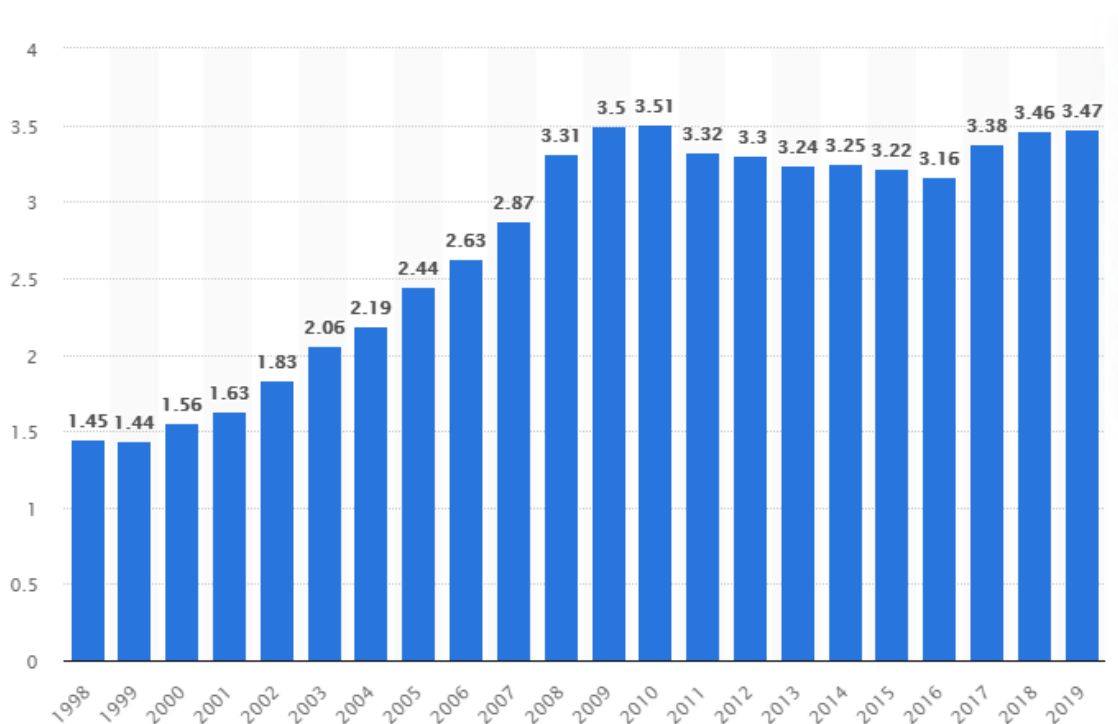


Рис. 1. Обсяги витрат на лобізм у США, млрд. дол. [10]

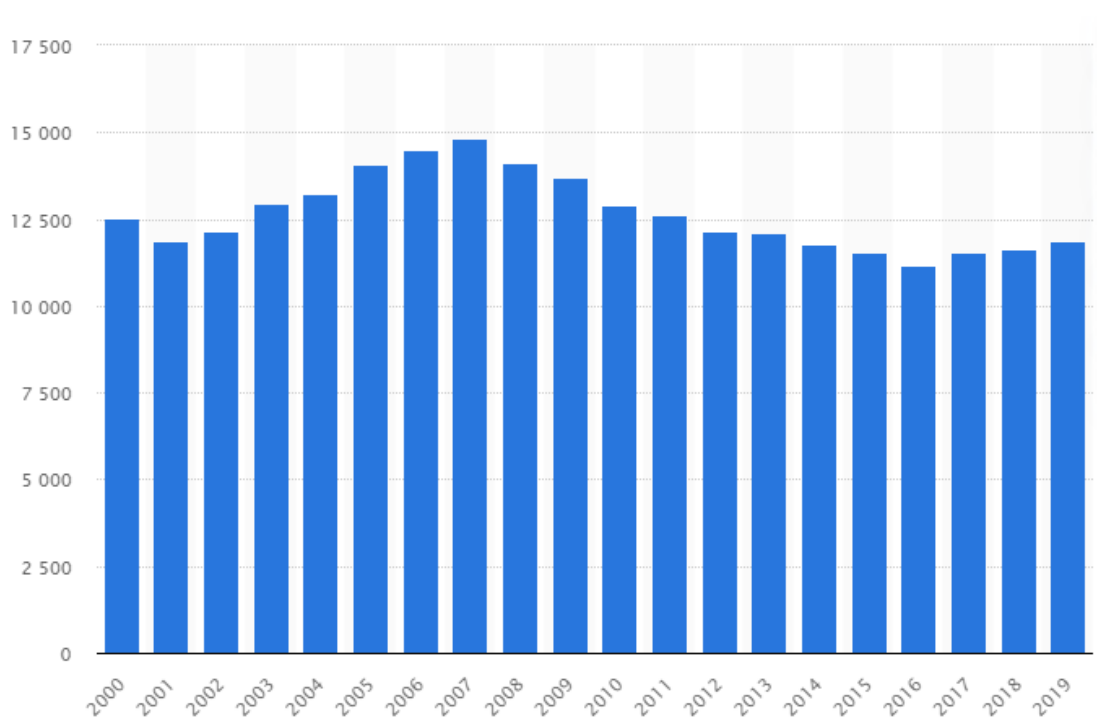


Рис. 2. Чисельність лобістів у США (федеральні органи влади) [11]

Схожу картину демонструють дані Центру відповідальної політики, здійснюється ранжування витрат на лобізм у 13 громадських секторах США, 10 з яких охоплюють різні галузі бізнесу, один представляє профспілки, один – ідеологію та окремі проблемні питання (рух за демократію, лібералізм або консерватизм, права людини, екологію, противників і прихильників абортів, противників і прихильників вільного володіння зброєю і т. п.); також один сектор виділено для категорії «інше», представляючи цивільних службовців і державних посадових осіб, духовенство та релігійні організації, сферу освіти, некомерційні організації та фонди, благодійні організації та пенсіонерів (табл. 1) [12].

Витрати на лобізм у США за секторами за період з 1998 по 2019 рр. [12]

Сектори соціально-економічної системи	Витрати на лобізм у 2019 р., млн дол.	Частка у 2019 р., %
Охорона здоров'я	516,9	14,9
Фінанси / Страхування / Нерухомість	511,3	14,7
Комунікація / Електроніка	499,0	14,4
Енергетика / Природні ресурси	420,2	12,1
Інше	379,9	10,9
Транспорт	272,3	7,8
Ідеологія	261,2	7,5
Окремі проблемні питання	167,9	4,8
Аграрний бізнес	154,3	4,4
Оборона	147,2	4,2
Будівництво	56,0	1,6
Профспілки	50,9	1,5
Юристи і лобісти	35,8	1,0
Разом	3472,7	100,0

У загальних витратах на лобізм виділяються витрати окремих соціально-економічних суб'єктів. Серед клієнтів, які в найбільших обсягах оплачують лобістські послуги, переважають провідні асоціації (Торгова палата США, Американська медична асоціація, Американська асоціація пенсіонерів, Національна асоціація ріелторів) і найбільші транснаціональні корпорації (General Electric, Northrop Grumman, Exxon Mobil, Boeing Co). Також необхідно зазначити значні бюджети лобістських фірм, які показують ступінь розвитку організованого лобізму в США.

Прагнучи створити для себе режим максимального сприяння, конкретні зацікавлені групи в США часто вдаються до маніпуляцій із бюджетним процесом і федеральної контрактної системи. Оскільки в межах багатьох федеральних (і не тільки) програм бюджетні кошти розподіляються з урахуванням математичних формул, то майбутній підрядник ще на стадії розроблення програми прагне пролобіювати таку формулу, за якою він зможе отримати найбільший обсяг фінансування. Одним із способів закріплення досягнутих переваг є зміна способу бюджетування з метою зменшення частки бюджету, яка може бути змінена. Однак цей прийом доступний тільки дуже могутнім зацікавленим групам, здатним диктувати свої умови адміністративно-бюджетного управління. Найнадійнішим способом отримати кошти з федерального бюджету є отримання права самому оцінювати якість своєї роботи. Зокрема, прикладом може служити компанія «3M Informational Systems», яка у 2000-х рр. отримала контракт на оцінку ступеня ефективності свого власного програмного забезпечення як операційної системи для Medicare. Тож не дивно, що найбільш високонадійним і ефективним ця компанія визнала саме своє програмне забезпечення [12].

У практиці лобістських кампаній кінця ХХ ст. все більш значущу роль став відігравати так званий непрямий лобізм нового типу. Його суть полягає не тільки в організації масових кампаній, які дійсно чи уявно відображають думку більшості населення і / або певної його групи, а й у формуванні громадської думки шляхом комбінування методів власне лобізму, зв'язків із громадськістю та реклами. Улюбленим прийомом лобістів у США є організація кампанії під умовною назвою «напишіть вашому депутату», під час якої на депутатів спрямовується буквально шквал телефонних дзвінків, листів і телеграм від виборців його округу. Найчастіше багато депутатів не витримують такого пресингу і здаються перед обличчям «паперового смерчу» і «телефонного буму» [12].

На жаль, у практиці лобізму нерідко використовуються відверто неправі методи тиску на владу: підкуп політиків, збір компрометуючого матеріалу на політичних опонентів і т.д. Використання подібних методів дискредитує політичні інститути, зокрема й сам лобізм. Причому межа між законним і незаконним лобіюванням часто є дуже тонкою. Наприклад, у США для зменшення ступеня публічності процесу розгляду тих чи інших асигнувань використовується такий прийом бюджетного лобіювання, як переведення фінансового законопроекту в категорію термінових і надзвичайних. За такою схемою фінансувалися війни в Афганістані та Іраку [5]. А найпоширенішим способом забезпечення мінімальної гласності процесу розподілу бюджетних коштів є переведення проекту в категорію секретних програм, у межах яких щорічно витрачається близько 30 млрд дол. Чим менш прозорим і підконтрольним є цей процес, тим більше можливостей у лобістів.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Отже, сьогодні з погляду світової практики правової регламентації лобістських відносин, загалом, американська модель правового регулювання лобіювання є якщо не ідеальною, то досить успішною у сфері реалізації завдань розкриття (забезпечення відкритості та прозорості) діяльності лобістів. Органи державної влади в Україні повинні прийняти початкові заходи щодо забезпечення переходу від замкнутого внутрішньо-корпоративного лобі до демократичного і про-

зорого. Головними напрямками імплементації досвіду США у процесі регулювання лобізму в Україні можна визначити такі: публікація списків усіх зустрічей, не тільки представників влади, а й представників корпорацій, пов'язаних із лобі; відмова в задоволенні вимог і скасування всіх пільг для незареєстрованих лобістів; посилення уваги до можливості конфлікту інтересів; активна публікація всієї документації в процесі прийняття рішень, що стосуються представництва інтересів; спрощена реєстрація для лобістів, що представляють виключно інтереси громадських організацій.

Список використаних джерел:

1. Виговський Д. Суть лобізму як категорії політичної науки. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2008. № 20. С. 41–47.
2. Журба Ю., Гончаренко О. та ін. Лобізм: загальнотеоретичний аналіз lobbying: general theoretical analysis. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2016. № 3. С. 11–16.
3. Карпенко О. Про доцільність впровадження в Україні інституту цивілізованого лобізму державно-управлінських рішень. *Демократичне врядування*. 2011. Вип. 7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2011_7_16.
4. Яровой Т. Становлення законодавчого регулювання лобізму в США як приклад для України. *Аспекти публічного управління*. 2019. № 1. С. 54–59.
5. Жуков М. История регулирования лоббизма в США. *Конституционное и муниципальное право*. 2012. № 11.
6. Официальный сайт Департамента юстиции США. URL: <http://www.fara.gov>.
7. Lobbying Disclosure Act. URL: http://www.senate.gov/legislative/Lobbying/Lobby_Disclosure_Act/TOC.htm.
8. American League of Lobbyists (ALL). Official website. URL: <http://www.alldc.org>.
9. Limitations, contributions, and expenditures. (B), (C), (D). (2008). Federal election campaign laws compiled by The Federal election Commission. URL: <http://www.fec.gov/law/feca/feca.pdf>.
10. Total lobbying spending U.S. 1998–2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/257337/total-lobbying-spending-in-the-us>.
11. Number of lobbyists in the U.S. 2000–2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/257340/number-of-lobbyists-in-the-us>.
12. Leading lobbying industries in the U.S. 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/257364/top-lobbying-industries-in-the-us>.

References:

1. Vyhovskiy D. Sut lobizmu yak katehorii politychnoi nauky [The essence of lobbying as a category of political science]. *Ukrainska natsionalna ideia: realii ta perspektyvy rozvytku*. 2008. № 20. S. 41–47 [Ukraine].
2. Zhurba Yu. ta in. Lobizm: zahalnoteoretychnyi analiz lobbying: general theoretical analysis [Lobbying: general theoretical analysis]. *Aktualni problemy vitchyznianoї yurysprudentsii*. 2016. № 3. S. 11–16 [Ukraine].
3. Karpenko O. Pro dotsilnist vprovadzhennia v Ukraini instytutu tsyvilizovanoho lobizmu derzhavno-upravlinskykh rishen [About expediency of introduction in Ukraine of institute of civilized lobbying of state-administrative decisions]. *Demokratychnе vriaduvannia*. 2011. Vyp. 7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2011_7_16 [Ukraine].
4. Iarovoї T. Stanovlennia zakonodavchoho rehuliuвання lobizmu v SShA yak pryklad dlia Ukrainy [Formation of legislative regulation of lobbying in the United States as an example for Ukraine]. *Aspekty publichnoho upravlinnia*. 2019. № 1. S. 54–59 [Ukraine].
5. Zhukov M. Ystoriya rehulyrovannia lobbyzma v SShA [History of lobbying regulation in the United States]. *Konstytutsyonnoe y munitsypalnoe pravo*. 2012. № 11. [Ukraine].
6. Official website of the US Department of Justice. URL: <http://www.fara.gov>.
7. Lobbying Disclosure Act. URL: http://www.senate.gov/legislative/Lobbying/Lobby_Disclosure_Act/TOC.htm.
8. American League of Lobbyists (ALL). Official website. URL: <http://www.alldc.org>.
9. Limitations, contributions, and expenditures. (B), (C), (D). (2008). Federal election campaign laws compiled by The Federal election Commission. URL: <http://www.fec.gov/law/feca/feca.pdf>.
10. Total lobbying spending U.S. 1998–2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/257337/total-lobbying-spending-in-the-us>.
11. Number of lobbyists in the U.S. 2000–2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/257340/number-of-lobbyists-in-the-us>.
12. Leading lobbying industries in the U.S. 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/257364/top-lobbying-industries-in-the-us>.