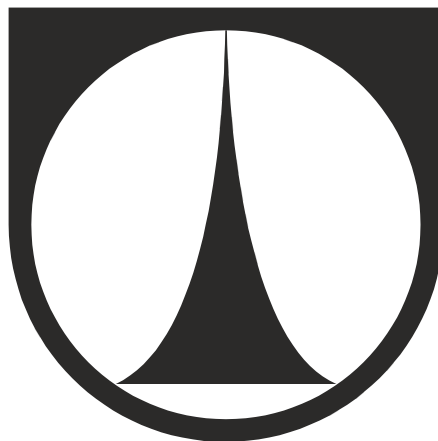


TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Ekonomická fakulta



DIPLOMOVÁ PRÁCE

2013

Bc. Eliška Kabelková

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Ekonomická fakulta

Studijní program: **N 6208 – Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**

Prosazování zájmů českých podnikatelských subjektů v EU

Lobbying of Czech Business Subjects in the EU

DP – PE – KEK 2012 28
Eliška Kabelková

Vedoucí práce: doc. Ing. Laboutková Šárka, Ph.D., katedra ekonomie
Konzultant: JUDr. Telička Pavel, společník BXL Consulting s. r. o.

Počet stran: 85 Počet příloh: 2

Datum odevzdání: 10. května 2013

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci dne 10. května 2013

Bc. Eliška Kabelková

Poděkování

Ráda bych tímto poděkovala vedoucí mé diplomové práce doc. Ing. Šárce Laboutkové, Ph.D. za vstřícný přístup, cenné rady a připomínky, které byly hodnotným přínosem při zpracování této práce.

Bc. Eliška Kabelková

Anotace

Předmětem diplomové práce Prosazování zájmů českých podnikatelských subjektů v EU je analýza činnosti vybraného segmentu firem v oblasti lobbingu v České republice a Evropské unii. Nejprve jsou v práci vymezena teoretická východiska lobbingu a zájmových skupin, včetně změn jejich působení po vstupu České republiky do Evropské unie. Další část práce se zabývá historií a současným stavem regulace lobbingu, jak v Evropské unii, tak také v České republice. Čtvrtá kapitola popisuje činnost a analyzuje význam jednotlivých zastoupení České republiky v Bruselu. Závěrečná část pak předkládá vlastní analýzu lobbingu a realitu českých podnikatelských subjektů v ovlivňování politických rozhodnutí.

Klíčová slova

Asociace, Evropská unie, legislativa, lobbing, zájem, zájmová skupina.

Annotation

The subject of the thesis named "Promoting the interests of Czech businesses within EU" is the analysis of lobbying activities of some Czech companies in the Czech Republic and in the European Union. The first part of the thesis contains the theoretical background of lobbying, the interest groups and the changes in their activity after the Czech Republic joined the European Union. Next part of the thesis contains the history and the current state of regulation of lobbying in the European Union, as well as in Czech Republic. Chapter four describes the activities and analyzes the importance of representatives of Czech Republic in Brussels. The last chapter contains the very own analysis of lobbying and realistic capability of Czech businesses to influence the political decisions.

Key Words

Association, European Union, legislation, lobbying, interest, interest group.

Obsah

Seznam zkratk	11
Seznam tabulek	12
Seznam obrázků	13
Úvod	14
1 Charakteristika, formulace a funkce zájmových skupin	16
1.1 Definice a typologie zájmových skupin.....	16
1.2 Funkce zájmových skupin	18
1.3 Vymezení hranice mezi zájmovou skupinou a politickou stranou	19
1.4 Terminologie lobbingu	20
1.5 Lobbing vs. korupce	24
1.6 Strategie, taktiky, formy a nástroje prosazování zájmů.....	25
2 Prosazování českých zájmů v Evropské unii	30
2.1 Jak vstup do EU ovlivnil činnost zájmových skupin.....	30
2.2 Instituce EU jako cíl lobbistů.....	32
3 Regulace lobbingu a její současný stav	38
3.1 Historie a počátky regulace.....	38
3.2 Regulace lobbingu v EU	42
3.3 Kooperace Evropské komise a Evropského parlamentu.....	46
3.4 Regulace lobbingu v České republice.....	48
4 Zastoupení ČR potažmo podnikatelských zájmů v Bruselu	53
4.1 Stálé zastoupení ČR při EU	53
4.2 Česká podnikatelská reprezentace při EU	54
4.3 Česká styčná kancelář pro výzkum a vývoj.....	55
4.4 Zastoupení krajů	56
5 Analýza prosazování zájmů českými podnikatelskými subjekty	58
5.1 Fleishman-Hillard: Lobbing v České republice.....	58
5.2 Vlastní analýza prosazování zájmů.....	63
Závěr	77
Seznam použité literatury	79

Seznam příloh	85
----------------------------	-----------

Seznam zkratek

APAA	Asociace Public Affairs Agentur
AWT	Advanced World Transport
CEBRE	Česká podnikatelská reprezentace při EU
CZELO	Česká styčná kancelář pro výzkum a vývoj
ČATP	Česká asociace technických plynů
ČAPPO	Česká asociace petrolejářského průmyslu
ČBA	Česká bankovní asociace
ČR	Česká republika
EHSV	Evropský hospodářských a sociální výbor
EK	Evropská komise
EP	Evropský parlament
EU	Evropská unie
FRLA	Federal Regulation of Lobbying Act
HK ČR	Hospodářská komise České republiky
JHK	Jihočeská hospodářská komora
LDA	Lobbying Disclosure Act
OHK	Okresní hospodářská komora
PČR	Parlament České republiky
SP ČR	Svaz průmyslu a dopravy České republiky
SST	Svaz strojírenské technologie
TUL	Technická univerzita v Liberci
TŽ, a. s.	TŘINECKÉ ŽELEZÁRNY, a. s.

Seznam tabulek

Tab. 1: Přehled přímých a nepřímých forem lobbingu v EU	29
Tab. 2: Přehled procesu evropeizace zájmových skupin.....	32
Tab. 3: Kontingenční tabulka	72

Seznam obrázků

Obr. 1: Využití lobbingových strategií	26
Obr. 2: Obecné zásady zásady a minimální standardy pro konzultace	44
Obr. 3: Skupiny registrovaných subjektů v Rejstříku transparentnosti Evropské komise ..	46
Obr. 4: Vývoj registrací od spuštění dne 23. 6. 2011	48
Obr. 5: Nejčastější důvody komunikace s politiky	59
Obr. 6: Preferované prostředky komunikace s českými politiky.....	60
Obr. 7: Osoby považované za lobbisty z pohledu respondentů.....	61
Obr. 8: Názor na regulaci lobbingu v ČR.....	62
Obr. 9: Forma monitoringu legislativy jednotlivých subjektů	71

Úvod

Součástí demokratických systémů je možnost svobodně vyslovit své názory, reprezentovat své zájmy a legitimním způsobem se je snažit prosadit u kompetentních osob a institucí. Jedním z nástrojů, které slouží k prosazení zájmů jednotlivce či organizace, je lobbying. Lobbying však často není vnímán jako legitimní prostředek pro prosazení zájmů, ale je spojován s nekalými praktikami korupce. Důvodem je jeho nedostatečná transparentnost a nedostačující či chybějící regulace. Přitom lobbying, založený na analýzách a přesvědčivých argumentech, je cenný zdroj informací pro ty, kteří v daných věcech rozhodují, a tím může přispívat k přijímání kvalitní legislativy. Česká republika se vstupem do Evropské unie dne 1. května 2004 zavázala k dodržování a implementaci evropské legislativy do českého právního systému. Zhruba 70–80 % českého práva je nyní ovlivněno právem evropským. Takto vysoké procento je jasným impulsem pro české subjekty k formování postojů, názorů, požadavků a zájmů směrem k Evropské unii.

Diplomová práce předkládá analýzu lobbyingu vybraného segmentu firem vůči České republice a Evropské unii. Jejím cílem je ukázat, jak dané firmy reprezentují své zájmy, zdali jsou členy sdružujících organizací, a jestli se aktivně účastní připomínkování navrhovaných zákonů. Na základě výzkumného úkolu zjistit kolik firem se účastní připomínkování legislativy, je vyslovena hypotéza o závislosti mezi velikostí daného podnikatelského subjektu a jeho účastí na zákonodárném procesu. Dalším cílem práce je ověřit a prokázat vyslovenou hypotézu vhodným statistickým testem. Pro analýzu byly vybrány firmy z každoročně sestavovaného žebříčku 100 nejobdivovanějších firem ČR, který je sestavován sdružením CZECH TOP 100.

Úvodní část práce je věnována teoretickému vymezení pojmu zájmové skupiny, její definici a funkci. Následně je charakterizován samotný lobbying a jeho hlavní aktér – lobbista. Další část práce je věnována již nastíněnému problému zaměňování lobbyingu s korupcí a na závěr první kapitoly jsou uvedeny používané strategie, taktiky, formy a nástroje lobbyingu. Druhá kapitola je zaměřena na prosazování zájmů v Evropské unii. Konkrétně jsou popsány změny v činnostech zájmových skupin po vstupu České republiky do Evropské unie. Ta je zde chápána jako nová aréna pro prosazení zájmů. Stručně je

nastíněn evropský legislativní proces a hlavní instituce, které mají největší vliv na podobu projednávaných a schvalovaných zákonů.

Praktická část je nejdříve věnována regulaci lobbingu, jejím počátkům ve Spojených státech amerických, následně je zmapován stav regulace na poli Evropské unie a na závěr této problematiky je popsána situace hledání regulatorního rámce lobbingu pro Českou republiku. Tato kapitola je zmíněna z důvodu ukázat na nutnost zavedení regulace v České republice. Další část se věnuje činnostem a významu jednotlivých zastoupení České republiky v Bruselu. Následuje hlavní část práce, která se zabývá analýzou lobbingu českých podnikatelských subjektů směrem k České republice a Evropské unii. Nejdříve je zmíněna analýza provedená společností Fleishman-Hillard, která svůj průzkum prováděla na jaře roku 2010. Následně je provedena vlastní analýza, testována a prokazována vyslovená hypotéza. Potřebná data byla získána dotazníkovou formou. Na základě těchto dat byly zjištěny pohledy předních českých firem na možnosti ovlivnění projednávané legislativy. Dále bylo zkoumáno, jakou formou podniky monitorují, potažmo připomínkují navrhované zákony. Zjištěné výsledky jsou prezentovány v závěrečné páté kapitole diplomové práce.

1 Charakteristika, formulace a funkce zájmových skupin

Zájmovou skupinu lze charakterizovat jako skupinu lidí, které pojí vzájemná vazba - a tou je společný zájem. Hlavní činností zájmových skupin je tyto zájmy prosazovat, ať už se jedná o zájmy zaměstnanců podniků, kteří chtějí dostávat za svojí práci odpovídající plat, mít možnost seberealizace a bezpečné prostředí pro výkon práce. Další skupinou mohou být vlastníci podniku, toužící po co největším zhodnocení vloženého kapitálu; dodavatelé požadující maximalizaci dodávek po nejdelší možnou dobu a naopak odběratelé, požadující kvalitu a včasnost dodávek. Dále Zuzák a Königová považují za zájmovou skupinu stát, jehož zájmem je vysoká zaměstnanost a řádné placení daní; banky samozřejmě požadují návratnost svých půjček a partneři, kooperující na společném projektu, trvají na co nejdelší a efektivní spolupráci [1].

1.1 Definice a typologie zájmových skupin

Jednotná definice zájmové skupiny neexistuje. Je to dáno tím, že politologové dlouhou dobu nevěnovali pozornost zodpovězení otázky co je zájmová skupina [2]. V současné době můžeme definic najít mnoho a za jednu ze základních je považována definice německého sociologa a ekonoma Maxe Webera, který pod pojmem zájem shledal „čistě účelovou orientaci jednání jednotlivců podle stejnorodých očekávání“ [3 s. 11].

Na definici zájmové skupiny se lze dívat ze dvou pohledů: z širšího a užšího hlediska. V širším pojetí je možné na zájmové skupiny pohlížet jako na dobrovolně utvářené sociální jednotky s určitými cíli a vnitřním členěním. Jednotky, které se snaží uskutečnit individuální, materiální a ideové zájmy svých členů, přičemž to dělají uvnitř sociální jednotky anebo vůči jiným skupinám, organizacím a institucím. V užším smyslu lze zájmovou skupinu chápat jako organizaci, která si uvědomuje vlastní zájmy vůči skupinám s odlišnými nebo protichůdnými zájmy a své zájmy se snaží prosadit tím, že působí na orgány státní moci, politické strany a také veřejnost, aby byly zohledněny v procesech

rozhodování. Jinými slovy se jedná o organizaci, která usiluje o ovlivňování politiky a rozhodování státu. [2]

Typologie zájmových skupin je velmi rozmanitá a zájmové skupiny lze členit podle celé řady hledisek. V první řadě je možné zájmové skupiny členit dle typu zájmů, které reprezentují a to na politické zájmové skupiny a nátlakové skupiny. Politické zájmové skupiny reprezentují zájmy ekonomické (materiální), kdežto nátlakové skupiny představují zájmy ideologické (nemateriální). Je úzké spojení mezi typem zájmu a tím, jestli se jedná o obecný, či vlastní zájem. Obecný zájem je zájmem ideologickým a je reprezentován například ekologickými hnutími nebo organizacemi pro ochranu lidských práv. Z tohoto je patrné, že vlastní zájem je především zájmem ekonomickým a pojí se s organizacemi typu profesních sdružení, asociací, odborů, svazů či jiných obchodních skupin. [2]

Je nutné podotknout, že nelze určitou zájmovou skupinu kategorizovat pouze do jednoho typu a automaticky vyloučit další možnost zařazení. Typy se navzájem prolínají, např. ekologické organizace lze zařadit jak mezi ekonomické, tak i ideové zájmové skupiny. [3]

Podle amerického politologa a filozofa Arthura F. Bentleyho je vznik jakékoliv skupiny podmíněn existencí společného zájmu jednotlivců, a naopak společné zájmy nemohou být vyslyšeny a prosazeny bez seskupení daných jednotlivců do určité skupiny. Další podmínkou existence zájmové skupiny dle Bentleyho je konflikt s jinou zájmovou skupinou [4 s. 136], pouze tehdy má existence zájmové skupiny význam a právě prostřednictvím konfliktu vznikají. Příkladem konfliktu mohou být již zmíněné zájmy zaměstnanců a zaměstnavatelů, odběratelů a dodavatelů. Díky tomu, že ke konfliktům dochází neustále a díky vzájemné spolupráci a hledání kompromisů se naše společnost neustále vyvíjí.

Specifickým příkladem zájmové skupiny jsou politické strany. Tímto tématem se podrobněji zabývá kapitola 1.6.

1.2 Funkce zájmových skupin

Kromě samotné definice zájmových skupin je třeba uvést, jakou úlohu zájmové skupiny ve společnosti plní. Základní a primární funkci, kterou zájmové skupiny občanům nabízí, je možnost účastnit se politiky a veřejného dění, jak již bylo nastíněno v užší definici zájmové skupiny. Občané se nemusejí politického života účastnit pouze jako členové, sympatizanti či voliči politických stran, ale mají možnost využít ke svému projevu vůči státu zájmové skupiny. Český politolog Petr Fiala shrnul funkce zájmových skupin do pěti následujících [2]:

- funkce artikulace zájmů
- funkce agregace zájmů
- funkce selekce zájmů
- funkce politické integrace
- funkce legitimační

Artikulací zájmů je myšlena konkretizace, formulace a transformace zájmů do požadavků, které zájmová skupina předkládá tam, kde se politicky rozhoduje. Konkretizace a formulace je na místě, jelikož zájmy členů jsou často jen tušené, vyjadřované pouze emotivně, jsou nezřetelné a ve svém celku velmi difusní.

Agregace zájmů úzce souvisí s jejich artikulací vzhledem k tomu, že při jejich formulaci je třeba velké množství požadavků sjednotit a určit si jasné programové cíle zájmové skupiny. Je to proces probíhající uvnitř zájmové skupiny, při kterém se utváří společná vůle.

Z vytyčených cílů je třeba vybrat ty, které jsou pro ni nejdůležitější a u kterých je největší šance na jejich prosazení. Proto nestačí zájmy agregovat, ale je třeba je také selektovat.

Funkci politické integrace lze chápat v užším a širším pojetí. V užším pojetí poskytuje zájmová skupina svým členům pocit vzájemné sounáležitosti a v širším pojetí je tato sounáležitost brána vůči celému politickému systému.

Legitimační funkce se pojí s definicí zájmové skupiny v užším smyslu. Tím, že se zájmové skupiny a její členové podílejí na procesu politického rozhodování, dochází k přibližování státu občanům a tím k legitimizování jeho počínání. [2]

1.3 Vymezení hranice mezi zájmovou skupinou a politickou stranou

Primárně lze poukázat na jednu skutečnost, a to, že politická strana v jistém smyslu je zájmovou skupinou. Každá jednotlivá politická strana je tvořena na základě společných stanovisek a cílů, kterých její členové chtějí dosáhnout. Z tohoto důvodu je problematické vymezit jasnou hranici mezi oběma organizacemi.

Prvním náznakem, oddělujícím politickou stranu od zájmové skupiny, je spojení různorodých zájmů, což je v rozporu se specifickými oblastmi, na které se zaměřují zájmové skupiny. Tímto spojením se politické strany snaží zaujmout co nejširší záběr voličů [3], zatímco strategií zájmových skupin není získávání voličů, ale získávání dalších členů [5].

Přesto základní rozdíl, který odlišuje politické strany od zájmových skupin, je participace na volební soutěži [5] a snaha o získání politické moci. Zájmové skupiny se nesnaží zaujmout místo politických předáků, pouze se spokojují s vyvíjením tlaku na ty, kteří u moci jsou, a samy se nesnaží zaujmout jejich místo [6].

S politickou mocí se pojí politická zodpovědnost, která leží na bedrech politických stran. Jelikož se zájmové skupiny snaží „pouze“ ovlivňovat politické činitele ve svůj prospěch, politická zodpovědnost se jich netýká. Hrozbě, které čelí politická strana, zvolená svým vítězstvím ve volbách k sestavení vlády, je možnost vyslovení nedůvěry vládě Parlamentem České republiky. [4]

1.4 Terminologie lobbingu

V některých případech je potřeba k naplnění cíle, o který zájmová skupina usiluje, oslovit a ovlivnit ty správné lidi na správných místech. Tímto se dostáváme k lobbingu, který je třeba v následující části textu objasnit spolu s hlavním aktérem lobbingu, lobbistou.

1.4.1 Lobbying

Výraz lobbying je odvozen od anglického slova lobby - hala. První známky zastupování zájmů lze nalézt již ve starém Římě. Již tehdy se lidé snažili vést diskuze v předsálích a tím ovlivnit své panovníky a senátory. Další stopa lobbingu se nachází ve Velké Británii [7], ale pro současný pohled na lobbying, tzv. moderní lobbying je nutné se podívat do Spojených států amerických, na počátek dvacátého století. Lobbying se stal nedílnou součástí demokracie, pomáhá získávat cenné informace odpovědným politikům pro svá kvalifikovaná rozhodnutí [8].

Dle Kadery a Vlačihové je za lobbying možné považovat „*veškerou činnost vykonávanou s cílem ovlivnit rozhodovací procesy (evropských) orgánů a formulování politiky*“ [8 s. 6] a jeho další vymezení můžeme definovat takto [8 s. 6]:

- *lobbying jako ovlivňování veřejných činitelů;*
- *lobbying jako přesvědčování – snaha přesvědčit svými argumenty toho, kdo rozhoduje, aby rozhodl v souladu s mými zájmy;*
- *lobbying jako obhajoba – obhajoba vlastních nebo cizích zájmů, mimo jiné s využitím veřejného mínění;*
- *lobbying jako reprezentace – využití všech možných forem interakcí k ovlivnění toho, kdo rozhoduje;*
- *lobbying jako komunikace – snaha zajistit, aby ten, kdo rozhoduje, znal (mimo jiné) i mé argumenty.*

První diskuze o potřebě lobbying regulovat a dát mu právní podobu se začaly vést kolem roku 1907 ve Spojených státech amerických a první právní úpravu lobbying získal ve 30. letech 19. století. Hlavním cílem a důvodem regulace lobbingu je poukázat na fakt, že se

v žádném případě nejedná o korupci, ale o zcela legitimní prostředek prosazování zájmů. Samozřejmě nelze regulaci stavět pouze na konkretizaci činnosti. Dalším důležitým aspektem regulace je vymezení tzv. lobbisty.

1.4.2 Lobbista

Jelikož jsou Spojené státy americké považovány za kolébkou lobbingu, je zřejmé, že první ucelenou definici lobbisty lze nalézt právě tam. Lobbista může být definován jako osoba, která reprezentuje zájmovou skupinu s cílem ovlivnit vládní rozhodnutí ve prospěch zastupované zájmové skupiny. Ačkoliv byla tato definice převzata několika jinými autory a vědci, je příliš stručná a nezahrnuje širší pojetí osob, které tuto činnost vykonávají. Širší definice by umožnila provést lepší srovnávací analýzu lobbingu mezi jednotlivými zeměmi. Proto nezůstalo jen u této definice a profesor politologie na aljašské univerzitě Clive S. Thomas ve své knize *Research Guide to U.S. and International Interest Groups* uvádí k definici lobbisty následující: „*A person designated by an interest group to facilitate influencing public policy in that group's favour by performing one or more of the following for the group: (1) directly contacting public officials; (2) monitoring political and governmental activity; (3) advising on political strategies and tactics; and (4) developing and orchestrating the group's lobbying effort.*“ V překladu je lobbista zástupce jmenovaný zájmovou skupinou proto, aby usnadnil a v její prospěch ovlivnil veřejnou politiku následujícími způsoby: (1) přímo kontaktuje veřejné činitele; (2) monitoruje politické a vládní činnosti; (3) poskytuje poradensví v oblasti politické strategie a taktiky, a (4) připravuje, organizuje a rozvíjí lobbistické úsilí dané zájmové skupiny [9 s. 152].

Z výše uvedené definice lze vyvodit role, které lobbista může zastávat. Ing. Petr Vymětal uvádí čtyři základní:

- Role prostředníka, kdy lobbista díky svým kontaktům zprostředkovává setkání zájmových skupiny s vybranými institucemi, vládními činiteli a dalšími aktéry
- Role komunikátora, kdy lobbista slouží jako spojka, spojující správné lidi a předává oběma stranám cenné informace.

- Role přitakávače, situace kdy lobbista „pouze“ vyjadřuje souhlas či nesouhlas s navrhovaným řešením problému v zájmu klienta.
- Monitorovací role vládní činnosti, jak v obecné rovině, tak se zameřením na specifickou oblast.

Lobbisty lze rozlišit také podle typu na smluvní lobbisty (ti pracují na základě smlouvy u svého klienta, od kterého jsou oceněni formou odměny), in-house lobbisty (jsou zainteresováni u jedné velké společnosti), lobbisty reprezentující svůj úřad před ostatními vládami, lobbisty nevládních organizací a také existují lobbisté, kteří lobbují pouze za své osobní zájmy. [4]

Správný lobbista by měl být osobou reprezentativní, a vzhledem k tomu, že se často dostává do styku s diplomaty, politiky a komisaři, by měl mít osvojené základy diplomatického protokolu. Podstatou lobbisty je přesně znát zájmy organizace, kterou zastupuje a neméně důležitou vlastností lobbisty je umění zacházet s informacemi, umět je zpracovat, analyzovat a předávat je dále. Při styku s lobbovanými osobami je důležité umět dobře argumentovat, využívat k argumentaci studie, analýzy a především pravdivé informace, díky kterým lobbista získá důvěru. Ne každé jednání vyústí v jednoduchý souhlas či nesouhlas a je potřeba nalézat kompromisy. Asi nejdůležitějším předpokladem čestného lobbisty je nepodvádět a za žádných okolností lobbista nesmí získávat informace nekalým způsobem a klamat své okolí. [8]

V zásadě každý lobbista by měl monitorovat dění na politické scéně v obecné rovině a v případě konkrétních požadavků klienta se zaměřit na specifickou oblast. S tímto se pojí další důležitá vlastnost lobbisty, a to znát rozhodovací procesy a být ve správný čas na správném místě. Znat osoby, které lze v dané chvíli a instituci ovlivnit. Lionel Zetter¹ ve své knize uvádí čtyři „I“, jež reprezentují vlastnosti úspěšného lobbisty. Jsou jimi:

- *impact* – první dojem,

¹ Nezávislý poradce pro public affair záležitosti s více než dvacetiletou zkušeností v politice a veřejných záležitostech.

- *intelligence* – rozsáhlý pohled na věc
- *intent* – odhodlanost s jasným záměrem
- *integrity* – charakter.

První dojem je důležitý nejen v politickém životě, ale také v životě soukromém. První dojem nelze specifikovat, dát mu jasná pravidla a vytvořit jakousi příručku, proto se jej nelze naučit a záleží na každém člověku, jaký první dojem si vybuduje. Obecně lze říci, že se jedná o směsici výřečnosti, impozantního zevnějšku a působivého vystupování, osobního kouzla a dalších nepopsatelných rysů, neopomenutelný význam má oční kontakt. Úroveň této vlastnosti je okamžitě rozpoznatelná, jedná se o schopnost získat a udržet si pozornost při projevu. Proto je tak důležitá v profesním životě lobbisty. Vlastností *Intelligence*, není myšlena pouze inteligence, či schopnost formulovat argumenty, ale hlavně se jedná o umění lobbisty vyznat se ve spleť fungování politické mašinérie, umění vyzorovat vhodnou příležitost pro vznesení svých požadavků a dokázat si vytvořit názory, které jsou podloženy na základě zdánlivě nesouvisejících informací. Stručně řečeno, lobbista by měl mít rozhled ve všech směrech politického dění. Za další důležitý aspekt úspěšného lobbisty je považována jeho odhodlanost, vášeň pro jeho práci, která musí mít jasný úmysl, záměr – cíl. V neposlední řadě je to integrita, která předurčuje lobbistu k tomu, aby byl úspěšný. Bez ní může své argumenty obhájit a v dané věci uspět, ale pokud bude lobbista jednat v souladu s tím, co mu říká vnitřní hlas, má větší šanci uspět. [10]

1.4.3 Funkce lobbingu

Z výše uvedených skutečností a nastínění definic lobbingu, lobbisty a lobbované osoby lze odvodit základní funkce lobbingu. Jsou jimi funkce [4]:

- přesvědčovací, potažmo ovlivňovací
- obhajující
- reprezentativní
- komunikační, respektive informační

Jako další se nabízejí dle Laboutkové funkce:

- upozorňovací
- nabízející řešení
- integrační

Upozorňovací funkcí je myšlená medializace problémů společnosti, poukázání na veřejný zájem a jeho obhajoba. Lobbying nabízí řešení problémů, protože ti kdo rozhodují, mají díky jeho informační funkci mnoho možností ke zvažování a vybírání konečného řešení. S tím souvisí i integrační funkce, díky které dochází ke spojení lidí se společným zájmem a naopak protichůdné názory nacházejí společný směr v podobě kompromisů.

1.5 Lobbying vs. korupce

Podstatný rozdíl mezi lobbyingem a korupcí by se dal popsat následující větou – To, co je pro korupci typické, je úplatek ve formě obálky, kdežto lobbista v ruce nedrží obálku s cenným obsahem, ale přichází na setkání s cennými informacemi. Následující podkapitola stručně nastíní podstatu korupce a její hrozby pro jakýkoliv stát.

Široce pojatá definice korupce, kterou využívá protikorupční organizace Transparency International, zní: „Korupci lze definovat jako zneužití svěřených pravomocí za účelem získání nezaslouženého osobního (soukromého) prospěchu.“ [11]. Trochu blíže na definici korupce pohlíží Ministerstvo vnitra, a to jako na „vztah mezi dvěma subjekty, ať jednotlivci nebo institucemi, z nichž jeden nabízí a většinou i poskytuje druhému určitou formu odměny za poskytnutí či příslib neoprávněné výhody. Druhý pak očekává, že za tuto poskytnutou výhodu mu bude slíbená materiální či nemateriální odměna poskytnuta“ [12].

Ministerstvo vnitra poukazuje i na nežádoucí jevy korupce. Jedná se o ohrožení hospodářské soutěže, což může mít za následek ohrožení stability státu. Soustavné politické aféry spojené s korupcí zapříčiňují rozpad důvěry v právní stát a může ústít v nedodržování zákonů jako celku a v neposlední řadě je korupce nástrojem organizovaného zločinu. V zájmu celé společnosti je bojovat proti korupci a jednou

z možností je sdružovat se do zájmových skupin, profesních spolků a nevládních organizací.

Přijímání či nabízení jakékoliv formy úplatku je v České republice trestné a k jasnému odlišení lobbingu od korupce by měl napomoci projednávaný zákon o regulaci lobbingu.

Na závěr této problematiky je vhodné uvést konkrétní příklady korupce a lobbingu. Za korupční aféru lze uvést nákup švédských gripenů nebo kauzu kolem privatizace Unipetrolu. Příkladem lobbingu je prosazení registrovaného partnerství v Česku a zrušení víz do USA. [13]

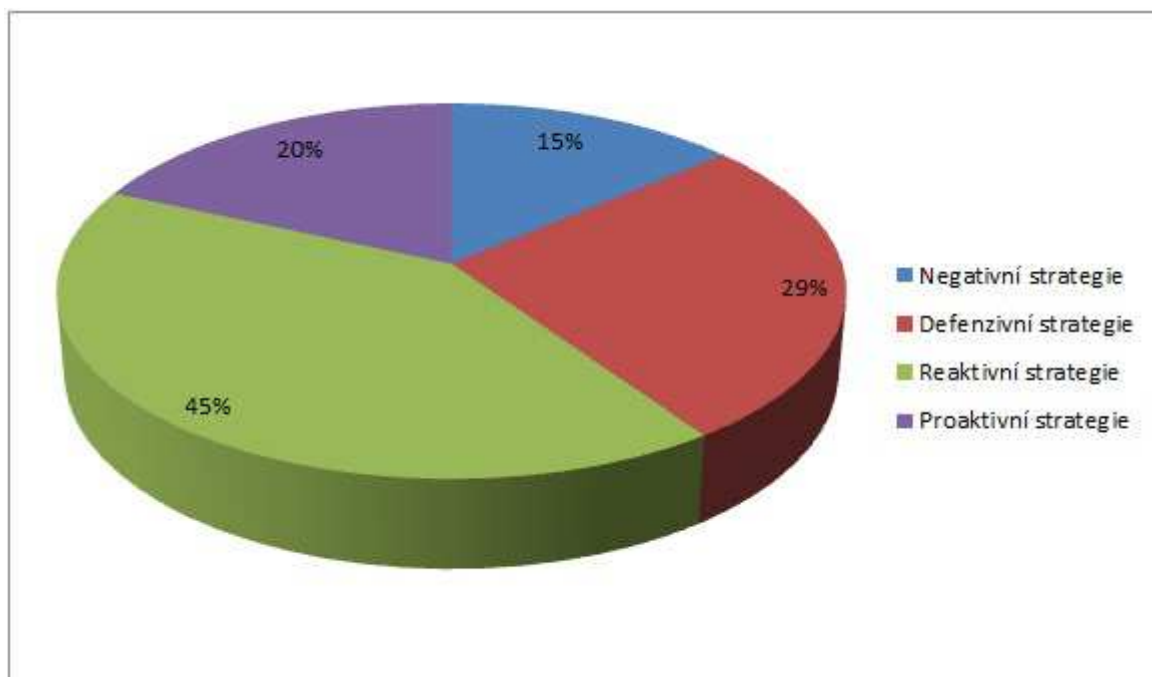
1.6 Strategie, taktiky, formy a nástroje prosazování zájmů

Úspěšnost lobbingu závisí na celé řadě navzájem závislých skutečností – na zvolené strategii, taktice, formě a na použitých nástrojích. Další část práce stručně představí zmíněné prvky lobbingu a uzavře tím teoretický pohled na problematiku lobbingu.

1.6.1 Lobbingové strategie a taktiky

Lobbisté mají na výběr ze čtyř strategií, které mohou pro prosazení svého cíle využít. Avšak nelze zastávat pouze jednu formu strategie, protože volba strategie je závislá na celé řadě faktorů². Míru využití jednotlivých strategií ukazuje následující obrázek:

² Záleží na významnosti a postavení subjektu, čili na reprezentativnosti toho, koho lobbista zastupuje. Dalším faktorem je čas – ve kterém stádiu se probíhající legislativa právě nachází.



Obr. 1: Využití lobbingových strategií
Zdroj: [8], vlastní úprava.

Při volbě negativní strategie zastává lobbista pozici, kdy nejčastěji odmítá návrhy bez odůvodnění a bez nabídky alternativního řešení, blokuje projednávání a účastní se opozičních kampaní. Defenzivní strategii zaujme lobbista nejčastěji při potřebě udržet statut quo, čili je v zájmu zanechat stávající stav legislativy a tím zachovat existující výhody. Nejvíce využívanou strategií je strategie reaktivní, kdy lobbista vyčkává na podněty zvenčí a následně na ně reaguje. Proaktivní strategii volí ti, kteří sledují určitý cíl, a zároveň je tento cíl přijatelný pro většinu subjektů pohybujících se ve společné oblasti zájmů. [8]

Proaktivní strategie úzce souvisí s tvorbou koalic, asociací a s vytvářením spojení. Hájit a prosadit zájem je snazší, pokud se pod jednu střechu sdruží více subjektů, které operují v podobném odvětví, dotýká se jich stejná legislativa a mají zájem zlepšit podnikatelské prostředí ve svém oboru. Pro hájení specifických zájmů lze využít konzultantských firem nebo advokátních kanceláří (v případě potřeby ovlivnit právní prostředí). Z hlediska geografické působnosti podniku existují sdružení regionů a měst. V neposlední řadě je důležité hájit veřejné zájmy, které zaštiťují nevládní neziskové organizace.

Mezi čtyři základní lobbingové taktiky patří [8]:

- Taktika donucení, která využívá donucovacích a sankčních orgánů na národní úrovni, jako jsou kontrolní orgány, policie a soudy. Na evropské úrovni jsou využívány blokády, agresivní kampaně, demonstrace a hrozby přesunu sídel firem mezi členskými státy z důvodu lepších podmínek.
- Taktika vtažení do vlastní hry, jejímž principem je promyšlené přidělování rozhodovacích nebo vedoucích funkcí a také poskytnutí finančních prostředků významným aktérům, a zároveň udržování ostatních zájmových skupin v závislém postavení.³
- Taktika veřejné obhajoby je využívána především nevládními neziskovými organizacemi či podnikatelskými asociacemi formou mediálních kampaní, které jsou zaměřené na nové příležitosti nebo hrozby, oficiální stížnosti nebo dokonce soudní spory.
- Taktika argumentace a přesvědčování je nejčastěji využívána v raném stadiu projednávání, kdy si poslanci a jiní veřejní činitelé teprve vytváří svojí pozici a váhají na čí stranu se přiklonit. Taktika se zakládá na logických závěrech vyvozených z empiricky věrohodných tvrzení. Tuto taktiku lze účinně provést pomocí mediální kampaně, kdy jsou podány jednoduché a průkazné argumenty atraktivní formou jako věc obecnějšího zájmu.

1.6.2 Formy a nástroje lobbingu

Na otázku „jak lobbovat?“ hledali odpověď lobbisté již v dobách, kdy lobbing probíhal pouze v předsálí zastupitelských orgánů. Ani v současné době se této otázce nevyhne žádný lobbista, musí se rozhodnout, jestli bude u cílových vládních činitelů žádat či nabízet, zda bude jednat formálně či neformálně, přímo anebo nepřímo.

³ Např. na základě vypisovaných finančních mechanismů a dotačních titulů může Evropská komise držet v závislém postavení „nezávislé“ agentury nebo organizace.

Může se zdát, že lobbista ke splnění svých priorit a cílů pouze žádá (poptává) a nemá co nabídnout. Opak je pravdou, při důkladné přípravě je možné si připravit půdu pro splnění požadavků právě tím, že lobbista bude vystupovat jako nabízející, čímž může zaujmout zainteresované aktéry. Těm může nabídnout pomoc se zajištěním odborných znalostí. Je důležité, aby lobbista působil zajímavým, přátelským a příjemným dojmem. Pokud by se orientoval pouze na stranu poptávky, mohl by si vytvořit pověst sobeckého hráče. Národní a evropská aréna se dá považovat za politický trh, na němž panuje velká konkurence a racionálně jednající lobbista se snaží nasytit svoji poptávku tím, že veřejně prezentuje svoji nabídku. [14]

Jaká forma lobbingu by měla být použita, závisí na tom, čeho chce lobbista či lobbistická skupina dosáhnout. Pokud je cílem získat podpis politika, který má v dané věci rozhodující slovo, je zvolen formální způsob prostřednictvím oficiálního dopisu. Panuje rozšířený názor, že formální způsob komunikace s úředníky je vždy potřebný v závěrečné fázi rozhodnutí. Dle Van Schendela je toto smýšlení špatné, jelikož existují případy, kdy naopak neformální způsob komunikace je efektivnější. Jedná se o situaci, kdy si zájmová skupina nepřeje, aby k nějakému rozhodnutí došlo, tehdy stačí pozdržet proces neformální cestou. Pokud chce zájmová skupina pouze monitorovat a mapovat terén, lze opět využít neformální způsoby, například při neformální konverzaci nebo na příjemném setkání lze snadněji získat rozhodující informace. Další situací, kdy se více hodí neformální způsob komunikace, je kontaktování nižších úředníků, expertů střední úrovně a dalších zaměstnanců administrativních aparátů. Důvodem je to, že tito úředníci se také podílejí na tvorbě obsahu připravované legislativy. Zřídka je připravovaná legislativa jen v rukou těch, co o ní rozhodují. Čtvrtý typ situace, kdy formalismus není příliš vhodný, přirovnává Van Schendelen k budování partnerského vztahu. Ten zprvu rovněž začíná neformální cestou a časem vyústí ve formální stav manželství.

K formálnímu či neformálnímu kontaktu lze využít několik způsobů, které se dělí na přímé a nepřímé. Výčet těchto způsobů zobrazuje následující tabulka.

Přímé způsoby	Nepřímé způsoby
<ul style="list-style-type: none"> • osobní návštěva, dopis, telefon, e-mail • pozvání na společenský večírek, golf apod. • členství ve výboru • účast na slyšení • představení vlastní pozice (tzv. poziční dokument) • formální návštěva, kontakt, delegace • formální žádost, petice • leták nebo brožura • prezentace v masmédiích • politická reklama • tisková konference • demonstrace • internetové stránky „nenávisti“, bojkot, blokáda, stávká • soudní spor 	<ul style="list-style-type: none"> • národní asociace • národní vláda • národní nebo Evropská sektorová asociace • mimoevropská síť • ad-hoc skupina • spřátelené zájmové skupiny • věda a vědci • známé osobnosti • úředníci střední úrovně • odpovědné osoby a přátelé • právníci a konzultanti • politické strany • mediální mobilizace • akce pod skrytou identitou

Tab. 1: Přehled přímých a nepřímých forem lobbingu v EU
Zdroj: [14 s. 232]

Příkladem přímého neformálního způsobu navázání kontaktu s požadovaným úředníkem je osobní návštěva či pozvánka do divadla. Za poloformální přímý způsob lobbingu je považována účast na slyšení, schůzi výboru a zveřejnění svého postoje k dané problematice. Oficiální dopis či vyslání delegace za nejvyšším odpovědným úředníkem je přímý způsob formální komunikace. Smyslem vydání brožury, reklamního letáku, svolání tiskové konference nebo organizace demonstrace je získání všeobecné publicity a upozornění k danému tématu. Taktéž nepřímý způsob lobbingu lze provést formálním či neformálním způsobem. Za autoritativní zdroj informací pro veřejnost je bezesporu možné považovat vědecké studie, slova akademických výzkumníků a jiných veřejně uznávaných osobností, zejména pokud jsou pod taktovkou lobbistické skupiny, ale navenek se tváří nezávisle. Z nepřímých způsobů jsou lobbistickými skupinami velmi často využívána média k šíření neoficiálních informací a k podpoře evropských témat.

Ačkoliv jsou přímé způsoby lobbingu ve většině variant hojně využívány, nelze opomíjet výhody nepřímých způsobů, především evropských federací a národních asociací. Komunikace skrz tyto organizace poskytuje aktérům, kteří mají v dané situaci rozhodující slovo, informaci o obecnějším zájmu a dotčení mohou přijaté sdělení považovat za přesvědčivější, než kdyby se k nim dostalo přes samostatné lobbistické skupiny. Z tohoto důvodu je dobré své taktiky, strategie, formy a nástroje lobbingu diverzifikovat do možností, které jednotlivé prvky nabízí.

2 Prosazování českých zájmů v Evropské unii

Česká republika podala žádost o členství v Evropské unii 17. ledna 1996 prostřednictvím tehdejšího předsedy české vlády Václava Klause [15]. Jejím právoplatným členem se stala dne 1. května 2004 a tímto krokem se stala členskou zemí, která musí do svého právního řádu implementovat rozhodnutí, přijaté na nadnárodní úrovni EU. Fiala trefně uvádí, že Evropská unie se stala novou arénou pro české zájmy a klade si otázku, zda jsou české zájmové skupiny a politické strany schopny absorbovat důsledky procesu evropeizace. Samotná evropeizace značí teorii „*analyzující a vysvětlující dopady evropského integračního procesu na strukturu a procesy politických systému členských států EU*“ [5 s. 71].

Následující část práce se zabývá tím, jak vstup České republiky do Evropské unie ovlivnil činnost zájmových skupin a na jaké evropské instituce je potřeba se zaměřit při snaze o zapojení do legislativního procesu.

2.1 Jak vstup do EU ovlivnil činnost zájmových skupin

Přípravou na vstup ČR do EU se jak asociace, tak profesní komory a odbory začaly zabývat již v první polovině 90. let a samotný vstup do Evropské unie neznamenal zásadní změny v jejich organizačních strukturách. Bylo to dáno tím, že česká odborová sdružení již byla dlouholetými členy evropských odborových federací. V České republice je největší odborovou centrálou Českomoravská konfederace odborových svazů a ta je členem evropské konfederace ETUC, reprezentující zájmy evropských zaměstnanců, od roku 1995 [6].

Také profesní komory nezahálely a inspirovaly se partnery ze starých členských zemí již dlouho před vstupem ČR do EU. Fiala zmiňuje architekty a inženýry, kteří přebírali značné množství postupů a praktik od zkušenějších komor v původních členských státech. Dále Fiala připouští, že místo změn ve struktuře nastaly změny v činnostech jednotlivých komor, a to jejich intenzivním zapojováním do evropských organizací ještě před vstupem do EU. Nejaktivnějšími komorami v tomto ohledu byla komora stomatologů a komora

architektů. Důležitým tématem k projednávání bylo zastoupení komor přímo v Bruselu, ale vzhledem k finanční náročnosti a relativně slabšímu postavení ČR v EU se komory shodly na spolupráci se silnými zahraničními komorami [5]. Přesto Hospodářská komora v roce 2002 ve spolupráci se Svazem průmyslu a dopravy a Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů v ČR založila Českou podnikatelskou reprezentaci při EU (CEBRE) [17], o které bude pojednáno v samostatné kapitole.

Z hlediska asociací a jejich zastoupení v Bruselu je Agrární komora výjimkou a má v Bruselu vlastního zástupce, který tam působí nepřetržitě. Ostatní asociace jsou členy zájmových organizací, např. Business Europe a také jsou v Bruselu přítomné prostřednictvím členství v evropských federacích [5]. Příkladem může být Asociace průvodců ČR, která je členem Evropské federace asociací turistických průvodců FEG [18], či Svaz paraplegiků, člen Evropské federace míšních poranění (ESCIF - European Spinal Cord Injury Federation). V květnu 2011 kongres ESCIF pořádal setkání, na kterém se diskutovalo o zaměstnanosti lidí po poškození míchy, o systémech celoživotní podpory vozíčkářů, o připomínkování legislativy v zájmu vozíčkářů a o mnohém dalším [19]. Účast v těchto federacích si asociace cení z hlediska včasného získávání informací, vysoké kvality informací a možnosti se k nim vyjadřovat.

V přímé souvislosti se vstupem ČR do EU ani asociace nezaznamenaly výraznější změny v organizační struktuře, ani v počtech členů. Výjimku tvořila Asociace malých a středních podniků, která zaregistrovala prudký nárůst zájmu o členství v asociaci z řad malých firem. Důvodem byla potřeba informací o EU, kterou malé podniky neměly a vyžadovaly je právě po asociaci.

Začlenění ČR do EU se netýkalo pouze možného ovlivnění organizační struktury jednotlivých zájmových skupin, ale týkalo se také případných změn v hájených zájmech. Bezpochyby se rozšířil okruh partnerů, se kterými zájmové skupiny začaly vyjednávat. Proměnil se vztah mezi zájmovými skupinami a českou politickou reprezentací a rozšířila se možnost zdroje financování z evropských fondů prostřednictvím grantů. Možnost čerpat evropské finance odbory, asociace ani profesní komory ve větší míře nevyužívají a hlavními důvody jsou náročný proces ucházení se o prostředky, obrovská administrativní zátěž a vysoká míra spolufinancování.

Přehled všech změn, kterými zájmové skupiny prošly během procesu evropeizace, ukazuje následující tabulka:

Tab. 2: Přehled procesu evropeizace zájmových skupin

	Změna struktury	Komunikace s rovinou EU	Artikulace zájmů na rovině EU; učení se ze zkušeností EU	Proměna komunikace s reprezentací ČR	Nové zdroje informací a financí
Odbory	0	++	++	+	+
Komory	+	+	++	+	+
Asociace	0	++	++	++	+

Legenda: ++ silná evropeizace, + částečná evropeizace, 0 nedošlo ke změně, - de-evropeizace
Zdroj: [5 s. 201]

2.2 Instituce EU jako cíl lobbistů

Evropská legislativa je přijímána třemi hlavními institucemi a těmi jsou:

- Evropská komise (dále jen EK)
- Rada Evropské unie
- Evropský parlament (dále jen EP)

Pro fungování EU jsou nezbytné i další instituce:

- Evropský hospodářský a sociální výbor (dále jen EHSV)
- Výbor regionů
- Evropská investiční banka
- Evropská centrální banka
- Soudní dvůr
- Účetní dvůr
- Evropský veřejný ochránce práv
- Evropský inspektor ochrany údajů

Pro lobbisty či jiné zainteresované osoby, které se chtějí podílet na tvorbě zákonů a ovlivnit jejich konečnou podobu, jsou nejdůležitější a nejvíce vyhledávanými první tři zmíněné instituce - Evropská komise, Rada EU a Evropský parlament. Ačkoliv má

Evropská komise a Evropský parlament povinnost v některých oblastech s EHSV a Výborem regionů návrhy konzultovat, jsou výroky a stanoviska těchto institucí pro EP a EK nezávazná, a proto je zájem o tyto instituce ze stran lobbistů výrazně menší [8]. EK, Rada EU a EP tvoří tzv. institucionální trojúhelník, který vytváří politiky a zákony platící po celé EU [20].

2.2.1 Evropská komise

Hlavní úlohou Komise je zastupovat a prosazovat zájmy EU jako celku. Je považována (vzhledem k její výkonné moci) za vládu EU, avšak nevzešla z parlamentu Unie. Prvním krokem k vytvoření Komise je zvolení předsedy Komise. Ten je volen vládami členských zemí a následně je předseda Komise schválen Parlamentem. Parlament má pravomoc schválit nebo zamítnout navrhované komisaře a také může odvolat Komisi jako celek. Každá členská země je zastoupena v Komisi jedním komisařem, momentálně v Bruselu sídlí 27 eurokomisařů a každý z nich má na starosti oblast politiky, která je mu přidělena předsedou Komise.

Velmi důležitým aspektem Komise je její nezávislost vůči vnitrostátním vládám. Komisaři jsou zavázáni jednat v zájmu Unie jako celku a neřídit se pokyny svých vnitrostátních vlád [20]. Funkci komisaře za ČR v současnosti zastává Štefan Füle, zodpovědný za rozšiřování EU a politiku sousedství. Předsedou Komise je portugalský politik José Manuel Barroso.

Mezi čtyři hlavní úkoly Evropské komise patří [20]:

- předkládání návrhů zákonů Parlamentu a Radě
- řízení a provádění politiky EU a plnění rozpočtu
- vymáhání evropských zákonů (společně se Soudním dvorem)
- zastupování Evropské unie na mezinárodní scéně, např. při sjednávání dohod mezi EU a jinými zeměmi

Z hlediska lobbistů je EK nejdůležitějším orgánem a důvod je jednoduchý, výsledná schválená legislativa je z 80 % původní návrh Komise a to i přes všechny změny, které v návrzích učinila Rada EU a Parlament. Není divu, že primárním cílem lobbisty je

ovlivnit návrh legislativy ještě předtím, než je rozeslán do vnitřního připomínkového řízení. Kadera a Vlačihová rozdělují kontakty s Komisí na formální a neformální. Za formální kontakt označují zapojení více než 80 tisíc externích expertů do některého z 1800 poradních výborů a expertních skupin, zúčastnění se veřejné konzultace a účast na veřejných slyšeních k dané problematice či oficiální setkání Komise se zástupci zájmových skupin. Za neformální kontakt považují osobní setkání, ústní a psanou komunikaci. [8]

Otevřenost Komise k připomínkám druhých stran ilustruje následující odstavec: „*Před vytvořením návrhu si Komise musí být vědoma nových situací a problémů, které nastaly v Evropě, a musí zvážit, zda bude právní předpis EU nejlepším způsobem k jejich řešení. Proto je Komise v neustálém kontaktu se širokou škálou zájmových skupin a se dvěma poradními orgány – Evropským hospodářským a sociálním výborem a Výborem regionů. Komise rovněž zjišťuje stanoviska vnitrostátních parlamentů a vlád.*“ [20 s. 23].

2.2.2 Rada Evropské unie

Rada Evropské unie, známá také pod pojmem Rada ministrů, je hlavním rozhodovacím orgánem EU. Zasedání Rady se účastní vždy jeden ministr z každé členské země. Který ministr to bude, záleží na projednávané oblasti. Rada EU tedy může nabývat devíti různých podob [20]:

- Rada ministrů pro všeobecné záležitosti a vnější vztahy
- Rada ministrů pro hospodářské a finanční záležitosti
- Rada ministrů pro spravedlnost a vnitřní věci
- Rada ministrů pro zaměstnanost, sociální politiku, zdraví a ochranu spotřebitele
- Rada ministrů pro konkurenceschopnost
- Rada ministrů pro dopravu, telekomunikace a energie
- Rada ministrů pro zemědělství a rybolov
- Rada ministrů pro životní prostředí
- Rada ministrů pro vzdělávání, mládež a kulturu

Rinus Van Schendelen, ve své knize Jak lobbovat v Evropské unii aneb Machiavelli v Bruselu, poukázal na zajímavý fakt, možno říci problém, kterým je vysoká fluktuace ministrů. Není divu, vzhledem k politickému vývoji v každé členské zemi. Uvádí příklad, kdy se během druhé poloviny roku 1998 v Radě ministrů zemědělství obměnilo osm z patnácti ministrů [14].

Stejně jako EK má Rada své poradní výbory, jedná se o Výbory stálých zástupců, ve zkratce Coreper. Coreper se vyskytuje ve dvojí podobě: Coreper I, jehož členy jsou nižší úředníci stálého zastoupení a věnují se méně ožehavým otázkám. Coreper II je tvořen velvyslanci stálých zastoupení. Za ČR je ve výboru Coreperu II velvyslanec Martin Povejšil, vedoucí Stálého zastoupení při EU. Další pomocnou rukou pro rozhodování Rady EU jsou pracovní skupiny, jejich počet se pohybuje kolem dvou set. Vzhledem ke značně omezenému přístupu k jednání Rady EU a jejím dokumentům jsou tyto poradní výbory cílem lobbistů. Rada EU zasedá každého půl roku v jiné členské zemi, daná země je předsedající zemí a v projednávaných záležitostech jsou ministři dané země (předsedající ministři) terčem mnoha zájmových skupin, které jim zasílají dopisy se svými požadavky a prosbami, např. dopisy zasílající evropská konfederace průmyslových svazů BusinessEurope. [8]

Rada EU je nejvýznamnější institucí z hlediska jejího vlivu na konečnou podobu schvalované legislativy, a to je stěžejní důvod, proč je na tuto instituci nutno brát zřetel. Mezi její hlavní úkoly patří [20]:

- schvalování zákonů, společně s Evropským parlamentem
- koordinování širší hospodářské a sociální politiky členských států
- uzavírání mezinárodních dohod mezi EU a ostatními zeměmi nebo mezinárodními organizacemi
- schvalování rozpočtu EU, společně s Evropským parlamentem
- vytváření společné zahraniční a bezpečnostní politiky EU na základě pokynů stanovených Evropskou radou
- koordinování spolupráce mezi vnitrostátními soudy a policejními složkami v trestních záležitostech

2.2.3 Evropský parlament

Spolu s Radou EU má také Evropský parlament zákonodárnou moc a značný vliv na výslednou podobu schvalovaných zákonů. Tuto výsadu získal díky Lisabonské smlouvě, která EP zajistila i další kompetence. EP je volen přímo občany Evropské unie a jeho úlohou je zastupovat zájmy více než pěti set milionů obyvatel EU. Tato přímá volba zajišťuje demokratickou legitimitu evropského práva. Celkem je v Evropském parlamentu 754 europoslanců, za ČR jejich počet činí 22 a volby se konají každých pět let. Parlament se schází jednou měsíčně na tzv. plenárním zasedání. [20]

S Parlamentem je možné komunikovat formálně prostřednictvím veřejných slyšení, která pořádají parlamentní výbory, politické skupiny či jednotliví poslanci nebo si může zainteresovaná skupina formálně vyžádat stanoviska. Do neformální komunikace spadá osobní setkání s poslanci a jejich asistenty, zaměstnanci parlamentních výborů, poradci politických skupin a také elektronická a písemná komunikace. [8]

Klíčovým poradním orgánem EP jsou výbory. Při projednávání legislativy je vybrán odpovědný výbor a klíčový zpravodaj, který následně vede návrh celým legislativním procesem a jedná s ostatními zpravodaji z jiných výborů. Ti podávají stanoviska, která jsou součástí zprávy předkládané plénu Evropského parlamentu. Z tohoto důvodu jsou zpravodajové a jejich týmy důležitými objekty lobbingu a je důležité kontaktovat tyto osoby ještě předtím, než začnou sepsávat své stanovisko.

Parlament má na starosti tři oblasti:

- schvalovat evropské zákony, společně s Radou EU
- vykonávat demokratický dohled nad ostatními institucemi EU
- schvalovat rozpočet EU, společně s Radou EU

2.2.4 Legislativní proces

Proces přijímání legislativy v rámci Evropské unie je nesmírně komplikovaný, podílí se na něm mnoho aktérů a je v zásadě delší, než je tomu na národní úrovni. Smyslem práce není

obsáhnout celou hloubku tohoto složitého procesu, přesto bude nastíněn jeho základní princip.

Přestože od přijetí Lisabonské smlouvy náleží Parlamentu více pravomocí a byla posílena jeho pozice, zůstala Komise nositelem tzv. legislativní iniciativy. Nově, právě díky Lisabonské smlouvě, byla zřízena také občanská iniciativa. Podmínkou iniciativy je účast jednoho milionu občanů z EU, kteří touto cestou vyzývají EK, aby předložila legislativní návrh ve věci, která jí právně přísluší. Zřídka mají členské státy a ostatní orgány EU právo legislativní iniciativy, v těchto případech se nejedná o „návrh“, nýbrž jsou používány termíny jako „na doporučení“, „z podnětu“ a „na žádost“. [21]

Valná většina schvalovaných zákonů je v současné době přijímána řádným legislativním postupem, tzv. spolurozhodováním. Komise předloží návrh a Parlament se spolu s Radou EU dohodnou na jeho přijetí. Dohoda probíhá ve dvou čteních, pokud se ani v jednom neshodnou a nepřijmou navzájem své pozměňovací návrhy, svolává předseda Rady a předseda Parlamentu dohodovací řízení, kde smírčí výbor složený ze zástupců Rady a Parlamentu vytváří společný text, který následně musí být během šesti týdnů schválen Radou a Parlamentem. Výsledkem je přijetí či nepřijetí návrhu. V letech 2004-2009 bylo v řádném procesu spolurozhodování přijato v prvním čtení 72 % návrhů, 23 % ve druhém a 5 % v dohodovacím řízení. [8] Naproti tomu v letech 1999-2004 se v prvním čtení schválilo pouze 28 % předložených návrhů, 50 % ve druhém čtení a 22 % v dohodovacím řízení. Teprve Amsterodamská smlouva dává možnost přijetí návrhu v prvním čtení, a jak se ukazuje, tak v posledních letech této možnosti instituce velmi využívají. Je to dáno i tím, že *„orgány v rámci postupu spolurozhodování spolupracují v dobré víře s cílem sblížit co nejvíce své postoje, a tím případně usnadnit přijetí aktu v co nejdřívejším stadiu postupu“* [22 s. 14].

3 Regulace lobbingu a její současný stav

Stěžejní důvod k zavedení regulace ve všech demokratických systémech byl nastíněn výše. Hlavním cílem regulace je poukázat na lobbistickou činnost jako na činnost zcela legální, která by se neměla zaměřovat s korupcí. Ve všech ohledech by se lobbování mělo stát transparentní, protože transparentnost je znakem toho, že není co skrývat. Díky zprůhlednění lobbistických činností by mohl pojem lobbying v očích veřejnosti získat důvěru.

Vzhledem k rozdílnému vývoji lobbingu je i v mnoha zemích jiná úroveň regulace. V některých zemích je lobbista povinen se registrovat, jinde naopak funguje princip samoregulace a lobbisté se registrují dobrovolně. V dnešní době ve většině zemí neexistuje závazná právní úprava [4], ale korupční skandály, spojené s lobbistickou činností, vyvíjejí tlak na zákonodárce, aby vytvořili zcela novou, nebo upravili již stávající a nefunkční právní úpravu lobbingu.

Následující část práce stručně nastíní počátky právní regulace v USA, následně se zaměří na regulaci v Evropské unii a České republice.

3.1 Historie a počátky regulace

Nejrazantnější vývoj regulace lobbingu zaznamenaly Spojené státy americké. V průběhu 20. století došlo k zavedení tří právních úprav. První zavedený zákon zněl *Foreign Agents Registration Act* z roku 1938 a následně ho doplnil v roce 1946 *Federal Regulation of Lobbying Act*. Avšak obě právní úpravy byly prakticky ihned po schválení nedostačující. Hlavním nedostatkem byla absence přesné definice lobbistických aktivit, které měly podléhat hlášení. Selhalo přesné vymezení veřejných činitelů, kteří byli cílem lobbistů a kteří se podíleli na politickém rozhodování. Dále se za nedostatečné jevílo zveřejňování finančních aktivit lobbistů.

Zákon přijatý roku 1938 (FARA – Foreign Agents Registration Act) měl za cíl limitovat vliv zahraničních subjektů a propagandy na americkou veřejnou politiku. Hlavním

popudem pro vznik tohoto aktu byla propaganda řízená Adolfem Hitlerem, která měla být roznětkou pro nacistické hnutí ve Spojených státech. Prezident Franklin Roosevelt a mnoho členů Kongresu se domnívalo, že Hitler pomáhal toto nacistické hnutí financovat. Slovním spojením *foreign propaganda* byla v zákoně myšlena právě *Nazi propaganda*, na tuto propagandu se zákon primárně zaměřoval, později byl tento termín rozšířen o obavy z komunistických propagand.

Zákon měl mírnit vliv zahraniční propagandy, nikoliv striktně omezit přenos informací. Zásadou byla identifikace peněžního příjmu za informace poskytnuté zahraničním subjektem a jakákoliv komunikace mezi zahraničními subjekty a politickými činiteli musela být podložena prohlášením, ve kterém bylo uvedeno jméno a adresa zahraničního činitele a zájem který se snažil prosadit.

Následně byl v roce 1946 schválen zákon *Federal Regulation of Lobbying Act* (dále jen FRLA), který postihoval lobbistickou činnost na domácí půdě. Byl ustanoven systém povinné registrace a zveřejňování finančních toků pro ty, kdo se zasazují o ovlivnění legislativního procesu v Kongresu. Zaregistrovaní lobbisté měli uloženou povinnost čtvrtletně zveřejňovat finanční zprávy. Obsahem těchto reportů bylo, podobně jako v předchozím případě, uveřejnění jména a adresy lobbisty, všech jeho klientů včetně příjmů, které za své služby získal, doložení podrobného účetnictví o výdajích spojených s lobbistickou činností. Ve zprávě musela být zahrnuta také publicistická činnost, článek nebo komentář, který lobbista publikoval na základě projednávané věci. Základem čtvrtletní zprávy byla identifikace zákonů, které měl lobbista ovlivnit v legislativním procesu ve prospěch svého klienta. Nedodržení těchto podmínek bylo trestáno pokutou do výše pěti tisíc dolarů nebo ročním vězením a tříletým zákazem vykonávání lobbistické činnosti.

Jak již bylo řečeno, oba zákony měly jisté mezery a pouhé dva roky po schválení FRLA žádal tehdejší prezident Harry Truman o přepracování a zefektivnění těchto zákonů. Jednou ze slabin FRLA bylo nezahrnutí zaměstnanců kongresu a exekutivy do procesu lobby, pouze jednání s členy Kongresu mělo být obsaženo a zaznamenáno ve čtvrtletních zprávách. Další slabinou bylo nejasné vymezení toho, na koho se vztahovala povinnost se

registrovat a jaké jednání bylo považováno za lobbování a tím pádem podléhalo oznamovací povinnosti.

Není divu, že studie provedená Nejvyšším kontrolním úřadem (GAO – General Accounting Office) v roce 1991 odhalila skutečnost, že 10 000 z 13 500 osob a organizací uvedených v adresáři lobbistů, v tzv. *Directory of Washington Representative*, nebyly zaregistrovány jako lobbisté, přestože byly vedeny jako osoby mající vliv na Capitol Hill. Studie dále ukázala na nekompletně vykazované reporty. Celkem 60 % registrovaných lobbistů nevykázalo žádnou finanční aktivitu, 90 % neuvedlo žádné výdaje za platy, mzdy, poplatky nebo odměny, 95 % lobbistů nevykázalo žádný styk s veřejností či náklady na reklamní výdaje a na závěr pouze 32 % lobbistů v reportu uvedlo zákon nebo návrh zákona, za který lobbovalo. [23]

Po padesáti letech přišel Kongres s rozsáhlým návrhem, jímž měl zacelit mezery v předešlých zákonech regulujících lobbying. V roce 1995 Kongres schválil a přijal Zákon o zveřejňování informací týkajících se lobbyingu (*Lobbying Disclosure Act*, dále jen LDA) a který nabyl účinnosti 1. 1. 1996. [4]

Hlavními podněty k úpravě zákonů a k vytvoření LDA byly odhalené skandály. Příkladem může být skandál Wedtech, který propukl v roce 1987. Podvýbor Senátu dohlížející na řízení vlády vyšetřoval nestandardní jednání při zadávání zakázek společnosti Wedtech. Bylo zjištěno, že Wedtech najal několik lobbistů, včetně několika bývalých členů Kongresu, k tomu, aby společnosti dopomohli k získání lukrativních vládních zakázek. Všechny tyto lobbistické činnosti byly nehlášené a navíc zahrnovaly podplácení vládních úředníků. Na základě vyšetřování se podvýbor v roce 1991 sešel a hlavním tématem jednání byla registrace lobbistů a povinnost podávání zpráv. [23]

Následující rok byl předložen první návrh na změnu zákona a díky dalším skandálům, které postupně vyplouvaly na povrch, se zveřejňování lobbistických aktivit stalo prioritou číslo jedna. Konečná podoba zákona LDA zazněla roku 1995 a zákon nahradil a sjednotil dříve zavedené zákony.

Klíčovým zlepšením bylo jasné definování lobbisty. Lobbistou se rozumí „osoba, která je najatá nebo udržovaná klientem za určitou odměnu (finanční nebo jinou) za služby které

zahrnují více než jeden lobbistický kontakt, a která věnuje lobbování alespoň 20 % svého pracovního času v průběhu šesti měsíců ve prospěch svých klientů“ [4 s. 90]. Definovat lobbistu je prvním klíčem k úspěchu, ale samozřejmě ne jediným. Zákon dále vymezuje lobbistické aktivity jako „lobbistický kontakt nebo pokus o tento kontakt, které zahrnují přípravu a plánování aktivit, výzkum a jiné přípravné práce, s úmyslem je v době jejich uskutečnění využít pro kontakty a koordinaci s lobbistickými aktivitami ostatních“ a lobbistickým kontaktem je myšlena jakákoliv ústní nebo písemná komunikace (včetně elektronické komunikace) vůči vymezenému okruhu úředníků exekutivy a legislativy, která je činěná ve prospěch klienta [4 s. 90-91].

Zákon se samozřejmě zaměřuje na další aspekty a definice lobbingu. Cílem práce není popsat celý proces zlepšení tohoto zákona. Nahlédnutí do procesu formování regulace ve Spojených státech ukazuje nelehký úkol pro Českou republiku, potažmo pro Evropskou unii, ve snaze o právní regulaci lobbistických aktivit. Na závěr lze uvést slova předního právníka a politologa Lannyho Davise⁴, který za hlavní negativum lobbingu považuje absenci transparentnosti, protože tehdy se může stát, že mocní a bohatí mohou mít tajný vliv na členy Kongresu a exekutivu. Řešením dle něj je naprostá transparentnost, která by vytvořila stejné podmínky pro všechny. Díky tomu by, jak lobbista, tak veřejný činitel, kterého chce lobbista ovlivnit, věděli, že veřejnost o všem ví a díky tomu jsou jí zodpovědni za své konání. V takovém případě si lobbista může klást otázku „Vadí mi, pokud setkání bude následující den se vším všudy zveřejněno v novinách?“ Důsledek kladné odpovědi je více než zřejmý [24].

⁴ Lanny Davis v letech 1996 – 1998 působil jako zvláštní poradce prezidenta Billa Clintona

3.2 Regulace lobbingu v EU

Na regulaci lobbingu v rámci EU, tzv. eurolobbingu [5] lze nahlížet ze dvou stran, přičemž jednu stranu tvoří Evropská komise a druhou Evropský parlament. Každá z těchto evropských institucí měla v průběhu let jiné impulsy k vytvoření vlastních stanovisek a pravidel. Obě instituce spustily své vlastní rejstříky transparentnosti, které až do roku 2011 fungovaly odděleně.

3.2.1 Stanovení pravidel lobby Evropským parlamentem

Po přijetí Jednotného evropského aktu v roce 1986 pocítil Evropský parlament zvětšující se zájem lobbistů o kontakt s poslanci. Cílem EP bylo vytvoření pravidel spolupráce poslanců s lobbisty, která povedou k zefektivnění legislativního procesu.

První návrh na vytvoření tzv. propustek do parlamentní budovy vyslovil poslanec Alman Metten roku 1989 [5]. Vzhledem k tomu, že do té doby byl vstup do prostor parlamentu neomezený díky konceptu institucionální otevřenosti vůči občanům EU, bylo nutné rozlišit práva občanů na vstup do parlamentu a omezit pohyb osob, kterých se propustky měly týkat, čili lobbistů. I zde je vidět, jak je důležité přesně definovat kdo je a kdo není lobbistou.

V průběhu dalších let vedly debaty k vytvoření rejstříku lobbistů, který začal fungovat od roku 1996. Evropský parlament pověřil kvestory⁵ vydáváním vstupních průkazů s roční platností, které byly vydány na základě vyplněné žádosti, čistého trestního rejstříku a prokázání pracovní vazby na zaměstnavatele [8]. Součástí rejstříku byla povinnost zaregistrovaných uvést finanční výhody, dary či služby poskytnuté poslancům, hodnostářům nebo asistentům poslanců přesahující hodnotu 1000 ECU⁶ a tuto povinnost vykazování měli i poslanci, kteří museli ve veřejném registru přiznat detailní přehled svých aktiv [5].

⁵ Poslanci pověřeni správními a finančními záležitostmi.

⁶ ECU – Evropská měnová jednotka nahrazená na konci roku 1998 měnou euro.

Důležitým aspektem bylo zavedení povinného kodexu chování pro všechny žádající o akreditaci. V případě porušení tohoto kodexu hrozilo zrušení akreditace, tzn. znemožnění přístupu do budov Evropského parlamentu [25].

Dalším přispěním ke zvýšení transparentnosti lobbingu bylo přijetí zprávy o pravidlech čestného a otevřeného chování lobbistů v květnu 1997, a v roce 2003 zveřejnění seznamu lobbistů a poslaneckých asistentů na webu Parlamentu [5].

3.2.2 Stanovení pravidel lobby Evropskou komisí

Přestože Evropská komise přiznává, že „*lobbying existuje a že je na něm jako původce legislativní iniciativy informačně závislá*“ [5 s. 93], nepodnikla žádné razantní kroky k vytvoření pravidel lobbingu, ačkoliv je ústředním účastníkem procesu prosazování zájmů od zahájení integračního procesu.

Prvním krokem byl dokument Otevřený a strukturovaný dialog mezi Komisí a zvláštními zájmovými skupinami publikovaný Komisí roku 1992. Tento krok byl vesměs pouze formální a Komise jím sice podpořila Evropský parlament v otázkách regulace, ale dala najevo jenom svou spolupráci se zájmovými skupinami.

Poté, co se na post předsedy Komise dostal Romano Prodi, byl v roce 2000 přijat Kodex dobrého administrativního chování a Bílá kniha o evropském vládnutí, která zdůraznila nutnost stanovit základní konzultační standardy a zpřehlednit tím proces komunikace mezi EK a zájmy. Velkým zlomem v konceptu regulace byl rok 2005 - tehdy estonský eurokomisař Siim Kallas přišel s návrhem Komise vyhlásit Iniciativu pro transparentnost. Krátce na to byla 3. května 2006 zveřejněna Zelená kniha o evropské iniciativě pro transparentnost a v rámci veřejné konzultace otevřené do 31. srpna 2006 byly zúčastněné strany vyzvány k vyjádření. [5]

Cílem této iniciativy bylo vytvoření strukturovanějšího rámce pro činnost zástupců zájmových skupin neboli lobbistů. Byly přijaty minimální standardy Komise pro konzultace a neméně důležité bylo přijetí povinnosti zveřejňovat informace o příjemcích finančních prostředků EU, spravovaných ve sdíleném řízení. [26]

Jedním z hlavních nástrojů Zelené knihy bylo dodržování pravidel čestnosti daných kodexem chování. Komise podporovala princip dobrovolných kodexů a systém samoregulace. Slova estonského eurokomisaře na podporu samoregulace zní: „*Doufáme, že dobrovolnou registrací dosáhneme lepších výsledků. Navíc tím dáváme prostor tomuto odvětví, aby si samo dohodlo pravidla, kterými se má řídit.*“ [27]. Nadále se Komise nedomnívala, že by vhodnou volbou byl systém povinné registrace, avšak přiznala, že v případě nedostatečného fungování samoregulace by přistoupila k povinným opatřením [25]. Druhým významným nástrojem pro zvýšení transparentnosti byly konzultace umožňující přímé zapojení zúčastněných stran do procesu tvorby politik. Přínosem těchto konzultací bylo zlepšení kvality legislativních návrhů Komise [26].

Obecné zásady a minimální standardy pro konzultace

„Když se organizace snaží přispět k rozvoji politik EU, jsou otevřenost a odpovědnost důležitými zásadami pro jejich chování. Musí být zřejmé:

- jaké zájmy zastupují,
- rozsah jejich zastoupení.

Zúčastněné strany, které chtějí předložit připomínky k návrhům Komise, musejí být tedy připraveny poskytnout Komisi a široké veřejnosti výše uvedené informace. Tyto informace by měly být zpřístupněny prostřednictvím databáze CONECCS (pokud k nim mají organizace přístup a chtějí být do databáze dobrovolně zařazeny) nebo jiných prostředků, např. zvláštních informačních listů. Nejsou-li tyto informace poskytnuty, podání se považují za příspěvky jednotlivců“⁶.

Obr. 2: Obecné zásady a minimální standardy pro konzultace
Zdroj: [25 s. 6]

V souhrnu Komise definovala systém, který by napomohl větší transparentnosti lobbování. Systém by měl obsahovat [25]:

- dobrovolný systém registrace
- obecný kodex chování
- systém sledování a postihů

K tomu, aby se lobbiisté dobrovolně zaregistrovali, by Komise využívala tzv. pobídky. Ty by zahrnovaly automatické upozorňování na konzultace v oblastech, které by lobbisty mohly zajímat. Obecný kodex by v sobě zahrnoval již kodex existující, vylepšený

o kodexy, které by sami lobbující aktéři vytvořili. Systém sledování a postihů, v případě porušení kodexů, jasně uveden nebyl a tato skutečnost byla následně ostře kritizována.

Zveřejnění zelené knihy vyvolalo mnoho diskuzí. Ve výsledku byla navrhovaná opatření vnímána jako nedostačující, krátkozraká a samoregulační koncept jako nefunkční. Ačkoliv byla v knize obsažena definice lobbování jako „*veškerá činnost vykonávaná s cílem ovlivnit formulování politiky a rozhodovacích procesů evropských orgánů*“ [5 s. 96], Hospodářský a sociální výbor a Výbor regionů definici shledaly nedostatečnou. Do konzultace se zapojily nevládní organizace, např. ALTER-EU⁷, která kriticky komentovala absenci sankcí pro případ porušení kodexu a také nezavedení dohledu nad financováním lobbistů. Koalice poukázala na jednostrannost opatření, zaměřujících se pouze na lobbisty, a žádala o stanovení pravidel pro odcházející veřejné činitele. Tento požadavek je spojen s jevem takzvaných otáčivých dveří [4]. Jedná se o pohyb veřejného činitele ze sféry veřejné do sféry soukromé (nejčastější případ), ale funguje to i naopak. Tento proces by měl být eliminován dočasným zákazem výkonu lobbingu. Tím by se zabránilo využívání kontaktů získaných ve veřejných funkcích pro následnou lobbistickou aktivitu. Navrhovaný způsob vytvoření kodexu chování byl shledán obtížně proveditelný [28] a od prosince 2007 do února 2008 proběhla konzultace o komisním návrhu etického kodexu, tzv. Code of Conduct [29].

Výsledkem celého procesu bylo spuštění rejstříku v červnu 2008. Zapsat se do něj mohly subjekty dobrovolně, ať už se sídlem v Bruselu nebo kdekoliv jinde v Evropě. Samozřejmostí bylo dodržování etického kodexu a subjekty měly povinnost minimálně jednou ročně aktualizovat vložené údaje. Při porušení pravidel mohl být subjekt dočasně anebo trvale z rejstříku vyškrtnut. Rok po spuštění rejstříku bylo registrováno jen 2000 subjektů a v květnu 2011 již 3916 subjektů, jak ukazuje následující obrázek.

⁷ ALTER-EU je koalice 200 nevládních subjektů s cílem zvýšit transparentnost unijního lobbingu [10].



Obr. 3: Skupiny registrovaných subjektů v Rejstříku transparentnosti Evropské komise
Zdroj: [8 s. 71]

3.3 Kooperace Evropské komise a Evropského parlamentu

Názor na zavedení společného registru a kodexu chování pro Komisi a Evropský parlament zazníval již během konzultací v roce 2006 [28]. Poté, co byl zřízen rejstřík zástupců zájmových skupin Evropské komise⁸, byla ustanovena pracovní skupina na vysoké úrovni, zaměřená na společný rejstřík zástupců zájmových skupin a související kodex chování. První schůze se konala 16. prosince 2008 [30].

Cílem pracovní skupiny bylo vytvořit návrh společného rejstříku lobbistů a ten byl europoslanci podpořen 11. května 2011. Název rejstříku se z rejstříku lobbistů změnil na Rejstřík transparentnosti za účelem přimět k registraci subjekty typu think tank, organizace zastupující církve, náboženské společnosti či orgány místní správy, zkrátka všechny subjekty, které se snaží ovlivňovat tvorbu a provádění politik EU. Tehdejší předseda Evropského parlamentu Jerzy Buzek okomentoval rejstřík slovy: „*Registr transparentnosti*

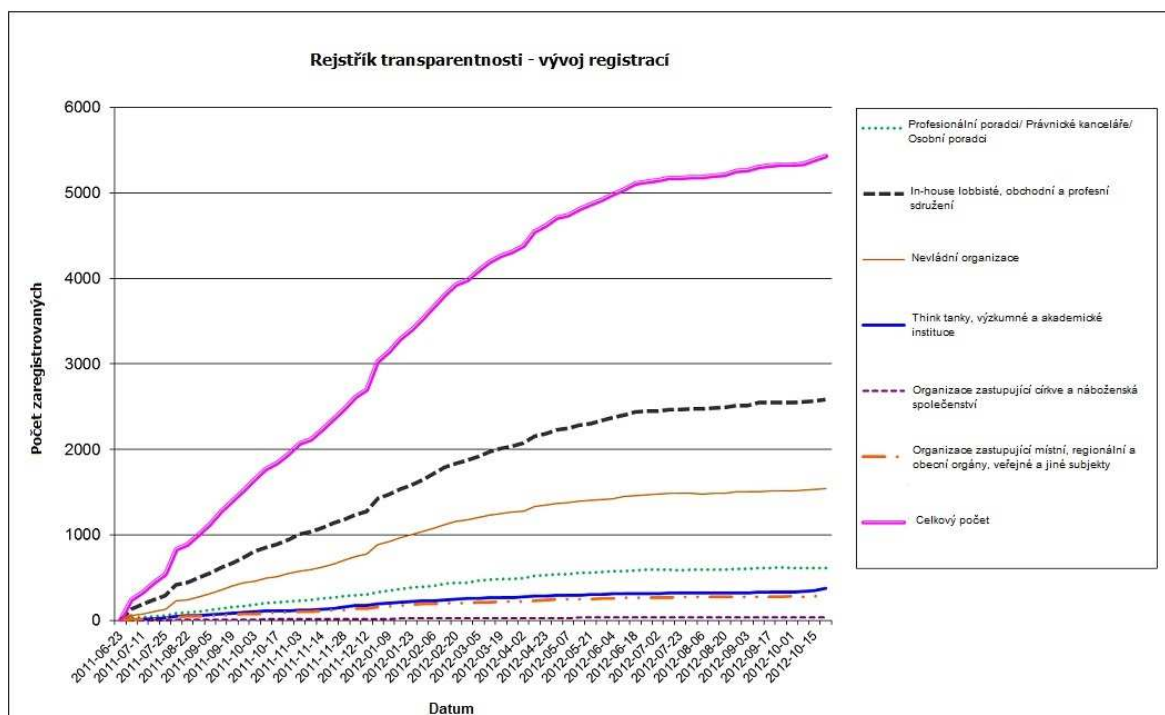
⁸ Rejstřík zástupců zájmových skupin EK je totožný s názvem Rejstřík transparentnosti EK.

je důležitým krokem vpřed v našem boji za čistý a odpovědný proces rozhodování v Evropské unii. Potřebujeme lobby a zájmové skupiny, abychom si byli vědomi možného dopadu námi schvalovaných právních předpisů na různé skupiny lidí a firem, ale musíme si být jisti, že nikdo neovlivňuje rozhodnutí nedovolenými prostředky.“ [31].

Dále byl podpořen návrh na zavedení tzv. legislativní stopy. Jedná se o seznam lobbistů, se kterými se poslanec setkal při tvorbě legislativních zpráv a ke kterým by byl seznam přiložen. V návrhu byla rozšířena definice, na koho se registrace vztahuje. Jde o činnosti vykonávané přímo či nepřímo s cílem ovlivnit formulování nebo provádění politik bez ohledu na použitý komunikační kanál. Těmito kanály bylo myšleno využívání medií, diskuzních fór, smluv s profesionálními prostředníky apod. Tato široká definice ukázala, že do registru nespadá jen přímý kontakt mezi lobbovanou osobou a lobbistou. [32]

Společný rejstřík transparentnosti vešel v definitivní platnost 23. června 2011. Tehdy podepsal interinstitucionální dohodu mezi Evropským parlamentem a Komisí předseda Parlamentu Jerzy Buzek a místopředseda Komise Maroš Šefčovič. [33] Již od počátku spolupráce těchto dvou institucí byla Rada EU vyzývána, aby taktéž převzala aktivní úlohu v procesu transparentnosti EU. Rok po spuštění rejstříku Rada vyslala pozorovatele do společného sekretariátu, který se zabývá každodenní správou rejstříku. Ačkoliv se zatím Rada ministrů do společného rejstříku nezapojila, veřejnost tímto krokem dostala signál, že všechny tři hlavní orgány EU v této důležité oblasti spolupracují. [34]

Následující obrázek ukazuje vývoj registrací od spuštění společného rejstříku. Zahrnuje nově registrované subjekty. Všechny subjekty vedené v původních registrech byly postupně převedeny do společného rejstříku transparentnosti.



Obr. 4: Vývoj registrací od spuštění dne 23. 6. 2011
Zdroj: [33]

Ke dni 9. 5. 2013 bylo v rejstříku zapsáno 5694 subjektů v následujících kategoriích [35]:

- I. Odborné poradenské společnosti/ právnické firmy/ samostatně výdělečně činní poradci (643)
- II. „In-house“ lobbisté, obchodní/ profesní sdružení (2 802)
- III. Nevládní organizace (1 531)
- IV. Expertní skupiny typu „think-tank“, výzkumné a akademické instituce (403)
- V. Organizace zastupující církve a náboženská společenství (39)
- VI. Organizace zastupující místní, regionální a obecní orgány, jiné veřejné či smíšené subjekty (276)

3.4 Regulace lobbingu v České republice

V současné době žádná zákonná regulace lobbingu v ČR neexistuje a Ústava v tomto případě hlásá „co není zakázáno, je dovoleno“ [8 s. 70]. Také ostatní členské země EU nemají zákonem upravený lobbing, výjimku tvoří Litva, Maďarsko a Polsko. V Německu a Francii je upraven pouze styk zájmových skupin s poslanci na bázi veřejného registru,

slovo lobbying se v případě Německa nikde nevyskytuje a ve Francii je registr zaveden jen v dolní komoře francouzského parlamentu v Národním shromáždění. Velká Británie v současné době funguje na systému samoregulace, ačkoliv se uvažuje o zavedení zákonné regulace. [4]

První iniciativu k sestavení pravidel lobbingu měl tehdejší předseda poslanecké sněmovny Lubomír Zaorálek, když ke konci roku 2005 předložil návrh dobrovolného Etického kodexu poslance. Podporu získal od svého spolustraníka Jiřího Paroubka, avšak Petr Nečas z opoziční ODS považoval kodex za prázdné gesto vzhledem k údajné nevěrohodnosti pana Zaorálka. [36]

Dalším příslibem vytvoření zákonné úpravy bylo začátkem roku 2007 programové prohlášení vlády Mirka Topolánka, ve kterém se vláda zavázala připravit právní opatření regulující lobbying včetně transparentnějšího systému registrace lobbistů. Bohužel zůstalo pouze u tohoto prohlášení. Následná studentská iniciativa Inventura demokracie dostala do povědomí veřejnosti čtyři problematiky politického dění. Jednou z nich byl „*nikým nekontrolovaný a neregulovaný lobbying*“ [37]. Tato iniciativa studentů vznikla k blížícímu se 20. výročí sametové revoluce a roku 2009 poslanci za ČSSD, Bohuslav Sobotka a Jeroným Tejc, navrhli zákon o lobbingu. Vláda návrh projednala a posoudila, avšak vyslovila nesouhlas. Ačkoliv snahu legalizovat lobbying podporovala, byla přesvědčena, že návrh nesplňuje požadavky důkladné přípravy a širší diskuze k vytvoření účinné legislativy [38], poté byl návrh zamítnut v prvním čtení v Poslanecké sněmovně. Následovalo přepracování návrhu s ohledem na kritické připomínky a v únoru 2010 byl předložen Poslanecké sněmovně. Vláda Jana Fišera opět vyslovila nesouhlas, ale přesto byl návrh zákona v Poslanecké sněmovně schválen a následně 23. 6. 2010 v Senátu zamítnut [39].

3.4.1 Poptávka po regulaci lobbingu

V březnu a v dubnu 2011 proběhl, pod záštitou Sociologického ústavu AV ČR, výzkum veřejného mínění na téma lobbying, reforma lobbingu a protikorupční politika. Z výzkumu vyplynula nedostatečná informovanost obyvatelstva ohledně problematiky regulace lobbingu, jelikož mnoho z dotazovaných na otázku, týkající se formy regulace, nevědělo na kterou stranu se přiklonit, či volili možnost „nevím“. Na druhou stranu ve výsledku bylo

třikrát více podporujících odpovědí než odmítajících, čili respondenti si uvědomovali potřebu nějakým způsobem lobbying regulovat. Dále se ukázalo, že 73 % dotazovaných vnímá lobbying jako cestu ke korupci a většina je přesvědčena, že regulace lobbyingu pomůže ke zvýšení transparentnosti politického systému. Pokud většina národa vidí lobbying jako formu úplatkářství, nebo je pro ně dokonce slovo lobbying synonymem korupce, není divu, že řada českých lobbistů se nerada s tímto termínem spojuje a raději se „schovává“ za slovem konzultant.

Výzkum dotazoval jak občany, tak také firmy. Účinnost registru v boji proti korupci shledalo 38,6 % občanů jako velmi účinnou, 38,6 % jako poměrně účinnou a z řad podnikatelské sféry podpořilo registr lobbistů 45,3 % firem. [39]

Ve výzkumu byly dotazovány firmy z odvětví průmyslové výroby, energetiky a stavebnictví. Jejich celkové příjmy činí kolem 147 mld. Kč a na HDP se podílejí 5 %. Více jak polovina dotazovaných uvedla přínos regulace v podobě podpory etických obchodních postupů a 45,7 % manažerů bylo proti zavedení jakýkoliv privilegií a výsad lobbistů, které by získali po registraci. Asi nejdůležitějším výstupem výzkumu bylo zjištění, zda podniky při komunikaci s politiky a veřejnými činiteli využívají externí konzultanty či agentury. Pouze 1 % firem odpovědělo kladně, 12 % využívá služeb příležitostně a 21 % povětšinou menších firem uvedlo, že s politiky nekomunikují vůbec. Celých 64 % dotazovaných využívá vlastních prostředků ke styku s politickou sférou a toto velké číslo ukazuje, že nelze zákonnou regulaci vztahovat pouze na profesionální lobbisty, ale na všechny kdo se snaží o lobbistický kontakt. [39]

3.4.2 Expertní stoly o lobbingu

Kromě zmíněných výzkumů proběhlo na jaře roku 2011 setkání expertů⁹ v rámci projektu Expertní stoly o lobbingu. Hlavním smyslem tohoto setkání bylo sestavit doporučení a stanoviska, která poslouží Ministerstvu vnitra při sestavě zákona o regulaci lobbingu.

Jedním z hlavních témat, která vyvstala na tomto setkání a iniciovala rozsáhlé debaty, bylo pokusit se ucelit názor a zformulovat definici hlavního aktéra lobbingu, a to lobbisty. Čeští přední experti charakterizovali lobbistu jako osobu, která je ve spojení s vykonavatelem veřejné moci ve věci ovlivnění vypracování, předložení, projednání, schválení, změny nebo doplnění zákona, návrhu zákona, veřejných zakázek atd. Dále je za lobbistu považována osoba zastupující zájmy větší skupiny, nebo ta osoba, která zastupuje kolektivní zájem. [39]

V návaznosti na charakteristiku lobbisty byla řešena otázka určení lobbované osoby. Zazněl výčet osob, který by dle expertů měl být uveden v chystaném zákoně o regulaci lobbingu. Mezi vyjmenovanými osobami zazněl např. poslanec Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky (dále jen PČR), senátor Senátu PČR, asistent poslance a asistent senátora. Dále by měl být za lobbovanou osobu považován každý člen vlády, náměstek člena vlády a asistent člena vlády, člen bankovní rady ČNB, prezident, viceprezident a člen Nejvyššího kontrolního úřadu. Z pohledu krajů a obcí je lobbovanou osobou hejtman, člen rady kraje nebo člen rady hlavního města Prahy, ředitel krajského úřadu a starosta města. Pro zvýšení transparentnosti prosazování zájmů, by si měly lobbované osoby vést veřejný diář, ve kterém by uváděly jména lobbistů, témata která probíraly, měly by zveřejňovat finanční zájmy a rozhodně nepřijímat jakékoliv úplatky a benefity. [39]

V současné době je návrh zákona v několika variantách v připomínkovém řízení Vlády ČR. Předkládané varianty na setkání zhodnotila skupina expertů a následně předložila

⁹ Zástupci poslaneckých klubů, Senátu ČR, Evropského parlamentu, Ministerstva vnitra, Ministerstva spravedlnosti, akademické sféry, představitelé advokátních a poradenských společností, právníci, zástupci významných svazů a nevládních organizací.

doporučení Vládě ČR, poslancům a senátorům. Setkání se uskutečnilo 29. října 2012 v rámci Semináře o návrhu zákona o lobbingu.

Doporučení expertů zahrnovalo tyto oblasti [40]:

- Předmět a účel úpravy
- Definice pojmu lobbing a dalších pojmů
- Práva a povinnosti lobbistů a lobbovaných
- Orgán pro dohled
- Sankce

Problémem v určení předmětu a účelu úpravy se stal nejednotný názor na to, jestli do úpravy zahrnout jen legislativní proces nebo také proces rozhodovací. Jelikož v rozhodovacím procesu dochází k definování toho, co je veřejný zájem, je dle některých expertů důležité do návrhu zákona zahrnout i procesy rozhodovací, tím pádem zahrnout do návrhu např. představitele územních samosprávných celků. Jiní oponovali tím, že by se v takovém případě za lobbing považovala komunikace mezi voličem a jeho zastupitelem.

V definici lobbingu experti navrhli, aby bylo přesněji vymezeno, co je myšleno „pomocí k uskutečnění lobbistického kontaktu“. Předešlo by se tomu, aby např. organizátor schůzky nebyl označen za lobbistu.

Největší nedostatek návrhu zákona je experty spatřován v chybějící povinnosti zveřejňovat a nahlašovat uskutečněné lobbistické kontakty. Bez této povinnosti nemá dohlížející orgán možnost určit, zda byl porušen zákon. [40] Také Analýza provedená Lukášem Krausem a Martinem Fadrným doporučuje vládě zavedení povinnosti pravidelně oznamovat údaje o lobbistickém kontaktu [41].

Pro dohled nad dodržováním pravidel by měl být zaveden zvláštní orgán, který by byl oproti parlamentnímu zmocněnci nezávislý a měl právo udělovat sankce [40].

4 Zastoupení ČR potažmo podnikatelských zájmů v Bruselu

Česká republika jako člen Evropské unie má řadu institucí, které ji na evropské půdě zastupují. Nejvýznamnější z nich je Stálé zastoupení ČR při EU. Další platformu zastávají zastoupení jednotlivých krajů, celkem je v Bruselu 10 stálých krajských kanceláří¹⁰. Podnikatelské zájmy v Evropské unii hájí Česká podnikatelská reprezentace při EU (dále jen CEBRE) a neméně důležitá role patří České styčné kanceláři pro výzkum a vývoj (dále jen CZELO). Mimo tyto instituce Českou republiku reprezentují postoje, názory a vystupování 22 europoslanců, jednotlivých ministrů a jednoho eurokomisaře.

4.1 Stálé zastoupení ČR při EU

Přestože je práce primárně zaměřena na zkoumání možností, které podnikatelské subjekty mohou využít k prosazení svých zájmů, je nezbytné poukázat na zastupování zájmů ČR jako celku. Hlavní institucí, která na svá bedra přebírá tento úkol, je Stálé zastoupení ČR při EU, dříve známé jako Stálá mise ČR při Evropských společenstvích. Mezi činnosti vykonávané Stálým zastoupením především patří [42]:

- zastupovat zájmy ČR v orgánech a institucích EU;
- posilovat pozici ČR ve strukturách EU, včetně odpovídající přítomnosti občanů ČR v unijních institucích;
- vytvářet podmínky pro úspěšnou účast ČR na zasedáních nejvyšších orgánů EU (Rady ministrů, Evropská rada);
- udržovat a prohlubovat pracovní kontakty s představiteli institucí EU, zastoupeními a SZ dalších zemí nebo nadnárodních a mezinárodních institucí. Dále udržovat styky s občany ČR zaměstnanými či jinak působícími v institucích EU;
- zajišťovat komunikaci mezi orgány státní správy ČR a institucemi EU;

¹⁰ Kromě Pardubického, Moravskoslezského, Karlovarského kraje a kraje Vysočina.

- podílet se na formulaci postupu ČR v jednotlivých orgánech EU;
- předkládat ústředí návrhy postupu pro řešení odborných otázek vztahujících se k problémům řešeným v orgánech a institucích EU;
- obsazovat jednání odborných orgánů EU ve spolupráci s orgány a institucemi v ústředí;
- poskytovat podporu vyslaným delegacím ČR při jejich jednáních;
- informovat ústředí o činnosti EU a zasílat odbornou dokumentaci a literaturu;
- napomáhat zvýšení informovanosti o ČR a jejím členství v EU.

Největší akce, která je pořádána Stálým zastoupením a na které se mohou prezentovat jednotlivé kraje, jejich místní speciality a další organizace, nese název Czech Street Party. Akce je od roku 2007 pořádána každoročně v červnu, s cílem představit destinace, lákavé pro turisty, a informovat o zajímavostech jednotlivých regionů. Smysl této akce popsala bývalá stálá představitelka Milena Vincenová slovy: *„Díky Street Party navazujeme řadu nových kontaktů, udržujeme neformální vazby s partnery a prezentujeme českou kulturu, tradiční speciality i celou naši zemi jako lákavou destinaci pro firmy i pro turisty, a to zábavnou formou.“* [43].

4.2 Česká podnikatelská reprezentace při EU

Vznik České podnikatelské reprezentace při EU iniciovala Hospodářská komise ČR ve spolupráci se Svazem průmyslu a dopravy ČR a Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR za podpory Ministerstva průmyslu a obchodu. Posláním CEBRE je prezentace a obhajoba českých podnikatelských zájmů před evropskými institucemi a u evropských podnikatelských federací přímo v Bruselu.

CEBRE poskytuje služby v oblasti zastupování a hájení zájmů:

- u evropských asociací a konfederací;
- na seminářích a konferencích;
- u institucí EU a u českých partnerů

U všech forem zastupování CEBRE následně zpracuje zápis z jednání a zašle ho do stanovené lhůty klientovi.

Mimo zastupování klienta poskytuje CEBRE týdenní monitoring událostí z EU ve vytyčených oblastech. Připraví pro klienta přehled klíčových zasedání, konferencí a seminářů. Přehled zahrnuje informace o datu a místě konání, podkladové dokumenty a odkazy na jednotlivé akce. Kromě monitoringu událostí může CEBRE pro klienta monitorovat a na jeho žádost mu zasílat týdenní přehledy výzev k podávání projektů, publikovaných v rámci programů a fondů EU. Nadále v oblasti monitoringu CEBRE poskytuje důležitou službu sledování vybrané legislativy. Služba obsahuje vypracování dvoustránkového FactSheetu, který obsahuje popis návrhu a jeho klíčové body, průběh projednávání v Radě a v Parlamentu, vyjádření Komise k pozměňovacím návrhům a stanoviska ostatních poradních orgánů, zájmových skupin, sdružení a asociací, think-tanků atd. Podnikatelské subjekty mohou CEBRE kontaktovat i v případě, že potřebují sjednat schůzku, konferenci, seminář či pracovní stáž v Bruselu. CEBRE lze považovat za spojovací článek mezi potenciálními partnery, kteří mohou společně předložit projekt v rámci komunitárních programů. [17]

4.3 Česká styčná kancelář pro výzkum a vývoj

CZELO, neboli Česká styčná kancelář pro výzkum a vývoj, je významným subjektem pro české výzkumníky. CZELO sídlí v Bruselu, kde prostřednictvím Rámcových programů Evropské unie pro výzkum a vývoj napomáhá úspěšnému zapojení českého výzkumu do evropské výzkumné spolupráce.

CZELO se podílí na systematické propagaci českého výzkumu a jeho výsledků, informuje o nabídkách ke spolupráci, pořádá informační dny o českém výzkumu a vývoji pro představitele evropských institucí, asistuje při setkáních s potenciálními projektovými partnery, zprostředkovává setkání s relevantními úředníky Evropské komise pro prezentaci výzkumných témat a návrhů projektů a v neposlední řadě podává českým výzkumníkům aktuální informace o evropském výzkumu a o příležitostech zapojení do mezinárodních výzkumných konsorcií.

Na svém webovém portále CZELO uvádí 7 národních organizací, které se zabývají oblastí vědy a výzkumu (např. Akademie věd ČR, Grantová agentura ČR), 10 profesních organizací (např. Česká kosmická kancelář, Asociace výzkumných organizací, Asociace inovačního podnikání ČR, jejímž členem je také Technická univerzita v Liberci, a další) a na 20 databázích českých pracovišť vědy a výzkumu.

V současné době probíhá Sedmý rámcový program výzkumu a technologického rozvoje (7RP), který probíhá od roku 2007 do roku 2013. Jedná se o základní nástroj EU pro financování výzkumu v Evropě a na toto období poskytla Evropská unie z rozpočtu 50,5 miliard eur. Tento program je nahrazen novým rámcovým programem nazvaným Horizont 2020 a spojuje 7RP s dalšími nástroji pro financování vědy – s Rámcovým programem pro konkurenceschopnost a inovace a s Evropským technickým a inovačním institutem. [44]

4.4 Zastoupení krajů

V současné době má v Bruselu stálou kancelář 10 krajů ČR. Výjimku tvoří Moravskoslezský, Karlovarský, Pardubický kraj a Kraj Vysočina k datu 27. 4. 2013. Kraje své místo v Bruselu zřídily na základě rostoucího významu evropských regionů a díky tomu se staly důležitými partnery při vytváření politiky EU nejen prostřednictvím Výboru regionů. Momentálně má sídlo v Bruselu přes 300 regionálních a místních samospráv. Důvody pro přímé zastoupení v Bruselu jsou následující:

- navazování vazeb na další regiony a instituce EU;
- získávání a poskytování informací o aktuálním dění v evropské politice;
- prosazování zájmů jednotlivých krajů u institucí EU;
- propagace kraje v zahraničí;
- poskytování informací o připravované legislativě a dotačních programech;
- vytváření kontaktů s významnými evropskými investory.

Jak již bylo zmíněno, kraje a regionální firmy mají možnost se propagovat na české kulturní akci Czech Street party. Ústecká firma Procházka, s. r. o. se prezentovala svými

roudnickými a ústeckými klobásami, pekárna INPEKO hostila svými Severočeskými tyčinkami, čajovými lineckými kolečky a biskupským chlebíčkem a samozřejmě nechybělo české pivo značky Pilsner Urquell, Zlatopramen, Březňák.

Moravskoslezský kraj sice oficiální zastoupení v Bruselu nemá, ale je přidruženým členem společnosti Access EU! – EEIG¹¹, která na vyžádání kraje zastupuje jeho zájmy a důvodem tohoto kroku bylo snížit roční náklady, které se momentálně pohybují na 10 % původně vynakládané částky. Také Pardubický kraj vedly finanční důvody ke zrušení stálého zastoupení. Místo toho se kraj za úplatu dohodl s Plzeňským krajem na společné reprezentaci. Stálé zastoupení Karlovarského kraje nefunguje od 1. 4. 2012 a veškeré aktivity v tomto směru zajišťuje vedoucí Kanceláře hejtmána. Kraj Vysočina v lednu 2010 přešel ze stálého zastoupení na nestálé – zástupce Kraje Vysočina do Bruselu jezdí přibližně jednou za měsíc vyřizovat aktuální záležitosti.

¹¹ Evropské hospodářské zájmové sdružení

5 Analýza prosazování zájmů českými podnikatelskými subjekty

Cílem diplomové práce je analyzovat a ukázat, jak české podnikatelské subjekty hájí své zájmy vůči státu a evropským institucím. Před popsáním a analyzováním vlastního průzkumu je třeba zmínit práci společnosti Fleishman-Hillard, která v průběhu roku 2010, ve spolupráci s portálem EurActiv, provedla analýzu prosazování zájmů ve veřejné sféře. Analýzy se zúčastnilo 105 vrcholových manažerů předních firem působících v České republice.

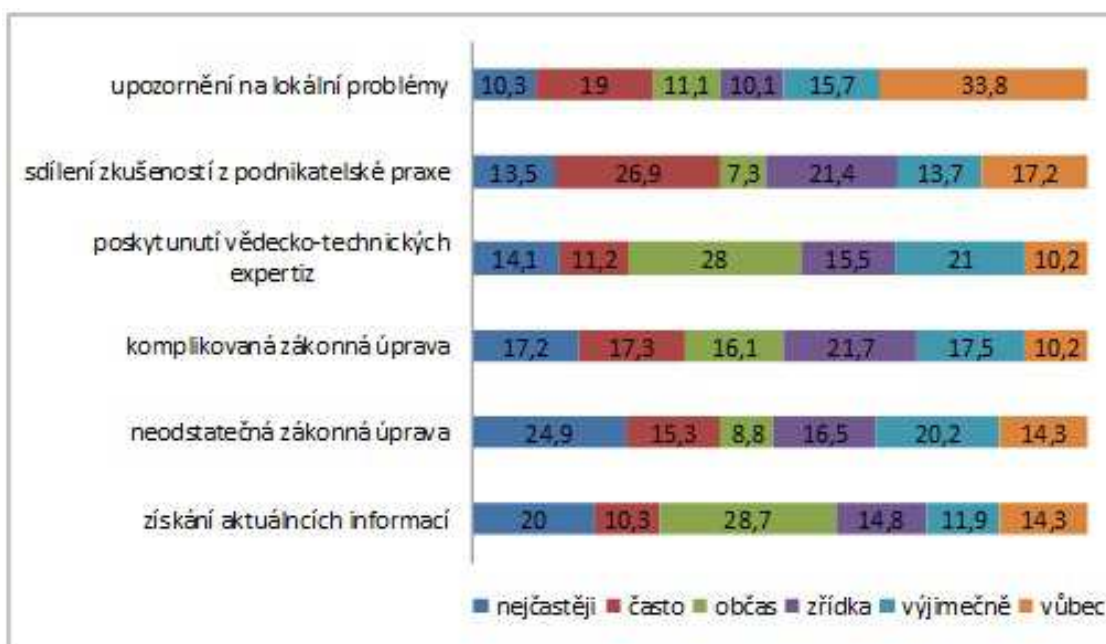
Společnost Fleishman-Hillard působí po celém světě a svou pobočku má také v ČR. Specializuje se na oblast PR služeb a public affairs a je jednou ze zakládajících společností Asociace Public Affairs Agentur (dále jen APAA). Spolu s pěti dalšími firmami ze svého oboru založily v květnu 2012 tuto asociaci, s cílem přiblížit české veřejnosti činnosti public affairs agentur a ukázat je v pravém světle. Služby public affairs zahrnují profesionální konzultace, lobbying a zastupování klientů ve vztahu k veřejné sféře. Založení asociace je známkou snahy o vyšší transparentnost v tomto oboru. [45]

5.1 Fleishman-Hillard: Lobbying v České republice

Následující podkapitola shrne podstatná fakta, která vzešla z průzkumu Lobbying v České republice realizovaný firmou Fleishman-Hillard. Průzkum probíhal po celý březen 2010, bylo osloveno na 300 manažerů a pouze 105 z nich se průzkumu zúčastnilo. Cílem průzkumu bylo zjistit nejčastější důvody a způsoby komunikace českých firem vůči vládním činitelům. Průzkum ukázal, jaký pohled mají čeští manažeři na regulaci lobbyingu a koho z vybraných zástupců považují za lobbistu. Další oblast analýzy poskytla odpověď na to, jak je vnímán dopad evropské legislativy na českou, a kolik firem komunikuje s evropskými politiky.

5.1.1 Důvod a způsob komunikace s politiky a úředníky

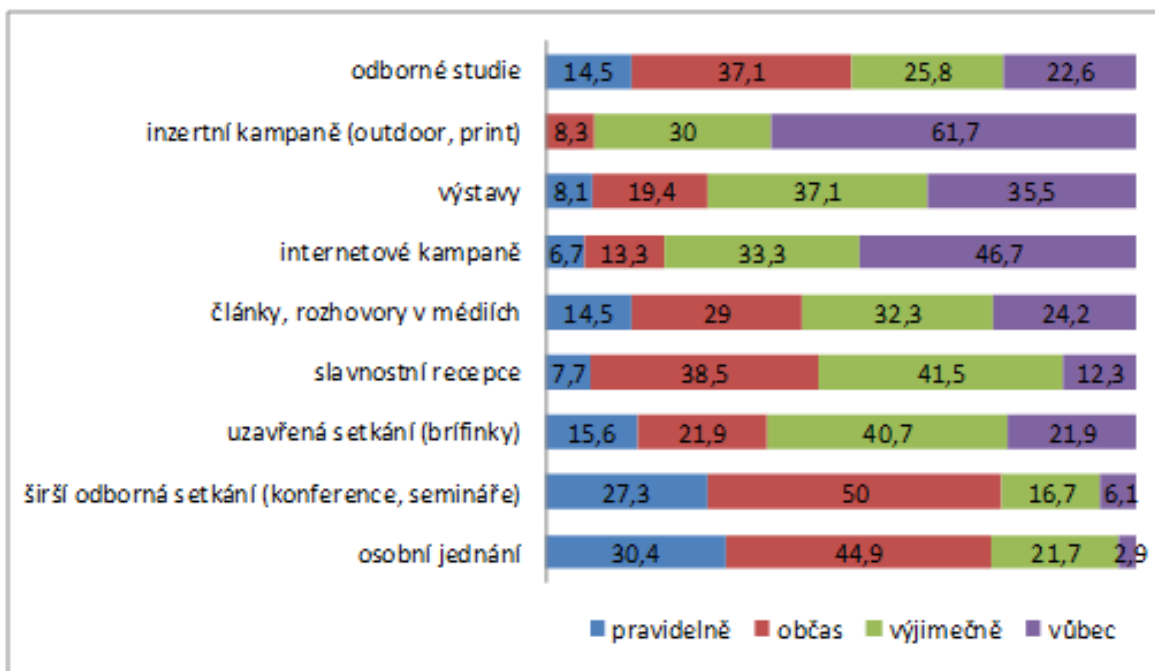
Nejčastější důvody, které vedou firmy k navázání kontaktu s politikem, je nedostatečná zákonná úprava (24,9 %) spolu s potřebou získat aktuální informace (20 %). Vcelku častým důvodem ke komunikaci je chuť sdílet zkušenosti z podnikatelské praxe (26,9 %). Naopak nejméně častým důvodem (33,8 %) je snaha upozornit na lokální problémy, viz následující obrázek:



Obr. 5: Nejčastější důvody komunikace s politiky

Zdroj: [46]

Co se týče způsobu komunikace, tak pravidelně na bázi osobního setkání komunikuje 30,4 % manažerů a zároveň 27,3 % dotazovaných využívá možnosti uspořádat širší odborné setkání (konference, semináře). Slavnostní recepce pravidelně pořádá pouze 7,7 % manažerů, ale na druhou stranu občasná recepce je vítána (38,5 %). Pouze 6,7 % manažerů pravidelně využívá ke komunikaci internetové kampaně a 46,7 % jich nevyužívá vůbec.



Obr. 6: Preferované prostředky komunikace s českými politiky
Zdroj: [46]

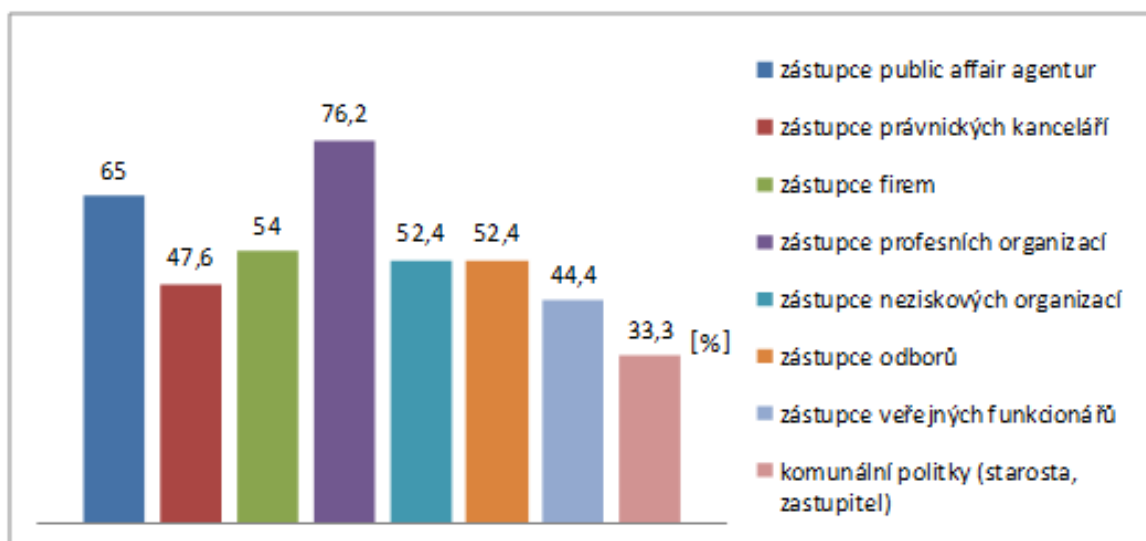
Podobné výsledky byly zjištěny při komunikaci s evropskými institucemi. Nejdříve byly firmy dotazovány, jestli je podle nich dopad evropské legislativy na podnikání v ČR značný. Souhlasně se vyjádřilo 66 % a následně se 88 % domnívá, že ovlivňovat evropskou politiku má smysl. Zajímavé je srovnání nekomunikace s veřejnou sférou v ČR a v EU. V České republice se 8 % firem přiznává, že s politiky nekomunikuje vůbec, kdežto vůči EU je toto číslo podstatně vyšší, skoro 40 %. Komunikace na evropské úrovni, stejně jako v ČR, probíhá nejčastěji ve formě osobního jednání, pořádání odborných konferencí a seminářů. Jediným rozdílem v komunikaci, oproti národní úrovni, kde třetí příčku získaly odborné studie, je vůči EU větší míra poskytování článků a rozhovorů v médiích. Těmi nejvíce vyhledávanými jsou média Ekonom, Euro a internetový portál Euractiv.

Zmíněný internet poskytuje, kromě internetových kampaní, širokou škálu možností, jak se zákonodárci komunikovat. Z hlediska internetových nástrojů jsou pravidelně (27,3 %) využívány online zpravodajská média, občas je využívá celých 50 % respondentů, pouze 16,7 % výjimečně a 6,1 % vůbec. Dalšími nejčastěji využívanými nástroji je komunikace prostřednictvím webových stránek (15,6 % pravidelně, 21,9 % občas) a komunikace skrz sociální média jako je Facebook či LinkedIn (14,5 % pravidelně a 37,1 % občas).

Kromě shrnutí důvodů a způsobů komunikace studie přinesla odpověď na otázku, jak firmy měří úspěšnost těchto setkání. Není důležité s jakým počtem politiků či úředníků se setkají, ale jaký dopad setkání zanechá. Jedním z nejdůležitějších hodnotících prvků, kterým manažeři měří úspěch setkání, je míra dopadu legislativních změn (38 %). Druhým důležitým prvkem je nárůst počtu zakázek a obratu (23 %) a pozitivní ohlas v médiích sleduje pouze 16,9 % respondentů.

5.1.2 Kdo je lobbista

Otázka „Které osoby je, podle vás, možné považovat za lobbisty v případě jejich pravidelného kontaktu s veřejnými funkcionáři?“ [46] poskytla informaci, že 76,2 % respondentů označilo za lobbistu zástupce profesních asociací. Druhé místo získali zástupci public affair agentur, další pořadí ukazuje následující obrázek.



Obr. 7: Osoby považované za lobbisty z pohledu respondentů
Zdroj: [46]

5.1.3 Regulace lobbingu pohledem českých manažerů

Naprostá většina firem (80 %) si uvědomuje potřebu a podporuje vznik alespoň nějaké formy regulace. Nejvíce respondentů se přiklání k oborové regulaci (70,6 %), další část k zákonné (52,6 %) a pouze 6,1 % preferuje stávající stav. Názor na regulaci lobbingu v ČR, tak jak to vidí přední čeští manažeři, ukazuje následující obrázek:



Obr. 8: Názor na regulaci lobbingu v ČR
Zdroj: [46]

Uvědomění si potřeby regulovat lobbing, přímo od lidí, kterých se tato problematika týká, je jasný pozitivní signál pro zákonodárce, aby na podobě regulace začali usilovněji pracovat. Stále přetrvává, i v řadách manažerů, negativní asociace nad pojmem lobbing. Regulací by se jasně dalo oddělit, co je legitimní a zákonem schválené, a co je prosté úplatkářství a korupce.

5.1.4 Shrnutí

Analýza ukázala, že převážná většina firem aktivně komunikuje s českými politiky a úředníky. Tuto úlohu na sebe přebírá v 68 % případů vedení firmy, případně generální ředitel. Pětina firem komunikuje prostřednictvím marketingového oddělení a 40 % firem uvedlo, že také využívá služeb externích specializovaných agentur a konzultantů. Co se týče přístupu k lobbingu, tak přes 80 % firem si uvědomuje nutnost regulace lobbingu v České republice. Případná regulace může požadovat zveřejňování kontaktů s politiky a vládními úředníky, 57 % firem by bylo ochotno tyto údaje poskytnout. Z komunikačních prostředků je nejvíce využíváné osobní setkání a úspěšnost ve vyjednávání je měřena mírou dopadu legislativních změn. Za nejvlivnější česká média, která mohou ovlivnit rozhodnutí zákonodárců, jsou považovány Hospodářské noviny následované stanicí ČT24 a Mladou frontou Dnes. Sporným zjištěním, ve vztahu k evropským záležitostem, bylo, že

přes 80 % firem považuje za důležité prosazovat zájmy v rámci EU, ale skoro 40 % z nich s evropskými úředníky nekomunikuje. Informovanost o dění v EU zajišťuje portál EurActiv, který využívá polovina dotazovaných.

5.2 Vlastní analýza prosazování zájmů

Pro analýzu byl zvolen segment firem z žebříčku Czech Top 100. Hlavním důvodem pro tento výběr byla skutečnost, že se jedná o žebříček sestavovaný finančními analytiky, ekonomickými odborníky a zástupci oborových svazů, sdružení a profesních asociací. Každoročně je sestavováno sdružením CZECH TOP 100 několik žebříčků [47]:

- 100 nejvýznamnějších firem ČR
- 100 nejobdivovanějších firem ČR
- Nejlepší výroční zprávy a firemní časopisy
- Top firemní filantrop¹²
- Top 100 ICT firem¹³

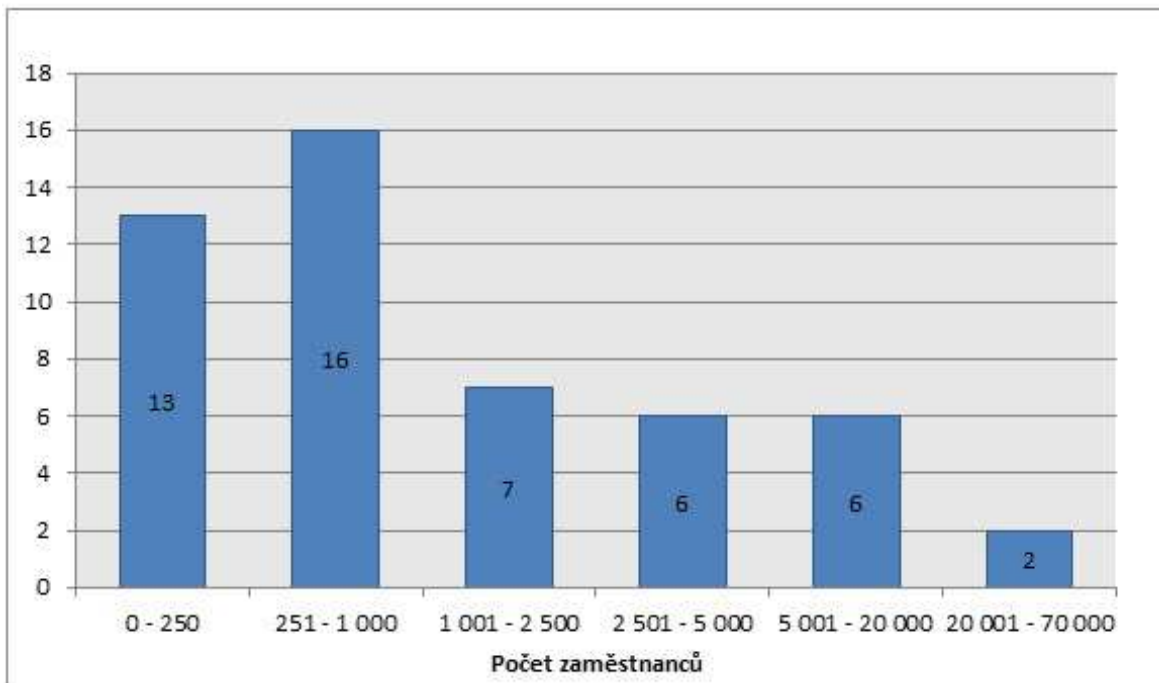
Sdružení bylo založeno v roce 1993 a první žebříček 100 nejvýznamnějších firem ČR byl zveřejněn roku 1994. Hlavním kritériem pro sestavení žebříčku je objem tržeb jednotlivých firem. Další žebříčky jsou vytvořeny na základě přidané hodnoty, exportu, růstu tržeb, počtu zaměstnanců, růstu zisku, atd. Firmy jsou také rozděleny do TOP 5 firem z jednotlivých oborů a v neposlední řadě je vyhlášena nejvýznamnější firma za každý kraj. Tyto žebříčky mají nemalý význam pro firmy umístěné v některém z nich. Vzhledem k jejich mediální známosti přispívají k image jednotlivých firem, což se odráží v samotné aktivitě a ochotě firem poskytovat potřebné informace. Nadále žebříčky slouží jako snadná orientace pro případné domácí a zahraniční investory a poskytují celkem přehledné informace o vývoji české ekonomiky.

¹² Žebříček týkající se společenské odpovědnosti firem.

¹³ Ve spolupráci s portálem CIO Business World.

Analýza byla provedena na 100 nejobdivovanějších firmách ČR roku 2013. Firmy jsou rozděleny do pětadvaceti odvětví a v každém odvětví jsou zastoupeny čtyři firmy (viz příloha A). Různorodost zastoupených firem lze ukázat na počtech zaměstnanců. Například společnost AMBI CZ, s. r. o. umístěná na prvním místě v oblasti pohostinství a ubytování, zaměstnává pouze 14 zaměstnanců. Je to dáno tím, že společnost je poskytovatelem franchisingu a vlastníkem ochranné známky Ambiente. V současné době je v provozu 12 restaurací a kaváren, kterým AMBI CZ poskytuje své služby. V počtu zaměstnávaných osob se na druhém konci žebříčku umístila investiční společnost PPF a. s., která zaměstnává 70 000 lidí. Jednotlivé skupiny společnosti PPF působí ve střední a východní Evropě, v Rusku a dalších zemích Společenství nezávislých států a také v Asii. Majoritním vlastníkem a zakladatelem skupiny PPF je Petr Kellner.

Všem 100 firmám byl zaslán dotazník (viz příloha B). Dotazy se týkaly členství v asociaci, monitorování a připomínkování legislativy, využívání služeb public affair agentur, sledování konkrétního zákona či komunikace se Zastupitelstvy jednotlivých krajů v EU. Otázky byly pokládány otevřenou formou, a proto se rozsah získaných odpovědí od každé společnosti lišil. Některé firmy odpovídaly velice stručně (ano, ne), na druhou stranu pár firem bylo velmi ochotných dotazy zodpovědět. Následující obrázek ukazuje, kolik ze sta dotazovaných reagovalo na zasláné otázky.



Obrázek 8: Přehled získaných odpovědí z hlediska počtu zaměstnanců
Zdroj: vlastní

Celkem bylo získáno 50 odpovědí, z toho 9 firem požadované údaje nemohlo poskytnout z důvodu příliš citlivých informací¹⁴.

5.2.1 Členství v asociaci, sdružení či svazu

Téměř všechny společnosti jsou členy řady oborových organizací a sdružení. Výjimku tvoří již zmíněná AMBI CZ, dále Mountfield a. s., CCS Česká společnost pro platební karty s. r. o.¹⁵ a společnost BEST, a. s.¹⁶ Firmy neuvědly bližší důvody, které je vedly k neúčasti v asociacích. Nejčastěji uváděnou sdružující organizací byl Svaz průmyslu a

¹⁴ Například ŠKODA AUTO a. s. poskytuje informace pouze studentům, kteří spolupracují v rámci Smlouvy o praktikantském pobytu a Smlouvy o závěrečné práci. Komerční banka teprve připravuje koncepci spolupráce se studenty a nastavuje proces, který zabezpečí poskytování interních informací studentům.

¹⁵ CCS Česká společnost pro platební karty s. r. o. – největší poskytovatel tankovacích karet a služeb monitoringu firemních vozidel v ČR i v Evropě.

¹⁶ BEST, a. s. – výrobce a prodejce betonových stavebních prvků pro venkovní a zahradní architekturu.

dopravy ČR (dále jen SP ČR) a Hospodářská komora ČR (dále jen HK ČR). Členství ve SP ČR uvedlo těchto šest firem:

- MOTOR JIKOV Group a. s.¹⁷
- New World Resources, N. V.¹⁸ prostřednictvím dceřiné společnosti OKD, a. s.
- HYUNDAI Motor Czech s. r. o.¹⁹
- Siemens, s. r. o.²⁰
- TŘINECKÉ ŽELEZÁRNY, a. s.²¹ (dále jen TŽ, a. s.)
- TOS VARNSDORF a. s.²²

Z toho MOTOR JIKOV Group a. s., skupina New World Resources a TŘINECKÉ ŽELEZÁRNY, a. s. jsou členy HK ČR společně s firmou SANDVIK CHOMUTOV PRECISION TUBES, spol. s. r. o.²³ Členství v krajských hospodářských komorách uvedla pouze společnost BRISK Tábor a. s.²⁴ a MOTOR JIKOV Group a. s. Obě se podílejí na činnosti Jihočeské hospodářské komory (dále jen JHK). Okresní hospodářské komory (dále jen OHK) zmínila pouze firma Meopta – optika, s. r. o.²⁵, člen OHK Přerov a OHK Olomouc.

¹⁷ MOTOR JIKOV Group a. s. podniká v oboru slévárenství, obrábění a montáže se zaměřením na automobilový průmysl.

¹⁸ New World Resources N. V. – přední producent černého uhlí a koksu ve střední Evropě.

¹⁹ HYUNDAI Motor Czech s. r. o. – oficiální dovozce vozů a příslušenství značky HYUNDAI do ČR.

²⁰ Siemens, s. r. o. – největší elektrotechnická firma v ČR.

²¹ TŘINECKÉ ŽELEZÁRNY, a. s. – průmyslový podnik s nejdelší tradicí hutní výroby v ČR.

²² TOS VARNSDORF a. s. – výrobce horizontálních frézovacích a vyvrtávacích strojů a obráběcích center.

²³ SANDVIK CHOMUTOV PRECISION TUBES, spol. s. r. o. – výrobce a prodejce hutních polotovarů z korozivzdorných ocelí a slitin.

²⁴ BRISK Tábor a. s. – výrobce zapalovacích a žhavicích svíček a dalšího elektrotechnického autopříslušenství.

²⁵ Meopta – optika, s. r. o., podnik zabývající se vývojem, konstrukcí, výrobou a montáží optických, optomechanických a optoelektronických systémů.

Firmy hodnotily členství v asociacích velmi pozitivně a polovina z nich je členem více než jedné sdružující asociace. Pouze jediný podnik, Kasalova pila, s. r. o. zabývající se výrobou a prodejem řeziva, silně zvažuje své jediné členství ve Společenství dřevozpracujících podniků ČR. Důvodem případného odstupu je velice slabý vliv na vládu.

Naopak skupina NWR je prostřednictvím svých dceřiných společností²⁶ členem řady oborových organizací:

- Svaz průmyslu a dopravy ČR
- Těžební unie (prostřednictvím členství v unii jsou členy Euromines)
- Zaměstnavatelský svaz důlního a naftového průmyslu ČR
- Byznys pro společnost
- Fórum dárců
- Hospodářská komora ČR
- Sdružení pro rozvoj Moravskoslezského kraje
- Moravskoslezský energetický klastr
- Česká technologická platforma bezpečnosti průmyslu
- Česká koksárenská společnost

Tato členství jsou pro NWR důležitá především z důvodu možnosti připomínkování legislativy, různých koncepcí a politik. Díky širokému záběru působení společnosti NWR se jí týká zhruba třetina až polovina projednávaných zákonů, k nimž podává své připomínky prostřednictvím Zaměstnavatelského svazu důlního a naftového průmyslu ČR.

Odborný garant technického vzdělávání ze společnosti MOTOR JIKOV Group a. s. uvedl celkem 8 organizací, na jejichž práci se aktivně podílejí a účastní se pořádaných seminářů. V nejužším kontaktu jsou s JHK, kde komunikace probíhá 2 – 3krát za měsíc a u ostatních organizací cca 1 – 5 za rok. Členstvím v těchto organizacích se MOTOR JIKOV

²⁶ OKD, a. s. (jediný producent černého uhlí v ČR) a OKK Koksovny, a. s. (přední evropský producent koksu a největší výrobce slévárenského koksu v Evropě).

Group a. s. hlásí k tradicím českého průmyslu a podpoře vzdělanosti. Jejich hlavním cílem je snaha posílit stabilitu a rozvoj podnikání v oblasti průmyslu na celosvětové úrovni.

Další důvod k účasti v asociacích uvedl tiskový mluvčí společnosti Siemens, s. r. o., která je také členem více oborových asociací, vzhledem k její působnosti na mnoha tržních segmentech. Přítomnost v asociacích jim dává možnost nejen k výměně názorů, ale také ke kultivaci daného tržního segmentu a k užší spolupráci se státním sektorem a zástupci EU. Komunikaci probíhá na pravidelné bázi. Za nejdůležitější organizaci na korporátní úrovni tiskový mluvčí uvedl SP ČR.

Účast ve sdružujících organizacích nemusí být pouze dobrovolná, jak uvedl ředitel vnějších vztahů společnosti Advanced World Transport B. V.²⁷ (dále jen AWT). Společnost je členem řady asociací na regionální, národní i evropské úrovni. Některá jejich členství jsou povinná, jiná slouží jako platforma pro stanovení odborných standardů a další jsou ryze prostředkem k prosazení zájmů.

Taktéž TŽ, a. s. mají své zastoupení v široké škále organizací. Na světové úrovni jsou členem ocelářské asociace *World Steel Association* a na evropské rovině v Euroferu²⁸. V rámci České republiky jsou pro TŽ, a. s. důležité hospodářské komory na celorepublikové i krajské úrovni. Především členství ve Svazu průmyslu a dopravy je, dle zástupce pro public relations TŽ, a. s., velmi přínosné a to díky přímému zastoupení člena dozorčí rady TŽ, a. s. v SP ČR na pozici viceprezidenta. Toto přímé zastoupení není jediné, i v dalších krajských a republikových sdruženích jsou TŽ, a. s. členem řídicích orgánů těchto subjektů. Kontakty probíhají na základě pracovních plánů jednotlivých subjektů a prospěšnost členství je interně vyhodnocována v ročních intervalech. V případě ztráty perspektivnosti TŽ, a. s. z dané instituce vystupují.

Také telekomunikační společnost T-Mobile Czech Republic a. s. je členem pouze těch asociací, které považuje za přínosné, i když s některými komunikuje méně intenzivně.

²⁷ Advanced World Transport B. V. – privátní poskytovatel služeb nákladní železniční dopravy v Evropě.

²⁸ Skrze členství v české ocelářské asociaci Hutnictví železa, a. s.

Nejčastěji komunikuje s Asociací provozovatelů mobilních sítí prostřednictvím pracovních skupin asociace, které mají za úkol technologickou standardizaci.

Princip komunikace skrze pracovní skupiny uvedl podnik Linde Gas a. s.²⁹ Vedoucí zákaznického centra Linde Gas a. s. zmínil členství pouze v České asociaci technických plynů (dále jen ČATP), která zároveň spolupracuje s evropskou asociací technických plynů. ČATP projednává záležitosti v šesti pracovních skupinách a v každé z nich má Linde Gas a. s. své zastoupení. Co mají jednotlivé skupiny na starosti, vyplývá z jejich názvu:

- bezpečnost práce životní prostředí, požární ochrana;
- transport;
- tlakové lahve, vysokotlaká plnicí zařízení, acetylenky;
- plyny pro potravinářství, oxid uhličitý, zvláštní plyny;
- medicínské plyny;
- kryogenní nádoby, procesní zařízení

Pro TOS VARNSDORF a. s. je bezesporu přínosný Svaz strojírenské technologie (dále jen SST), protože společnost je jejím zakládajícím členem a předseda představenstva TOS VARNSDORF a. s. je členem správní rady SST. Od této skutečnosti se odvíjí četnost komunikace, která probíhá prakticky denně. Dále SST organizuje účasti na společných projektech v rámci EU a ruský mluvících zemí, koordinuje účasti na mnoha veletrzích po celém světě, provádí průzkum trhů, dodává statistické přehledy a především zastupuje TOS VARNSDORF a. s. v evropské organizaci CECIMO³⁰.

Z bankovního sektoru reagovala Česká spořitelna. Její analytik a manažer z EU Office konstatoval přínos členství v České bankovní asociaci (dále jen ČBA) jako velmi přínosný, jelikož ČBA řádně plní svojí roli zastupovat a prosazovat společné zájmy tuzemských bank, prezentovat roli a zájmy domácího bankovníctví vůči veřejnosti a zahraničí a podílet

²⁹ Linde Gas a. s. – výroba, prodej a doprava technických, medicínských a speciálních plynů

³⁰ Evropská asociace výrobců obrábějících strojů

se na standardizaci postupů v českém bankovním sektoru. Komunikace s ČBA probíhá na pravidelné bázi.

Společnost BENZINA, s. r. o.³¹ je dlouholetým členem České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu (dále jen ČAPPO). Vzhledem k této skutečnosti je BENZINA, s. r. o. zároveň členem představenstva asociace ČAPPO, které se schází na řádných zasedáních 10krát do roka. Na těchto zasedáních BENZINU, s. r. o. zastupuje na základě plné moci ředitel jakosti, který na zaslané dotazy odpovídal. Kromě toho také vede odbornou pracovní skupinu ČAPPO, pod názvem Paliva a maziva, jejichž schůze se konají 2krát ročně.

Z přechodích uvedených skutečností je patrný nezastupitelný význam asociací a jiných sdružujících organizací. Nejenže je členství v dané instituci místem k výměně názorů a informací, ale hlavně slouží jako prostředek k prosazení zájmů a možnosti podílet se na připomínkování legislativy. Většina asociací je totiž zároveň připomínkovým místem, kde se firmy mohou vyjádřit k navrhovaným zákonům. Touto problematikou se zabývá následující kapitola.

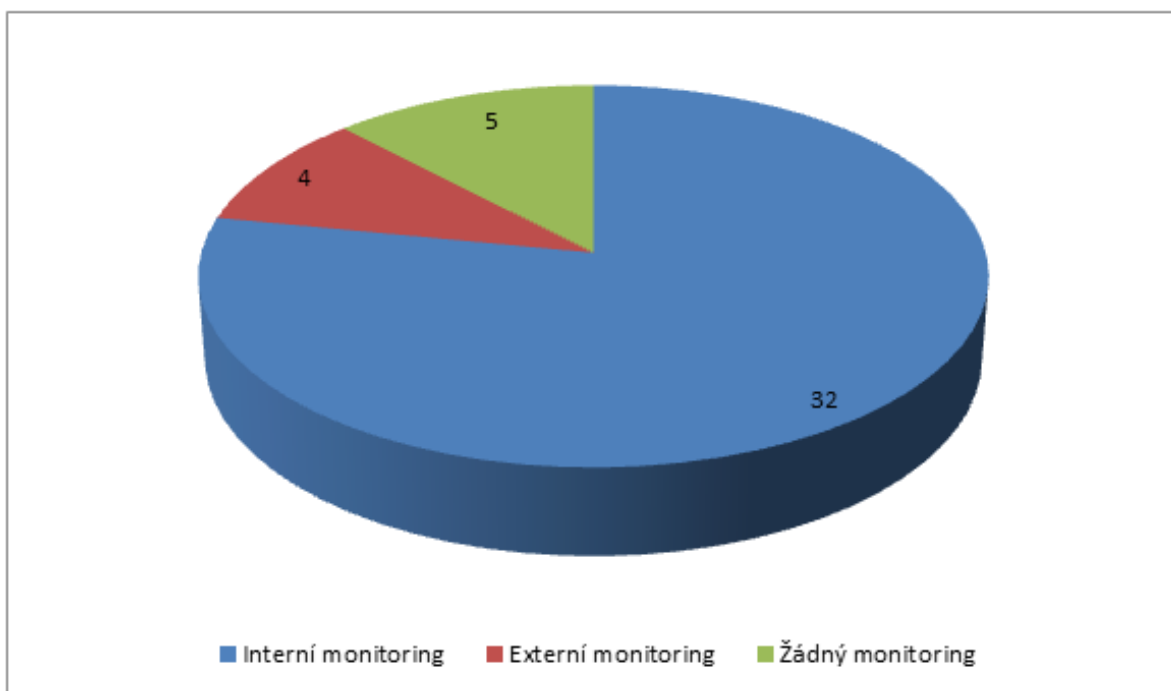
5.2.2 Monitoring legislativy a potenciální účast na její tvorbě

Veškerá právní úprava České republiky se vztahuje jak na občany, tak na podnikající subjekty. Je pouze na nich, jak dalece se budou podílet na tvorbě a vývoji svého oboru podnikání, potažmo obecného podnikatelského prostředí, které se dotýká všech bez ohledu na okruh podnikání. V této souvislosti byla na respondenty kladena otázka týkající se nejprve interního monitoringu legislativy a následně aktivní účasti na zákonodárném procesu.

Přes 78 % dotazovaných má ve své firmě minimálně jednoho pověřeného pracovníka, který sleduje probíhající legislativu. Většinou se jedná o právní útvary a oddělení, anebo v rámci odborného zaměření mají průřezoví ředitelé povinnost sledovat přijatou legislativu

³¹ BENZINA, s. r. o. – provozovatel sítě čerpacích stanic

a přijmout taková opatření, aby včas reagovali a naplnili požadavky nové legislativy. Čtyři společnosti uvedly, že touto oblastí pověřily externí osoby a dalších pět firem se přiznalo, že žádného interního pracovníka nemají a blíže se k tomuto tématu nevyjádřily, jako např. Rodinný pivovar BERNARD a. s. Dá se předpokládat, že tuto činnost pivovar přenechává na Českém svazu pivovarů a sladoven, protože, jak řekl tiskový mluvčí společnosti Mountfield a. s., každá zodpovědná firma by měla sledovat možné změny v legislativě a její dopady na daný obor podnikání.



Obr. 9: Forma monitoringu legislativy jednotlivých subjektů
Zdroj: vlastní

5.2.3 Testování a prokázání stanovené hypotézy

Vlastní analýza se zaměřila nejen na zjištění toho, jestli firmy monitorují probíhající legislativu, ale také, jestli se aktivně podílejí na její tvorbě. Cílem analýzy bylo získat potřebná data a následně ověřit hypotézu, zda účast na připomínkování legislativy souvisí s velikostí firmy, či nikoliv. Respektive, jestli je prokazatelná závislost mezi velikostí firmy a její účastí v zákonodárném procesu. Vzhledem k charakteru dat byl pro ověření hypotézy použit Test chí-kvadrát o nezávislosti v kontingenční tabulce. Před zpracováním a vyhodnocením dat bylo nejdříve potřeba formulovat dvě hypotézy, nulovou hypotézu H_0 a alternativní H_1 , která nulovou hypotézu popírá. Vyslovené hypotézy jsou následující:

- H0: účast firmy na připomínkovém řízení nezávisí na její velikosti
- H1: non H0

V tomto případě chceme testem prokázat hypotézu H1, respektive zamítnout H0. Data použitá pro zpracování Testu chí-kvadrát jsou uvedena níže v kontingenční tabulce.

Tab. 3: Kontingenční tabulka

Počet zaměstnanců	Připomínkování legislativy	
	ANO	NE
0 – 250	3	8
251 – 1 000	8	4
1 001 – 2 500	5	2
2 501 – 5 000	4	2
5 001 – 70 000	5	0

Zdroj: vlastní

Výpočet testu byl proveden ve statistickém programu Statgraphics na hladině významnosti 5 %, což značí 5% pravděpodobnost chyby, že bude zamítnuta hypotéza H0, ačkoliv je platná, tzn. test bude vyhodnocen nesprávně. Naopak při vypočteném P-Value³² nižším než 0,05 lze tvrdit, že z 95 % správně zamítneme hypotézu H0 a přijmeme H1. Na základě dat získaných z malého souboru 41 firem činila vypočtená hodnota P-Value 0,0607, což bohužel závislost na zvolené hladině významnosti neprokázalo. Hypotéza H0 nebyla zamítnuta a H1 nebyla přijata. Pokud bychom chtěli závislost prokázat, bylo by třeba přistoupit na riziko 6,07 %. Vzhledem k relativně malému rozdílu je navrženo riziko podstoupit a zjištěnou závislost zobecnit, poté je možné zjištěný výsledek považovat za statisticky významný. S rizikem 6,07 % je prokázána závislost mezi velikostí firmy a jejím angažováním v procesu legislativy. Nicméně nelze opomenout fakt, že vzorek použitý k Testu chí-kvadrát je malý a pro potvrzení zjištěné závislosti je třeba provést další výzkum, díky kterému by se výsledky více zpřesnily.

³² Hodnota P-Value je základním kritériem pro přijetí testované hypotézy. V případě hodnoty menší než 0,05 je testovaná hypotéza přijata – závislost mezi proměnnými prokazatelně existuje.

Pomocí Testu chí-kvadrát lze vypočítat sílu zkoumané závislosti a to díky Cramérovu koeficientu³³. Na základě použitého souboru Cramérův koeficient nabývá hodnoty 0,4690, což značí středně silnou závislost.

5.2.4 Využití služeb public affairs agentur

Jak již bylo zmíněno služby public affairs zahrnují profesionální konzultace, lobbying a zastupování klientů ve vztahu k veřejné sféře. Ačkoliv jsou tyto aktivity v zahraničí zcela samozřejmé a legální, tak v České republice se jedná o oblast, která je stále vnímána negativně, a proto iniciovala šest public affairs agentur k založení asociace APAA.³⁴ Analýza se taktéž zabývala otázkou využití těchto služeb českými nejobdivovanějšími firmami.

Ze získaných odpovědí se pouze šest firem vyjádřilo kladně ke spolupráci s public affairs agenturami. Vysvětlením takto relativně malého zájmu o služby public affairs může být jejich nedlouhá tradice v České republice. Rovněž samy oslovené firmy uvedly důvody, proč těchto služeb nevyužívají. Například společnost SANDVIK CHOMUTOV PRECISION TUBES, spol. s r. o. nevidí přínos, který by jí agentury mohly poskytnout, protože spolupráce s Obchodní a Hospodářskou komorou je velice efektivní. Tiskový mluvčí Siemens, s. r. o. uvedl, že společnost je natolik silná, aby své zájmy dokázala hájit a prosazovat přímo sama či přes zájmová uskupení a asociace. Specialista generálního ředitele společnosti Metrostav a. s.³⁵ připustil, že s „podobnými“ agenturami společnost spolupracovala, nicméně spolupráci vyhodnotili jako nepřínosnou a ekonomický ředitel společnosti poukázal na fakt, že, vzhledem k charakteru zakázek ve stavebnictví, je důležitější osobní kontakt s investorem z důvodu jeho specifických požadavků, a proto přínos lobbistických skupin je dle něj omezený. Jeden z velkých důvodů, proč firmy nevyužijí služeb public affairs, přiznal ekonomický ředitel společnosti Kasalova

³³ Nabývá hodnot mezi 0 a 1. Čím více se hodnota blíží 1, tím větší závislost mezi proměnnými existuje.

³⁴ Jedná se o agentury CEC Government Relations, Eurooffice Praha-Brusel, Fleishman-Hillard, Grayling Czech Republic, Merit Government Relations, PAN Solutions.

³⁵ Metrostav a. s. – česká stavební firma, která se ve svých počátcích podílela na stavbě pražské metra.

pila, s. r. o. Uvedl, že do lobbistických firem investovat peníze nehodlají, protože je jednoduše nemají. Podle jeho názoru si to mohou dovolit pouze giganti jako je ČEZ, kteří „nevědí co s penězi“.

Nepřímo služeb public affairs využívá Česká spořitelna a. s. a to prostřednictvím zahraničních public affairs skupin, se kterými spolupracuje jejich mateřská společnost Erste Group Bank. Omezeně jich využívá společnost AWT a velmi výjimečně, pouze na ad hoc projekty, jich využívá Allianz pojišťovna, a. s. Tiskový mluvčí pojišťovny dále sdělil, že mají velmi schopné oddělení komunikace a navíc je podle něj mnohem efektivnější mít schopné lidi in-house, taktéž Český porcelán, a. s. se spoléhá sám na sebe.

Manažer udržitelného rozvoje skupiny NWR přiznal, že mateřská společnost NWR služeb public affairs nevyužívá, avšak dceřiná společnost OKD, a. s. ano. TRINECKÉ ŽELEZÁRNY, a. s. v minulosti spolupracovaly s jednou ze zakládajících agentur APAA a ačkoliv využití jejich služeb pro prosazení svých zájmů připouštějí, momentálně nemají sjednanou žádnou jejich službu.

V této souvislosti byly osloveny zmíněné agentury APAA. Byly dotazovány na průměrný počet firem, které využily jejich služeb během předchozího roku, a dále bylo zjišťováno, jestli služeb využívají i menší firmy. Zástupce Merit Government Relations bohužel na dotazy nemohl odpovědět. Ředitel pro vztahy s veřejnou sférou společnosti Fleishman-Hillard poskytl informaci, že jejich služeb primárně využívají mezinárodní korporace a v průběhu roku spolupracují s dvaceti firmami z odvětví, které jsou aktuálně nejvíce regulované: energetika, životní prostředí, stavebnictví a zdravotnictví. Taktéž spolupracují s kolegy v Bruselu, odkud mnohé regulace přichází, a proto se projekty mnohdy odvíjejí od legislativního procesu evropského nežli českého. Výkonný ředitel CEC Government Relations taktéž uvedl, že jejich klienty jsou velké mezinárodní korporace³⁶. V současné době mají cca 10 dlouhodobých klientů a dalších 10 – 15 na konkrétní zadání. Zbýlé tři agentury se k zaslaným dotazům nevyjádřily.

³⁶ Např.: Google, MasterCard, zásilková dopravní společnost UPS a DHL.

Z výše uvedených skutečností vyplývá o jak specifický obor public affairs se jedná. Určitě má své nezastupitelné místo v oblasti lobby. Ačkoliv se jejich služby vztahují na všechny potenciální zájemce z řad podnikatelů, jsou spíše předurčeny a využívány převážně většími podnikatelskými subjekty.

5.2.5 Komunikace podnikatelů se zastoupeními jednotlivých krajů v Bruselu

Dalším bodem analýzy bylo zjistit, zda firmy komunikují s krajskými zastupitelstvy v Bruselu. Pouze dvě společnosti se svým krajem intenzivněji spolupracují. Jedná se o Plzeňský Prazdroj, a. s. a Severočeské doly a. s. Plzeňský Prazdroj, a. s. s krajem spolupracuje již od roku 2004 a společně se podílejí na rozvoji cestovního ruchu, propagaci kraje a na tvorbě kulturních a společenských vztahů. Jsou pořádány tzv. presstripy, kdy zahraniční novináři, kteří navštíví Plzeň, absolvují prohlídku Plzeňského pivovaru. Dále je kraj a pivovar vzájemně propagován díky tištěným materiálům a multimediálním nosičům [48]. Severočeské doly a. s. aktivně komunikují s Ústeckým krajem v souvislosti s pořádanou výstavou, která se bude konat v září v Evropském parlamentu v Bruselu. Výstava nese název „Proměny těžební krajiny Ústeckého kraje – rekultivace a revitalizace oblasti postižených povrchovou těžbou“ a jejím cílem je ukázat a prezentovat úspěšné rekultivace těžební oblasti, které pomáhají krajině získat podobu, jakou měla před zásahy těžbou. Ústecký kraj má díky této výstavě jedinečnou příležitost ukázat, že není jen regionem s negativním obrazem a přírodou s měsíční krajinou.

Zbývající firmy často uváděly stručnou odpověď „ne“. Bližší informaci poskytla společnost PETROF, s. r. o.³⁷, která s Královéhradeckým krajem komunikuje nepravidelně, ale je v užším kontaktu s místopředsedou Evropského parlamentu Ing. Oldřichem Vlasákem. TŘINECKÉ ŽELEZÁRNY, a. s. se sídlem v Moravskoslezském kraji, řeší své požadavky ve vztahu k Bruselu prostřednictvím kompetentních státních orgánů. Například s Ministerstvem životního prostředí komunikují ohledně investic do zlepšení stavu

³⁷ PETROF, spol. s r. o. – největší výrobce klavírů a pianin v Evropě.

ovzduší, na které mají přislíbené dotace. Společnost AWT, sídlící taktéž v Moravskoslezském kraji, je v přímém kontaktu s Bruslem nebo využívá konfederaci BusinessEurope, popřípadě oborové evropské asociace. Podle ředitele vnějších vztahů společnosti AWT je role zastoupení krajů obecně přeceňována. Společnost Siemens, s. r. o. s Pražským domem v Bruselu komunikuje nepřímě, skrze zájmové organizace a asociace; analytik České spořitelny a. s. sdělil, že ví o jejich existenci a kvalitním fungování, avšak není si vědom intenzivnějších kontaktů s Pražským domem a také MITAS a. s. není s Pražským domem v pravidelném kontaktu, ale komunikují se Stálým zastoupením ČR při EU.

Překvapivým zjištěním byly slova místopředsedy představenstva společnosti BRISK Tábor a. s., který se přiznal, že neví o existenci Stálé kanceláře Jihočeského kraje v Bruselu. Podle něj se tato záležitost týká velkých, nadnárodních, často polostátních firem, které mají ekonomickou potřebu toto řešit a takto aktivně hájit své vlastní zájmy.³⁸ Z této odpovědi lze usoudit, že řada firem je nedostatečně informovaná o možnostech, které jí stálá zastoupení nabízejí. Důvodem může být nízká propagace krajů směrem k působícím firmám na jejich území. Samozřejmě velký podíl leží i na samotných firmách a jejich angažovanosti ve vyhledávání příležitostí ke zviditelnění.

³⁸ Společnost BRISK Tábor a. s. zaměstnává cca 550 zaměstnanců.

Závěr

Česká republika je součástí Evropské unie již devět let. Za tuto dobu měly podniky a firmy možnost poznat, jak důležité je zapojovat se do procesu tvorby a přijímání evropských zákonů, které z velké části mají dopad na podnikání v ČR. K zapojení ve značné míře napomáhají sdružující organizace, oborové asociace a další svazy tím, že svým členům poskytují informace o aktuálním dění na domácí a evropské scéně. Poskytují informace o možnostech zúčastnit se konzultací, vznést připomínky k daným tématům.

Provedenou analýzou bylo zjištěno, že 90 % firem, které se zúčastnily průzkumu, je členem asociace či sdružující organizace. Účast v těchto asociacích je firmami hodnocena velmi kladně. Mezi dvě nejčastěji zmiňované organizace patřila Hospodářská komora ČR a Svaz průmyslu a dopravy. Řada firem (27 %) je členem asociace, která nadále komunikuje s asociacemi evropskými. Žádná z firem s prostředím EU nekomunikuje přímo. Pouze jedna mezinárodní společnost uvedla, že mateřská společnost má své vlastní zastoupení v Bruselu. Legislativu interně monitoruje 78 % firem a 10 % firem využívá externích osob.

V návaznosti na monitoring legislativy byla zjišťována účast na jejím připomínkování. Skoro 61 % firem se k projednávaným zákonům vyjadřuje, a to především skrze členství v asociacích. Z toho více než 14 % firem uvedlo, že k vyslovení názoru na projednávané návrhy zákonů využilo služeb public affairs. Zjištěné údaje byly použity při testování hypotézy, vyslovené na počátku práce. Test byl proveden standardně na hladině významnosti 5 %. Na této hladině nebyla hypotéza prokázána, ale vzhledem k tomu, že výsledek se jí velmi blížil, byla hladina významnosti zvýšena a hypotéza prokázána s rizikem 6,07 %. Nyní lze hypotézu zobecnit a tvrdit, že s 6,07% rizikem existuje statisticky významná závislost mezi velikostí firmy a její účastí na zákonodárném procesu. Prokázaná hypotéza ukazuje, že ve velikosti je síla, proto by se menší podniky měly snažit nacházet společnou cestu a vytvářet společenství. V případě společných zájmů si mohou zvolit zástupce, který se bude snažit tyto zájmy prosazovat.

Část analýzy, zaměřená na komunikaci vybraných firem s krajskými zastupitelstvy v Bruselu, přinesla znepokojivé zjištění. Se zastupitelstvy nekomunikuje celých 95 %

firem zúčastněných v průzkumu. Jednou z možností malého zájmu o vzájemnou spolupráci je nedostatečná povědomost o existenci krajských zastupitelstev v Bruselu, což má za následek nevědomost firem o možnosti využít této spolupráce.

Cílem práce bylo ukázat, jak vybrané české firmy prosazují své zájmy. Nezastupitelný význam patří sdružujícím organizacím a asociacím, které jsou zvláště přínosné pro menší podniky. Mimo asociace by se měly podniky zaměřit na možnost spolupráce s krajskými zastupitelstvy, která by se měla více reprezentovat na domácí půdě. Vždy bude existovat jednotlivec, zájmová skupina či organizace, která bude chtít své zájmy prosazovat u osob pověřených zákonodárnou a výkonnou mocí. K tomuto účelu by daná jednotka měla využít všech dostupných a legitimních prostředků.

Seznam použité literatury

Citace

- [1] ZUZÁK, R. a M. KÖNIGOVÁ. *Krizové řízení podniku*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-3156-8.
- [2] CABADA, L., et al. *Úvod do studia politické vědy*. 1. vyd. Praha: Eurolex Bohemia, 2002. ISBN 80-86432-41-6.
- [3] LABOUTKOVÁ, Š. *Prosazování zájmů v EU*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství ČVUT, 2009. ISBN 978-80-86729-53-4.
- [4] MÜLLER, B. K., Š. LABOUTKOVÁ a P. VYMĚTAL. *Lobbing v moderních demokraciích*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3165-0.
- [5] FIALA, P., et al. *Evropeizace zájmů*. 1. vyd. Praha: Masarykova univerzita, 2009. ISBN 978-80-210-4920-8.
- [6] DANIEL K. *Instituce zprostředkování zájmů: strany a zájmové skupiny*. In: *Centra pro výzkum veřejného mínění* [online]. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2006 [vid. 2012-12-31]. Dostupné z:
http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a3957/f11/100060s_Instituce%20zprostredkovani.pdf
- [7] ŠEDIVÝ, M. a O. MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4040-9.
- [8] KADERA, M. a A. VLAČIHOVÁ. *Lobbing*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2011. ISBN 978-80-7408-053-1.
- [9] THOMAS, Clive S. *Research Guide to U.S. and International Interest Groups*. 1st ed., Westport: Praeger Publishers, 2004. ISBN 0-313-25943-3.
- [10] ZETTER, Lionel. *Lobbying: The Art of Political Persuasion*. 2nd ed., Hampshire: Harriman House, 2011. ISBN 978-0-85719-164-9.

- [11] Co je to korupce. In: *Transparency International* [online]. Praha: Transparency International Česká republika, 2011 [vid. 2012-12-30]. Dostupný z: <http://www.transparency.cz/korupce/>
- [12] Jak definovat pojem korupce? In: *FAQ – Vymezení pojmů* [online]. Praha: Mnísterstvo vnitra České republiky, 2010 [vid. 2012-12-30] Dostupný z: <http://www.mvcr.cz/clanek/faq-vymezeni-pojmu-jak-definovat-pojem-korupce.aspx>
- [13] STARÁ, S. Lobbying nebo korupce? Rozdíl je podstatný! In: *iDNES.cz/Finance* [online]. 2007 [vid. 2012-12-30]. Dostupné z: http://finance.idnes.cz/lobbying-nebo-korupce-rozdil-je-podstatny-fpo-/podnikani.aspx?c=A070819_135816_firmy_rady_vra
- [14] SCHENDELEN, R. VAN. *Jak lobbovat v Evropské unii aneb Machiavelli v Bruselu*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2004. ISBN 80-86598-75-6.
- [15] ZENKER, P. Vstup ČR do EU. In: *ČR a EU* [online]. Euroskop.cz [vid. 2013-01-27]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/803/sekce/vstup-cr-do-eu/>
- [16] Euractiv.cz. *Evropské asociace a jejich prosazování zájmů v EU* [online]. Euractiv.cz, 2009 [vid. 2013-01-27]. Dostupné z: <http://www.euractiv.cz/evropske-institute/link-dossier/evropske-asociace-a-prosazovani-jejich-zajmu-v-eu-000060>
- [17] Česká podnikatelská reprezentace při EU. In: *O CEBRE*. [online]. 2013 [vid. 2013-01-28]. Dostupné z: <http://cebre.cz/cz/o-cebre/>
- [18] Asociace Průvodců ČR. In: *O asociaci průvodců* [online]. 2013 [vid. 2013-01-28]. Dostupné z: <http://www.asociacepruvodcu.cz/>
- [19] Svaz paraplegiků je členem Evropské federace míšních poranění. In: *Česká asociace paraplegiků* [online]. 2011 [vid. 2013-02-02]. Dostupné z: <http://www.czepa.cz/news/svaz-paraplegiku-je-clenem-evropske-federace-misnich-poraneni/>
- [20] *Jak funguje Evropská unie*. Brusel: Evropská komise, 2007. ISBN 92-79-03649-1. Také dostupné z: http://ec.europa.eu/archives/publications/booklets/eu_glance/68/cs.pdf

- [21] BOHÁČ, R., et al. *Legislativní proces (teorie a praxe)*. 1. Vyd. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2011. ISBN 978-80-7312-074-0.
- [22] Spolurozhodování a dohodovací řízení. In: *Průvodce prací Parlamentu* [online]. Brusel: Evropský parlament, 2012. Dostupné z: http://www.europarl.europa.eu/code/information/guide_cs.pdf
- [23] HOLMAN C. Making Lobbying Disclosure Act work. In: *Public Citizen* [online]. Washington, DC, 2008 [vid. 2013-01-27]. Dostupné z: <http://www.citizen.org/documents/Making-LDA-Work.pdf>.
- [24] DAVIS, Lanny a SPECIAL TO THE WASHINGTON TIMES. Lobbyists are good people too. *Washington Times* [online]. Washington, D.C., United States, Washington, D.C, 2008 Nov 17, [vid. 2013-04-23]. ISSN 07328494. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/410013506?accountid=17116>
- [25] Zelená kniha o evropské iniciativě pro transparentnost. In: *Komise evropských společností* [online]. Brusel: Evropská komise, 2006 [vid. 2013-01-30]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/transparency/eti/docs/gp_cs.pdf
- [26] Euractiv.cz. *Transparentnost rozhodování v EU a právo na informace*. [online]. Euractiv.cz, 2009 [vid. 2013-01-30]. Dostupné z: <http://www.euractiv.cz/evropske-institute/link-dossier/transparentnost-rozhodovani-v-eu-a-pravo-na-informace-000059>
- [27] JUNEK, A. Brusel chce lobbyisty pod lupou. In: *Evropské peníze* [online]. Aktualne.cz, 2006 [vid. 2013-02-01]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/evropske-penize/clanek.phtml?id=144971>
- [28] Evropská iniciativa pro transparentnost. In: *Přehledy právních předpisů EU* [online]. Brusel: Evropská komise, 2007 [vid. 2013-02-02]. Dostupné z: http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/decisionmaking_process/ai0003_cs.htm
- [29] KADERA, M. a A. VLAČIHOVÁ. Lobbying, jeho transparentnost a etika. In: *Evropský lobbying* [online]. 2009 [vid. 2013-02-02]. Dostupné z: http://is.vsfs.cz/el/6410/zima2009/B_Lob/um/transparentnost.pdf

- [30] Hlavní události a vývoj rejstříku. In: *Společný sekretariát rejstříku transparentnosti* [online]. Brusel: Evropská komise, 2012 [vid. 2013-02-02]. Dostupné z: http://europa.eu/transparency-register/about-register/key-events/index_cs.htm
- [31] Europoslanci schválili společný rejstřík lobbistů. In: *Evropský parlament/Zpravodajství* [online]. Brusel: Evropský parlament, 2011 [vid. 2013-02-02]. Dostupné z: <http://www.europarl.europa.eu/news/cs/pressroom/content/20110510IPR19128/html/Europoslanci-schv%C3%A1lili-spole%C4%8Dn%C3%BD-rejst%C5%99%C3%ADk-lobbist%C5%AF>
- [32] Euractiv.cz. *Společný rejstřík lobbistů v institucích EU vznikne v červnu* [online]. Euractiv.cz, 2011 [vid. 2013-02-02]. Dostupné z: <http://www.euractiv.cz/evropske-institute/clanek/spolecny-rejstrik-lobbistu-v-institucich-eu-vznikne-v-cervnu-008759>
- [33] První výroční zpráva o rejstříku transparentnosti. In: *Press releases RAPID* [online]. 2012 [vid. 2013-02-02]. Dostupné z: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1265_cs.htm
- [34] Rejstřík transparentnosti. In: *Zastoupení Evropské komise v ČR* [online]. Praha: Zastoupení Evropské komise, 2012 [vid. 2013-02-02]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/press/press_releases/12_681_cs.htm
- [35] Statistiky rejstříku transparentnosti. In: *Rejstřík transparentnosti* [online]. Brusel: Evropská komise, 2013 [vid. 2013-05-09]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/statistics.do?action=prepareView&locale=cs#cs>
- [36] Aktualne.cz. *Etický kodex zatím poslance nesváže* [online]. Aktualne.cz, 2005 [vid. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/domaci/politika/clanek.phtml?id=1132>
- [37] Dejte nám dárek k dvacetinám. In: *Inventura demokracie* [online]. 2009 [vid. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://stara.inventurademokracie.cz/darek-ke-dvacetinam/index.html>
- [38] Stanovisko vlády k návrhu zákona o lobbingu. In: *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. 2009 [vid. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=57599>

- [39] ANDRÝSOVÁ, L. Závěry z expertních stolů o lobbingu. In: *Respekt Institut* [online]. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2011 [vid. 2012-12-29]. Dostupné z: http://www.respektinstitut.cz/wp-content/uploads/zavery_expertnich_stolu_o_lobbingu.pdf
- [40] ANDRÝSOVÁ, L. Závěry ze semináře o návrhu zákona o lobbingu. In: *Respekt Institut* [online]. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2012 [vid. 2013-02-04]. Dostupné z: <https://docs.google.com/file/d/0B4FAfNnoYOj8aktSOW93M3NLaW8/edit?pli=1>
- [41] KRAUS L. a M. FADRŇÝ. Zásady reformy regulace lobbingu. In: *Ekologický právní servis* [online]. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2011 [vid. 2013-02-04]. Dostupné z: http://www.eps.cz/sites/default/files/publikace/zasady_reformy_regulace_lobbingu_eps_soc_ustav.pdf
- [42] Role Stálého zastoupení při EU. In: *Stálé zastoupení České republiky při Evropské unii* [online]. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. 2013 [vid. 2013-03-07]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/representation_brussels/cz/o_stalem_zastoupeni/index.html
- [43] Česká Street Party v Bruselu přilákala tisíce lidí. In: *Stálé zastoupení České republiky při Evropské unii* [online]. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. 2010 [vid. 2013-03-08]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/representation_brussels/cz/akce_staleho_zastoupeni/ceska_street_party_v_bruselu_prilakala.html
- [44] Česká styčná kancelář pro výzkum a vývoj. In: *O nás* [online]. 2013 [vid. 2013-03-08]. Dostupné z: <http://www.czelo.cz/o-nas/>
- [45] Asociace Public Affairs Agentur. In: *O asociaci* [online]. 2013 [vid. 2013-03-08]. Dostupné z: <http://www.apaa.cz/>
- [46] FLEISHMAN-HILLARD. *Jak se lobbuje v Česku: Analýza prosazování zájmů ve veřejné sféře*. Praha: Fleishman-Hillard, 2010.
- [47] Žebříčkové projekty. In: *Czech Top 100* [online]. 2012 [vid. 2013-03-12]. Dostupné z: <http://www.czechtopy100.cz/nase-projekty/zebrickove-projekty/zebrickove-projekty.html>

[48] Moderniobec.ihned.cz. *Plzeňský kraj pokračuje ve spolupráci s Plzeňským Prazdrojem* [online]. Moderniobec.ihned.cz, 2012 [vid. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://moderniobec.ihned.cz/c1-56072330-plzensky-kraj-pokracuje-ve-spolupraci-s-plzenskym-prazdrojem>

Bibliografie

[49] BAŽANTOVÁ, I., et. al. *Lobbing a korupce při tvorbě veřejné politiky*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2007. ISBN 978-80-7175-144-1.

[50] DVOŘÁKOVÁ, V., et. al. *Evropeizace veřejné sféry*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-193-2.

[51] PINKOVÁ, A. *Zaměstnavatelské a podnikatelské organizace v ČR*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2011. ISBN 978-80-7325-258-8.

[52] ŘÍCHOVÁ, B. *Přehled moderních politologických teorií*. 2. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-177-8.

[53] SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*. 2.vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2866-7.

Seznam příloh

Příloha A	100 Obdivovaných firem České republiky 2013.....	86
Příloha B	Dotazy zasílané 100 obdivovaným firmám ČR.....	90

Příloha A 100 Obdivovaných firem České republiky 2013

1. ZEMĚDĚLSTVÍ, LESNICTVÍ, TĚŽBA DŘEVA A RYBOLOV

- 1 AGROFERT HOLDING, a. s.
- 2 Rybářství Třeboň Hld. a. s.
- 3 Vodňanská drůbež, a. s.
- 4 AGROPODNIK ZNOJMO, a. s.

2. DOBÝVÁNÍ NEROSTNÝCH SUROVIN

- 1 Severočeské doly a. s.
- 2 Sokolovská uhelná, právní nástupce, a. s.
- 3 New World Resources, N. V.
- 4 OKD, a. s.

3. POTRAVINÁŘSKÝ A TABÁKOVÝ PRŮMYSL

- 1 Kofola a. s.
- 2 Plzeňský Prazdroj, a. s.
- 3 Rodinný pivovar BERNARD a. s.
- 4 MADETA a. s.

4. TEXTILNÍ, ODĚVNÍ A KOŽEDĚLNÝ PRŮMYSL

- 1 ALPINE PRO, a. s.
- 2 MOIRA CZ, a. s.
- 3 PEGAS NONWOVENS s. r. o.
- 4 VEBA, textilní závody a. s.

5. DŘEVOZPRACUJÍCÍ, PAPIRENSKÝ A POLYGRAFICKÝ PRŮMYSL, VYDAVATELSKÁ ČINNOST

- 1 SAPELI, a. s.
- 2 KRONOSPAN ČR, spol. s r. o.
- 3 Kasalova pila, s. r. o.
- 4 Dřevozpracující družstvo

6. CHEMICKÝ, FARMACEUTICKÝ, GUMÁRENSKÝ A PLASTIKÁŘSKÝ PRŮMYSL

- 1 Linde Gas a. s.
- 2 MITAS a. s.
- 3 UNIPETROL, a. s.
- 4 ČEPRO, a. s.

7. PRŮMYSL SKLA, KERAMIKY, PORCELÁNU A STAVEBNÍCH HMOT

- 1 BEST, a. s.
- 2 MOSER, a. s.
- 3 RÜCKL CRYSTAL a. s.
- 4 Český porcelán, akciová společnost

8. HUTNICTVÍ A ZPRACOVÁNÍ KOVŮ

- 1 TŘINECKÉ ŽELEZÁRNY, a. s.
- 2 Vítkovice Holding a. s.
- 3 KORADO, a. s.
- 4 SANDVIK CHOMUTOV PRECISION TUBES, spol. s. r. o.

9. STROJÍRENSTVÍ - BEZ AUTOMOBILOVÉ VÝROBY

- 1 TOS VARNSDORF a. s.
- 2 ASSA ABLOY Rychnov, s. r. o.
- 3 SIGMA GROUP a. s.
- 4 Sochorová válcovna TŽ, a. s.

10. AUTOMOBILOVÁ VÝROBA A SOUVISEJÍCÍ ČINNOSTI, VÝROBA DOPRAVNÍCH PROSTŘEDKŮ

- 1 ŠKODA AUTO a. s.
- 2 BRANO GROUP, a. s.
- 3 SOR Libchavy spol. s. r. o.
- 4 MOTOR JIKOV Group a. s.

11. ELEKTROTECHNIKA, ELEKTRONIKA A OPTIKA

- 1 BRISK Tábor a. s.
- 2 JABLOTRON, s. r. o.
- 3 Meopta 8 optika, s. r. o.
- 4 Siemens, s. r. o.

12. OSTATNÍ ZPRACOVATELSKÝ PRŮMYSL

- 1 L I N E T spol. s.r. o.
- 2 PETROF, spol. s. r. o.
- 3 TON a. s.
- 4 SPORTEN, a. s.

13. VÝROBA A ROZVOD ELEKTRINY, VODY, PLYNU A PÁRY

- 1 ČEZ, a. s.
- 2 RWE Česká republika a. s.
- 3 Pražská plynárenská, a. s.
- 4 Pražská energetika, a. s.

14. STAVEBNICTVÍ

- 1 Metrostav a. s.
- 2 PSJ, a. s.
- 3 Skanska a. s.
- 4 STRABAG a. s.

15. PRODEJ, ÚDRŽBA A OPRAVY MOTOROVÝCH VOZIDEL A PRODEJ POHONNÝCH HMOT

- 1 Shell Czech Republic a. s.
- 2 BENZINA s. r. o.
- 3 HYUNDAI Motor Czech s. r. o.
- 4 ENI Česká republika, s. r. o.

16. VELKOOBCHOD, MALOOBCHOD A ZPROSTŘEDKOVÁNÍ OBCHODU

- 1 Alza.cz a. s.
- 2 Mountfield a. s.
- 3 H R U Š K A , spol. s. r. o.
- 4 MORAVIA STEEL a. s.

17. POHOSTINSTVÍ A UBYTOVÁNÍ

- 1 AMBI CZ, s. r. o.
- 2 Sodexo s. r. o.
- 3 Four Seasons Hotels (Czech Republic), s. r. o.
- 4 Léčebné lázně Mariánské Lázně a. s.

18. DOPRAVA, POMOCNÉ ČINNOSTI V DOPRAVĚ A CESTOVNÍ KANCELÁŘE

- 1 STUDENT AGENCY, s. r. o.
- 2 Advanced World Transport B. V.
- 3 Český Aeroholding, a. s.
- 4 GLOBAL ASSISTANCE a. s.

19. TELEKOMUNIKAČNÍ A POŠTOVNÍ SLUŽBY

- 1 Vodafone Czech Republic a. s.
- 2 T-Mobile Czech Republic a. s.
- 3 Telefónica Czech Republic, a. s.
- 4 GTS Czech s. r. o.

20. INFORMAČNÍ TECHNOLOGIE A SYSTÉMY

- 1 AVG Technologies CZ, s. r. o.
- 2 MICROSOFT s. r. o.
- 3 AVAST Software a. s.
- 4 SAP ČR, spol. s r. o.

21. ČINNOSTI V OBLASTI NEMOVITOSTÍ, SLUŽBY PRO PODNIKY

- 1 PASSERINVEST GROUP, a. s.
- 2 CTP Invest, s. r. o.
- 3 KPMG Česká republika, s. r. o.
- 4 M.C.TRITON, spol. s r. o.

22. OSTATNÍ VEŘEJNÉ, SOCIÁLNÍ A OSOBNÍ SLUŽBY

- 1 Nadace Naše dítě
- 2 Zoologická zahrada hl. m. Prahy
- 3 ČESKÁ TELEVIZE
- 4 Nemocnice Na Homolce

23. MĚNOVÉ INSTITUCE

- 1 Česká spořitelna a. s.
- 2 Komerční banka, a. s.
- 3 UniCredit Bank Czech Republic, a. s.
- 4 Air Bank a. s.

24. POJIŠŤOVNY A PENZIJNÍ FONDY

- 1 Kooperativa, pojišťovna, a. s., V. I. G.
- 2 Oborová zdravotní pojišťovna zaměstnanců bank, pojišťoven a stavebnictví
- 3 Allianz pojišťovna, a. s.
- 4 Česká pojišťovna a. s.

25. FINANČNÍ ZPROSTŘEDKOVATELÉ A OSTATNÍ FINANČNÍ INSTITUCE

- 1 PPF a. s.
- 2 ŠkoFIN s. r. o.
- 3 CCS Česká společnost pro platební karty s. r. o.
- 4 ARVAL CZ, s. r. o.

Příloha B Dotazy zasílané 100 obdivovaným firmám ČR

1. Jste členem asociace, svazu či sdružení zastupující Vaše zájmy? Poprosím o název a jak často s asociací, svazem či sdružením komunikujete. Jak hodnotíte přínost členství v asociaci?
2. Máte pověřenou osobu ve firmě, která monitoruje probíhající legislativu jak na české, tak také na evropské politické scéně? Případně jaký návrh zákona jste připomínkovali?
3. Využíváte služeb public affair agentur, například z asociace APAA či jiných lobbistických firem? Případně zvažujete využití jejich služeb? Pokud ne, poprosím o stručné zdůvodnění.
4. Jaký projednávaný návrh zákona Vás momentálně nejvíce zajímá a na který se zaměřujete?
5. Komunikujete s Pražským domem¹ v Bruselu?
6. Využíváte možnosti čerpat z fondů EU? Z jakých a za jakým účelem?
7. Počet zaměstnanců, cca.

¹ V závislosti na sídle společnosti byly firmy dotazovány na příslušné krajské zastoupení.