

LOBBING - PŮSOBENÍ ZÁJMOVÝCH SKUPIN



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

**Teorie hospodářské
politiky
Prezentace č. 10**

Obsah prezentace



1. Co znamená lobbying?
 2. Jak chápeme lobbying
 3. Vymezení lobbyingu
 4. Definice lobbyingu, kdo je lobbista
 5. Zdroje a funkce lobbyingu
 6. Taktiky (techniky) lobbyingu
 7. Lobbying v EU a jeho efektivnost
 8. Lobbování v ČR
 9. Regulace lobbyingu
-

Kde se vzal lobbying v českém jazyce?



- Ze slova lobby
- Lobby – podstatné jméno ženského rodu, v češtině nesklonné
- Odvozená slova zachovávají v základu dvě „bb“
- Píšeme tedy lobbování, lobbovat
- Přípony - ista a - ismus se nepřipojují mechanicky, ale ze dvou samohlásek (y a i) zůstává jen „i“
- Píšeme tedy lobbista, lobbying, lobbismus

Lobby – výklad pojmu



- Původ slova : z latiny LAUBIA - vstupní hala
- Pojem přichází z USA
 - Lobby – hala, vestibul, předsálí
 - Lobby – nátlaková skupina
- Nebo z ČECH ?
 - Loubí –zahradní konstrukce porostlá popínavými rostlinami
 - Podloubí – vnější otevřená klenutá chodba se sloupy v přízemí domu (viz např. Jičín)

LOBBY – LOUBÍ (Jičínský zámek)



- Na nějakou dobu upoutal jičínský zámek opět pozornost Evropy za napoleonských válek v r. 1823, kdy v jeho zdech sídlil od 3. června do 6. července císař František I. a měl tu i řadu schůzí a porad. Nejzávažnější byla porada z 15. června, na níž bylo rozhodnuto co nejrychleji dokončit zbrojení, a schůzka nejvyšších rakouských vojevůdců - Schwarzenberka a Radeckého - s ruským generálem Tollem, na níž byla dohodnuta tzv. Svatá aliance proti Napoleonovi.

Jičínský zámek



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Ideální definice lobbingu by měla



- jasně vymezit pojem lobbing vůči korupci,
- odlišit lobbing od prosazování zájmů prostřednictvím volených zástupců,
- vymezit lobbing jako zdroj informací a expertíz,
- jasně vymezit aktéry lobbingu
- vymezit cíle lobbingu.

Pojem lobbying můžeme chápat jako



- obecný pojem pro ovlivňování veřejných činitelů,
- přesvědčování,
- obhajobu,
- reprezentaci zájmů,
- komunikaci pomocí:
 - předkládání faktů,
 - předkládání jednostranných argumentů,
 - vlivu veřejného mínění nebo příspěvků na kampaň.
- nástroj zprostředkování:
 - myšlenek
 - názorů
 - zdrojů

- *Užší vymezení*

- chápe lobbing jako aktivitu směřující k ovlivnění rozhodnutí zákonodárců při tvorbě legislativy,
- Je nedostatečné, protože lobbing je zde spojován pouze s přijímáním, změnou a rušením zákonů.

- *Širší vymezení*

- snaha ovlivnit rozhodování veřejných činitelů v legislativě i exekutivě a to jak na centrální tak samosprávné úrovni,

Potřeba vymezit lobbying vůči korupci



- Americký senátor Mc Cain (republikánský kandidát na prezidenta), odpověděl na otázku, jaký je rozdíl mezi lobováním a korupcí následovně:

**„To co dělám já, je lobbování, to co dělají mí protivníci, to je
KORUPCE.“**

Definice lobbingu dle Kalniše (2005)



- *„Legitimní, legální a uznaná „interakce soukromých osob se státními orgány a orgány místní správy/samosprávy s cílem dosáhnout toho, aby byla nebo nebyla přijata některá rozhodnutí anebo byly či nebyly realizovány určité aktivity tak, jak si žádají oni nebo třetí osoby (klienti).“*
- Lobbování nezahrnuje aktivity soukromých osob, které jsou součástí administrativních nebo právních procedur, stejně jako nezahrnuje aktivity, které se odehrávají výlučně na otevřené scéně a které by jakýmkoliv způsobem mohly být považovány za korupční jednání.

Další definice lobbingu



- *„Jakýkoliv pokus jedinců nebo zájmových skupin soukromého charakteru ovlivnit rozhodování vlády; ve svém původním významu zmiňován jako snahy ovlivnit hlasování zákonodárců v kuloárech zákonodárny komory parlamentu.“*

(Britská encyklopedie)

- *„Lobbing je v určité formě nepostradatelnou součástí jakéhokoliv politického systému.“*

<http://www.britannica.com>

Kdo je lobbista?



- Lobbisté jsou placenými členy zájmových skupin, kteří reprezentují tuto skupinu.
- Jsou vybaveni přesnými, cíleně zaměřenými informacemi k určité (a pro zájmovou skupinu důležité) problematice → *přímé lobbování*.
- *Nepřímé lobbování* zapojuje do této činnosti pokud možno co největší počet lidí, přičemž nezáleží na tom, zda se jedná o členy skupiny či pouze sympatizanty (kampaně).

4 nejdůležitější zdroje lobbingu



- *Finanční zdroje* nutné na financování lobbistických aktivit.
- *Znalosti a dovednosti* – know-how, jak se věci dělají.
- *Kontakty* – osobního nebo obchodního charakteru
- *Dobrá organizace a schopnost spolupracovat*

Základní funkce lobbingu



- Přesvědčovací
- Informační
- Nabízení řešení
- Upozorňování na problémy a jejich medializace
- Vymáhání základních práv, sbírání informací a role hlídačského psa
- Integrační
- „Vyšlapávání si cestičky“

- *Přímý lobbying (direct lobbying)*
 - snaží se přímo bez vedlejších efektů na ostatní skupiny oslovit veřejné činitele s rozhodovacími pravomocemi
 - přímý kontakt a informace
 - v Evropě velmi populární
 - Provádí ho profesionálové (lobbistická elita)
 - Techniky jsou psaní dopisů, emailů, faxů; telefonáty; osobní návštěvy; organizované debaty; konzultace k vybraným problémům; kontaktování asistentů, konzultantů, poradců

- *Nepřímý lobbying*
 - Cílem není přímý kontakt, ale ovlivňování širšího okruhu lidí a veřejného mínění
 - Nejčastější techniky jsou vzdělávací a informační kampaně, inzeráty, reklama v médiích, organizovaná setkání či semináře s odborníky.

- Klíčovým zájmem jakékoliv zájmové skupiny, působící v EU, je ovlivnění legislativních procesů EU.
- Vyplývá to z charakteru orgánů EU, kde klasické vyhledávání renty je zaměřeno na krátkodobé efekty a velikost rozpočtu není v porovnání s rozpočty jednotlivých zemí „zajímavá“.
- Z toho pak plyne dlouhodobost snah o lobbing.
- *Původně* byl lobbing individuální (na principu akce – reakce) prosazení „vyrovnávacího zákona“.
- *V současnosti* je lobbing chápán jako akce jako prevence, kdy cílem je vytvářet právo, předcházet krizovým scénářům, preventivně budovat vztahy a kontakty, vytvářet si pozitivní image ve společnosti.

- 60. - 70. léta – přímé (zprostředkovaně nepřímé) lobbování na úrovni národních vlád. V Bruselu cca 300 zájmových skupin
- Maastrichtská dohoda znamenala obrát v možnostech lobbování; v 90. letech funguje v Bruselu cca 3000 zájm. skupin s více jak 10 000 zaměstnanci
- Po roce 2000 již více jak 15 000 lobbistů
- K tomu kanceláře jednotlivých zemí (i regionů) - cca 50 - zaměstnávající lobbisty
- Cca 200 soukromých firem prodávajících lobbing
- Cca 100 expertů pro jednotlivé oblasti nabízející lobbistické služby
- Dominuje přímý lobbing

Co je zásadní k dosahování vysoké efektivity lobbování?



- oslovit ty správné úředníky (poslance, komisaře a ministry),
- udržovat funkční a aktivní vztah s příslušným poslancem, komisařem či ministrem a jejich úředníky,
- dobré načasování (timing is everything),
- poskytovat konzistentní, cílené a relevantní informace,
- být objektivní - poskytovat nezkreslené, vyvážené informace bez emocí.

- Etické lobbování existuje
 - Transparentnost je nejdůležitějším principem lobbování
 - Lobbování je důležité pro fungování nejednoho úřadu a politického orgánu
 - Lobbisté mohou poskytovat kvalifikované, detailní, odborné a podložené informace
 - Informace poskytované lobbisty jsou mnohdy zkreslené a jednostranné
 - Politici mají vysoké mínění o lobbistech působících v sektoru IT
 - Firmy jsou lepšími lobbisty než profesní a nevládní organizace
-

- Politici preferují osobní schůzky
- Veřejnost nemá dostatek informací o způsobu práce a užitečnosti lobbingu
- Potřeba legislativní úpravy lobbování - zásady:
 - nutnost registrace zájmové organizace,
 - identifikace zájmové organizace,
 - veřejná prezentace cílů zájmové organizace,
 - přehledné hospodaření s prostředky.

Modelové typy regulace lobbingu



	Samoregulace	Zákonná regulace
Dobrovolné	(A) doporučení, nepovinné etické kodexy	(B) Zákony či pravidla, která v případě splnění požadavků odmění registrované určitým privilegiem – dobrovolné přihlášení
Povinné	(C) Závazné povinnosti stanovené zastřešující asociací (povinné etické kodexy, povinné zveřejňování seznamů klientů)	(D) Zákony stanovující závazné povinnosti pro všechny subjekty v oboru

Pramen: Kalniš, 2005; upraveno

(A) - vysoce kulturní prostředí, vysoká hodnota etických principů (země s nízkou mírou korupce)

(B) - Evropská komise, Francie

(C) - Velká Británie

(D) - USA, Kanada, Litva, Polsko

Tři typy zákonné regulace lobbingu



Vybraná kritéria	Málo regulované systémy	Středně regulované systémy	Vysoce regulované systémy
Lobbisté jsou definováni jako	lobbující pouze pro třetí strany	firemní lobbisté zaměstnaní ZS nebo organizacemi	firemní lobbisté; osoby lobbující na svůj účet nebo pracující pro charitu
Pravidla pro registraci	existují, ale málo detailních informací	existují; jsou požadovány detailnější informace	precizní a detailní informace
Přiznání výdajů a nákladů	neexistuje ani pro lobbisty, ani pro jejich zaměstnavatele	určitá pravidla pro přiznání nákladů lobbisty; neexistuje regulace pro přiznání výdajů ze strany zaměstnavatelů (klientů)	přísná pravidla na výdaje lobbistů; existuje i regulace výdajů zaměstnavatelů (klientů)
Vynutitelnost	malé investice do vynucovací schopnosti státem	existuje nástroj, ale v praxi je zřídka využíván	státní agentura může a často provádí povinné revize/audity

Pramen: Chari, Murphy (2006)Chari, Murphy, Hogan (2007)Griffith (2008).

Málo regulované systémy – Evropský Parlament, Německo, Francie

Středně regulované systémy – Austrálie, Polsko, Litva

Vysoce regulované systémy – USA, Kanada, Maďarsko



- *Lobbisté*
 - registrovat se
 - zveřejnit svého zaměstnavatele, dobu a způsob uskutečnění lobbingu téma (předmět) lobbingu, jméno a instituci lobbovaného
 - odevzdávat finanční zprávu, přijmout audit kontrolního orgánu
 - podepsat etický kodex



- *Lobbování*

- vést otevřený veřejný diář
- zveřejnit jméno lobbisty,
- zveřejnit, s kým lobbovaný jednal o daném tématu,
- zveřejňovat finanční zájmy a obdržené dary,
- zákaz výkonu činnosti po určitou dobu (lobbování se nemohou stát lobbisty a naopak, cooling-off period),
- podepsat etický kodex

Přínosy legislativní regulace lobbingu v ČR



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Zlepšení fungování institucí jako základního kamene konkurenceschopnosti
- Posílení veřejné kontroly
- Transparentnost a odpovědnost výkonu veřejné správy
- Zamezení plýtvání veřejných prostředků
- Potlačení korupce



Děkuji za pozornost a přeji hezký den

