

Jak úspěšně ovlivňovat legislativu v ČR

12. prosinec 2019

Lobbing



Je třeba si uvědomit

- Bavíme se o legálním a legitimním lobbingu
- Lobbing je dřina
- Je nezbytné mít strategii (nejednat náhodně či chaoticky)
- Jde o systematickou a dlouhodobou (ne-li trvalou) aktivitu (legislativní proces trvá min. 1 rok)
- Zkratky a jednoduchá vítězství neexistují
- Klíčové je zapojit a získat na svoji stranu co nejvíce sociálních partnerů a dalších zájmových skupin



Dva základní typy lobbingu

PA agentury

Soukromé firmy mající znalost legislativního procesu a zpravidla vazby na politiky

Sociální partneři

Organizace mající speciální a privilegovaný přístup k legislativnímu procesu

Asociace/svaz zaměstnavatelů

Je někde na pomezí těchto dvou

Legislativní proces a jeho ovlivňování

Oba typy lobbingu se mohou velmi dobře doplňovat a je dobré, když se doplňují.

Výhodou sociálního partnera (svazu zaměstnavatelů) je neutralita a respekt ze strany veřejné správy a Sněmovny

Díky tomu mají sociální partneři otevřené dveře do míst, kam PA agentury nemohou



eKlep (legislativní online systém)
RHSD (tripartity)
LRV (legislativní rady vlády)

Legislativní proces z pohledu PA agentury

1. Ministerstva
2. Vnější připomínkové řízení
3. Legislativní rada vlády
4. Vláda
- 5. Sněmovna**
- 6. Senát**
7. Prezident

Legislativní proces z pohledu soc. partnerů

1. Expertní komise
2. Strategické dokumenty
3. Ministerstva
4. Vnitřní připomínkové řízení
5. Pracovní tripartitní týmy
6. Plénum tripartity
7. Vnější připomínkové řízení
8. Legislativní rada vlády
9. Vláda
10. Sněmovna
11. Senát
12. Prezident

podpůrné aktivity:

- Průzkumy
- Kulaté stoly
- Odborné konference (Sněmovna, Senát)
- Analýzy
- Expertní týmy a skupiny
- Tiskové zprávy
- Tiskové konference

Klíč k úspěšnému lobbingu

1. Začít včas – modelovat názory veřejné správy už v zárodcích
2. Být vytrvalý a trpělivý – je to běh na dlouhou trať
3. Investovat dostatek energie – je to opravdu hodně práce
4. Získat podporu co nejvíce sociálních partnerů – čím větší shoda, tím vyšší šance na úspěch
5. Investovat do podpůrného PR – průzkumy, konference tiskové zprávy, sociální sítě...
6. **Mít strategického partnera**



Děkuji Vám za pozornost !

Vít Jásek
výkonný ředitel UZS ČR
vit.jasek@uzs.cz