

# NONPROFIT ÉRDEKVÉDELMI SZERVEZETEK FEJLESZTÉSE

(PL.3346)

## Érdekvédelem, érdekegyeztetés az Európai Unióban és Magyarországon II.

Rácz-Káté Mónika




A projekt az Európai Unió támogatásával,  
az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

CIMET  
- a civil világ fűszere

TÁMOP 5.5.3-09/1-2009-0013

- Versenyben maradás ( új eszközök, új módszerek)
- Emberi tényezők jelentősége az érdekképviselési munkában
- Szemléletmód kritériumai ( különböző perspektívák)
- Rugalmas gondolkodás
- IQ-EQ alapú világlátás
- Racionális és érzelmi tudat egysége az érdekképviselésben
- **Érdek: Az anyagi, szellemi és erkölcsi javak közvetlen, vagy azok haszonélvezeti jogának megszerzése, birtoklása és gyarapítása, amiben egyre nagyobb szerepet kapnak az érzelmi tényezők**

- **Képviselet**: Egy vagy több személy, vagy azok szervezeteinek, intézményeinek megbízásából, egy vagy több meghatározott ügyben, egy harmadik fél, személy, személyek vagy azok intézetei, szervezetei felé történő egyszeri vagy folyamatos eljárás.
  
- **Az érdekképviselet** fogalmának ez a viszonylag bonyolult meghatározása lényegében a következőt jelenti: az érdekképviselt személyek, szervezetek anyagi, szellemi, vagy erkölcsi érdekeinek egyszeri, vagy folyamatos képviselete, más személyek, szervezetek, intézetek előtt

- 
- Az érdekképviselő három fő résztevékenységből áll:
  - - érdekegyeztetés,
  - - érdekvédelem
  - - érdekvédelem
  - **ÉRDEKEGYEZTETÉS:**
  - érdekek felismerése
  - érdekek rendszerbe foglalása
  - **ÉRDEKÉRVÉNYESÍTÉS:**
  - érdekek elismertetése
  - lobbizás
  - **ÉRDEKVÉDELEM:**
  - - jogi, gazdasági, technológiai védelem

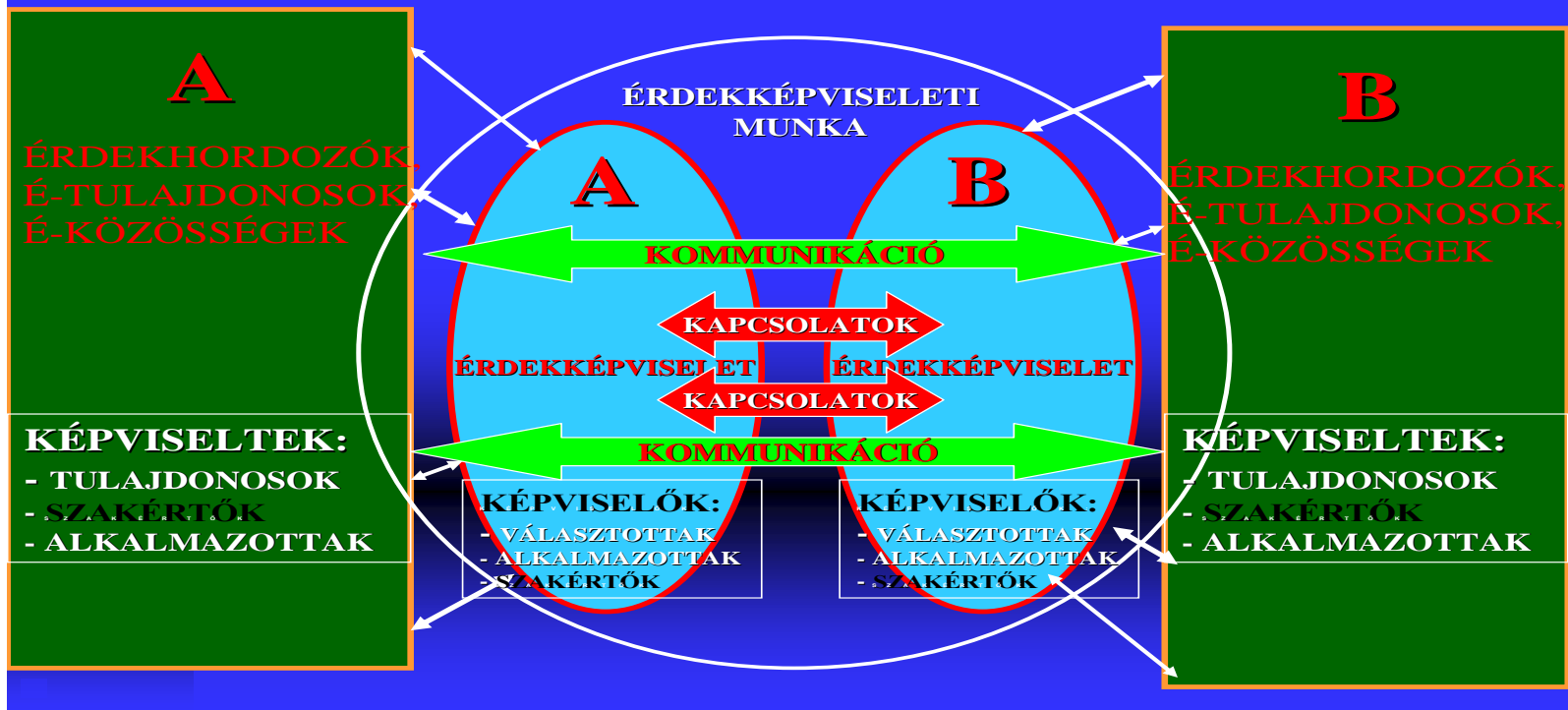
- Érdekelemzést célszerű végezni
- Belső érdekegyeztetés
- Külső érdekegyeztetés
- Az érdek ne legyen „több sem kevesebb”
- Világos megfogalmazás
- ÉRDEKÉRVÉNYESÍTÉS MÓDSZEREI
- Érdekek elismertetése
- LOBBIZÁS
- *Az érdekérvényesítési folyamat során az érdekelismertetés lényegében a szakmai/politikai nyomásgyakorlás egy sajátos formája, amit lobbizásnak is szokás nevezni*
- *Valamely csoport közös gazdasági érdekek és/vagy politikai célok érvényesítésére, érdekében határozottan, együtt lép fel a számára kedvező törvények, rendelkezések elfogadtatásáért*

- „oda kell lőni, ahol a kacsák vannak”.
- célpont”, a kompetens intézmény, személy és ezt követi a meggyőzés,
- A lobbistának pontosan tudnia kell, melyik érdek, milyen döntési eljárás alá tartozik, hiszen nem érdemes energiát, és időt pazarolni az adott ügyben kompetenciával nem rendelkező platformon.

## ■ **ÉRDEKVÉDELEM**

- *Az érdekképviselő leg hosszadalmasabb résztevékenysége az érdekvédelem, ami az elismert érdekek jogi, gazdasági és technológiai védelmét jelenti.*
- szisztematikusan figyelemmel kísérik az elismert érdekek sérelem nélküli érvényesülését és minden törvényes eszközt felhasználnak azok védelmére.

## AZ ÉRDEKKÉPVISELET FŐBB SZEREPLŐI ÉS STRUKTÚRÁJA



## AZ ÉRDEKKÉPVISELETI MUNKA FŐBB TARTALMI ELEMEI





## ■ Társadalmi párbeszéd

### ■ Információ gazdálkodás

- A Társadalmi Párbeszéd az információcsere egyik legnagyobb intézményi rendszere, aminek egyre nagyobb jelentősége lesz, nemcsak az EU-ban

- **a jövő alakításába szervezeten vonja be a társadalom legfontosabb érdekcsoportjait.** A társadalom jelentős érdekcsoportjai között, mindenek előtt a munkaadókat, a munkavállalókat és a kormányzati szerveket kell megemlíteni. A három legjelentősebb érdekcsoport mellett természetesen más érdekcsoportok is léteznek és azok is valamilyen módon bekapcsolódhatnak a Társadalmi Párbeszéd munkájába. A három meghatározó érdekcsoport szervezett eszmecseréje jelentősen hozzájárul a társadalmi béke megteremtéséhez és tartós fenntartásához. A jóléti társadalom egyik legjelentősebb intézményi rendszere a Társadalmi Párbeszéd..

## A TÁRSADALMI PÁRBESZÉD RENDSZER ÁLTALÁNOS ÁTTEKINTÉSE

VILÁG SZINTŰ TÁRSADALMI PÁRBESZÉD (ILO)

EURÓPAI SZINTŰ TÁRS. PÁRB.

NEMZETI SZINTŰ TÁRS.PB.


SZEKTORÁLIS TB

VÁLLALATI TB

REGIONÁLIS TB




- **MAGAS SZINTŰ KOMMUNIKÁCIÓS KÉSZSÉG:**
  - Széleskörű kommunikációs ismeretek
  - Tiszta, érthető beszédkésztség, jó előadói késztség
  - Elismert együttműködő késztség
  - Fejlett telefonos és internetes kapcsolat
  - Jártasság az idegen nyelvek alkalmazásában
- **MAGAS SZINTŰ KAPCSOLATÉPÍTÉSI KÉSZSÉG**
  - Elismert jártasság hazai és nemzetközi kapcsolatokban
  - Jó arc- és név memória
  - Jó társalgási késztség
  - Kulturált megjelenés, udvarias viselkedés
- **INFORMÁCIÓ ORIENTÁLTSAÉG**
  - Magas szintű információ áttekintési késztség
  - Az elektronikus és az írott sajtó szeretete
  - Széleskörű érdeklőségi kör
- **MAGAS SZINTŰ SZAKMAI JÁRTASSÁG A KÉPVISELT SZAKTERÜLETEKEN**
  - Szakmai, és pszichológia felkészültség
  - Alapvető jogi ismeretek

- 
- MAGAS SZINTŰ ADAPTIVITÁSI KÉSZSÉG
  - Innovatív készség
  - Gyors és rugalmas alkalmazkodás a megváltozott körülményekhez
  - Az életen át történő tanulás gyakorlati művelése
  - MAGAS SZINTŰ EQ
  - Az érzelmi tényezők hatásának pontos ismerete,
  - Az emberek érzelmi elvárásinak felismerése, "
  - egészen másként gondolkodók: az alkotók, az együtt érzők, a sémafelismerők, az új elveket felismerők és a jelentésalkotók
  - „Társadalmi tükör”- csak annyira megmutatni amennyire befogadóak
  - alkotóképesség fejlett kapcsolatteremtő képesség
  - „emberi kapcsolat-és kommunikáció és a cselekvések finomságai”

# Lobbizás

- Magyarországon a 2006. XLIX. törvény szabályozza a lobbitevékenységet. A törvény
  - 2007.07.01-től hatályos. E törvény alkalmazásában
  - a) lobbista: az a természetes személy, akit e törvény előírásai szerinti nyilvántartásba felvesznek, és lobbitevékenységet folytat;
  - b) lobbiszervezet: az a jogi személy, illetve jogi személyiséggel nem rendelkező szervezet, amelyet e törvény előírásai szerinti nyilvántartásba felvesznek, és lobbitevékenységet folytat;
  - c) lobbitevékenység: közhatalmi döntés befolyásolását vagy érdekérvényesítést célzó minden olyan tevékenység vagy magatartás, melyet megbízás alapján, üzletszerűen folytatnak;
  - d) kapcsolatfelvétel: bármely szóbeli vagy írásbeli kommunikáció, ideértve az elektronikus kommunikációt is;
- (Sándor Péter-Vass László ( A lobbiról és a lobbizásról Magyarország politikai évkönyve II. 2002. 1259-1260 o)

- 
- Kópiás Gábor az első magyar Lobbis Szövetség elnöke: „ a lobbizás egy olyan komplex kommunikációs tevékenység, amely a jogalkotók és a döntéshozók felé irányul a megbízói érdekek érvényre jutatása céljából”
  - Amerikai lobbisták szövetsége: akár egyének, akár csoportok véleményének képviselője
  - Normaszövetség meghatározása: olyan kommunikációs tevékenység, amely során szakmai és társadalmi információkat közvetítünk a közhatalmi döntéshozókhöz.

## ■ **LOBBIZÁS ESZKÖZEI**

- 1 fázis. Döntés előkészítés- és meghozatal
- 2 fázis végrehajtás
- Információszerzés, kapcsolatrendszer
- KOLACÍÓÉPÍTÉS: több érdekelt fél, lobbista feladata összefogni, és semlegesíteni az ellenérdek csoportokat
- TÁMOGATÓ KAMPÁNSZERVEZÉS- olyan irányított médiahirdetések közzététele, amelyek az adott ügyekben az érdekelt fél álláspontját hangsúlyozzák ki és támasztják alá.
- INTERNET KAMPÁNY: olyan honlapok létrehozása amelyek az adott ügygel kapcsolatos információkat tartalmazzák, valamint a megbízó álláspontjába engednek betekintést, másrészt elektronikus megkeresés és hírlevél üzemeltetést is biztosítja.


- SAJTÓKAPCSOLATOK.-PR lobbizás szoros velejárója, nem képzelhető klasszikus lobbizás erős médiatámogatás nélkül, hacsak a stratégia részként tudatosan nem alkalmazzák. Ha a döntéselőkészítő gyakran találkozik a témával kapcsolatos megjelenésekkel a sajtóban komolyabban veszi a az ott szereplő szervezet megkeresését is. A szolgáltatáshoz kapcsolódik egy ún. *média monitoring* szolgáltatás, ami a napi szintű sajtófigyelést jelenti.
- KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁS. attól függően hogy a lobbi-kampány mennyire zajlik a nyilvánosság előtt, igen gyakori a közvélemény kutatások felhasználása. Ilyenkor a preferált álláspontot hivatott alátámasztani egy-egy ilyen felmérés, még hozzá olyan kérdések feltevésével, amelyek a megbízó álláspontjához állnak közelebb. Egy hivatalra igen nagy benyomást tehet egy ilyen kutatás.



- **TÖMEGTÁMOGATÁSI AKCIÓK:** ez főként olyan civil szervezetek támogatását jelenti, amelyek feltehetően a társadalom egy nagyobb részét képviselik valamilyen szakpolitikai kérdés, kapcsán ( munkavállalók, környezetvédők, fogyasztóvédők)
- **KAMPÁNYTERVEZÉS:** ez szintén összefoglaló kategória amelyből egy szervezet vagy ügynökség a fentebb vázolt elemekből egy alapos háttérkutatót követően összeállítja az általuk javasolt leghatásosabb lobbitervet.

**INFORMÁCIÓ ÁTADÁS LEGHATÉKONYABB FORMÁI:** ( Burson-Marsteller felmérés, 10 fokozatú skála)

- Személyes találkozó ( 7,1 )
- Írásos tájékoztató anyag( 6,4 )
- Konferencia ( 6,2 )
- Helyszíni látogatás ( 5,7)

- 
5. E-mail ( 5,6 )
  6. Média ( 5,5)
  7. Üzleti ebéd ( 5,1)
  8. Üzleti reggeli ( 4,8 )
  9. Telefonos megkeresés ( 4,7)
  10. Fogadás ( 4,5)
  11. Kiállítás (4,1)
  12. DVD-Videó ( 3,4)

# Az érdekérvényesítés buktatói

- 1) A lobbitevékenység túl korai( késői) kezdése
- 2) nem megfelelő tájékoztató anyag
- 3) Túlságosan egyoldalú álláspont
- 4) EU működési logikájának figyelmen kívül hagyása
- 5) Nem megfelelő uniós hivatalnokok kiválasztása
- 6) Túlságosan érzelmes álláspont
- 7) Nem letisztult álláspont
- 8) Csak médiakampány
- 9) Túl agresszív fellépés
- 10) Etikátlan fellépés



■ **Köszönöm a figyelmet!**