

Postupci uvođenja zakonske regulative lobiranja

Galetić Šegina, Ana Kristina

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:786149>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-19**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Diplomski studij Odnosi s javnostima



POSTUPCI UVOĐENJA ZAKONSKE REGULATIVE LOBIRANJA

Studentica:
Ana Kristina Galetić Šegina

Mentor:
doc.dr.sc. Saša Petar

Varaždin, svibanj 2023.

Sažetak

Lobiranje nema osnovnu definiciju međutim smatramo ga uglavnom zagovaranjem interesa pred donositeljem odluka. Iako je široko rasprostranjeno kako u Republici Hrvatskoj tako i na europskoj i međunarodnoj razini ono u RH još uvijek nije zakonski regulirano. Kako bi se utvrdila potreba uvođenja zakonske regulative u sklopu rada obrađena je povijesna obrada lobiranja na području EU i RH, analiza postojećeg stanja te provedeno istraživanje na temu postojeće i buduće zakonske regulative.

U istraživanju je sudjelovalo pet tvrtki koje se bave poslovima lobiranja te stotinu i jedan saborski zastupnik čiji su odgovori dali rezultate na postavljene hipoteze u radu.

Ključne riječi: lobiranje, reguliranje, zakon, zakonodavstvo, lobist

Summary

Lobbying does not have a unique definition, however we see it mostly as upholding interests in front of decision makers. Even though it is widespread in Croatia as well as European and international level, in Croatia lobbying still is not regulated with law. In order to determine the need for law regulation in this thesis analyzed history of lobbying in Europe and Croatia, the current stage of lobbying, and conducted research on the subject of current stage and future stage of law regulation.

In the research participated five companies involved in lobbying business as well as hundred and one elected parliamentarian whose answers gave results on hypothesis made in this thesis.

Key words: lobbying, regulation, law, legislation, lobbyist

Popis korištenih kratica i stranih riječi

RH	Republika Hrvatska
EU	Europska Unija
EK	Europska Komisija
EP	Europski Parlament
HDL	Hrvatsko društvo lobista
NKD	Nacionalna klasifikacija djelatnosti
NATO	Sjevernoatlantski savez
UN	Ujedinjeni narodi
SAD	Sjedinjene američke države
Yahoo!	Tehnološka kompanija
Facebook	Tehnološka kompanija
Huawei	Tehnološka kompanija
Google	Tehnološka kompanija
Apple	Tehnološka kompanija
Microsoft	Tehnološka kompanija
eBay	Tehnološka kompanija
lobby	lobiranje
grassroots	lobiranje s namjerom da se dopre do zakonovca i napravi razlika u procesu donošenja odluke putem opće javnosti
grasstops	lobiranje putem pojedinaca koji imaju osobne veze s ciljanim zakonodavcima (donatori političkih kampanja, bivši zastupnici, utjecajni ljudi....)
astroturf	praksa u lobiranju koja prikriva prave klijente i predočuje umjetno stvoreno grassroots podupiranje
Bruxelles	sjedište EK
Strasbourg	sjedište EP
next generation	nova generacija
Deutsche Welle	njemačke novine
LobbyFact	internetska stranica – za transparentno lobiranje
Sunday Times	britanske novine
Cash for influence	skandal u EP, britanski novinar je 60-torici zastupnika Parlamenta ponudio mito praveći se da je lobist i tražeći glasove za podupiranje određenih amandmana
Lex Agrokor	Zakon o postupku izvanredne uprave u trgovačkim društvima – upitan zbog sukoba interesa savjetnika pri izradi
Gabrijela Žalac	optužena da je kao ministrica lobirala za tvrtku koja je trebala dobiti kredit za izgradnju vjetroelektrana, medijske natpise je ispravljao HDL tražeći da se lobiranje makne iz konteksta kaznenog djela, te da je ono što je bivša ministrica napravila kazneno djelo trgovine utjecajem i zloupotreba položaja i ovlasti, a ne lobiranje.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za odnose s javnostima		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Odnosi s javnostima		
PRISTUPNIK	Ana Kristina Galetić Šegina	MATIČNI BROJ	0248004867
DATUM	26.05.2023.	KOLEGIJ	OJ i lobiranje
NASLOV RADA	Postupci uvođenja zakonske regulative lobiranja		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Process of implementing law regulation in lobbying		
MENTOR	dr.sc. Saša Petar	ZVANJE	Docent
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc.dr.sc. Dijana Vuković, predsjednica		
	2. doc.dr.sc. Ana Globočnik Žunac, članica		
	3. doc.dr.sc. Saša Petar, mentor		
	4. izv.prof.dr. Nikša Sviličić, zamjenski član		
	5. _____		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	262/OJ/2023
OPIS	Lobiranje nema osnovnu definiciju međutim smatramo ga uglavnom zagovaranjem interesa pred donositeljem odluka. Iako je široko rasprostranjeno kako u Republici Hrvatskoj tako i na europskoj i međunarodnoj razini ono u RH još uvijek nije zakonski regulirano. Kako bi se utvrdila potreba uvođenja zakonske regulative u sklopu rada će biti: 1. obrađen povijesni pregled lobiranja na području EU i RH, 2. napravljena analiza postojećeg stanja 3. provedeno istraživanje na temu postojeće i buduće zakonske regulative. U istraživanju će sudjelovati pet tvrtki koje se bave poslovima lobiranja te stotinu i jedan saborski zastupnik čiji su odgovori dali rezultate na postavljene hipoteze u radu.

ZADATAK URUČEN

05.06.2023.



Saša Petar

SADRŽAJ

1.	UVOD	1
1.1.	Problem rada.....	2
1.2.	Hipoteze rada.....	2
1.3.	Ciljevi rada.....	2
2.	POVIJEST I AKTUALNO STANJE LOBIRANJA.....	3
2.1.	Vrste lobiranja.....	5
2.2.	Ciljevi lobiranja	7
2.3.	Zadaci lobiste	8
2.4.	Proces lobiranja.....	8
2.4.1.	Tehnike lobiranja	9
2.4.2.	Strategije lobiranja	10
3.	LOBIRANJE U EUROPSKOJ UNIJI.....	11
3.1.	Efikasnost lobiranja u praksi	14
3.2.	Regulacija lobiranja	14
4.	LOBIRANJE U HRVATSKOJ	21
4.1.	Zakonodavni okvir lobiranja u RH	22
4.2.	Zakonski okvir o lobiranju	23
4.3.	Akreditacija i regulacija lobista	25
4.4.	Hrvatsko društvo lobista	26
5.	METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	29
5.1.	Koncept istraživačkog upitnika.....	29
5.2.	Uzorak.....	30
6.	REZULTATI ISTRAŽIVANJA	31
6.1.	Rezultati dubinskih intervjua	31
6.2.	Rezultati Ankete	35
7.	ZAKLJUČAK	44

8. LITERATURA.....	45
Popis slika	48
Popis tablica	49
Popis grafikona	50
PRILOZI.....	51
PRILOG 1. Pitanja za dubinski intervju.....	50
PRILOG 2. ANKETNI LISTIĆ.....	51

1. UVOD

Ministarstvo pravosuđa izradilo je još u prosincu 2016-te godine „Analizu za uređenje zakonskog okvira lobiranja“ koja sadrži sažete zaključke utemeljene na američkom zakonu o lobiranju, načelima Vijeća Europe i Europske komisije kao i pravilnicima proizašlim iz navedenih tijela, Etičkom kodeksu Hrvatske udruge lobista te na nacrtu Zakona koji je Hrvatska druga lobista poslala ministarstvu. Od tada do danas nije se postiglo puno obzirom da nije bila formirana radna skupina koja bi izradila nacrt istraživanja koji bi se uputio u Hrvatski sabor, međutim nedostatak političke volje je ono što se pokazalo kao ograničenje za donošenje zakona. Tek sredinom 2021.godine osnovana je radna skupina koja bi trebala izraditi navedeni nacrt, a kako bi se zakonski reguliralo lobiranje kao kompleksan sustav.

Naime u Hrvatskoj se lobisti oslanjaju na nekoliko postojećih Zakona koji uređuju pitanje suzbijanja mita i korupcije, sprečavanje sukoba interesa, kodeks Hrvatske udruge lobista i slično, međutim oni ne određuju zakonsku regulativu lobiranja na način da taj posao učine transparentnim, kao niti da skinu lošu reputaciju koju sa sobom lobiranje nosi.

Lobiranjem se putem komunikacije sa vlastodržcima pokušava utjecati na oblikovanje javnih politika. Lobisti nastoje uvjeriti zakonodavca da podrži ili izmjeni ili donese određeni pravilnik, uredbu, odluku ili zakon koja interesnoj skupini koju predstavlja lobist daje prednost pred ostalima.

U Republici Hrvatskoj prosječan građanin ili poslovni subjekt o lobiranju zna veoma malo pa se pojam lobiranja izjednačava s pojmom mita i korupcije. Da to nije tako trebalo bi poznavati neke od primjera uspješnih i globalno značajnih lobističkih kampanja poput „Pokreta za ljudska prava“ iz davne 1964.g i zakone koji su proizašli iz nje, razne ekološke politike i slično.

Prema izjavi jednog od direktora tvrtki registriranih za djelatnost lobiranja u Republici Hrvatskoj oko petstotinjak pojedinaca i tvrtki godišnje na tom poslu zaradi oko milijardu nekadašnjih kuna, odnosno sadašnjih 133 milijuna eura. Od toga njih 6 pravnih osoba te 31 fizička osoba, članovi su Hrvatskog društva lobista, dok ostali taj posao obavljaju van tog udruženja. U Europski registar transparentnosti upisano je 65 pravnih osoba iz Republike Hrvatske.

1.1. Problem rada

Problem rada je utvrditi sadašnje reguliranje lobiranja kroz već postojeće zakone u Republici Hrvatskoj kao što su Zakon o sprječavanju sukoba interesa, Kazneni zakon, Etički kodeks Hrvatske udruge lobista i slično, te utvrditi potrebu za donošenjem Zakona o lobiranju koji bi u potpunosti uredio ovo područje.

Prednosti uvođenja zakona su brojne, od transparentnosti, sprečavanja mogućnosti političkih manipulacija, zaštite javnog interesa na dalje. Zemlje koje su uredile zakonski okvir lobiranja pokazuju kako je isti čvrst temelj za sprečavanje korupcije i transparentan rad svih institucija i donositelja odluka. Rad će pokazati poznavanje i mišljenje poslovnih subjekata kao i saborskih zastupnika ljevice, desnice i centra.

1.2. Hipoteze rada

Hipoteze rada su:

1. Lobiranje u Republici Hrvatskoj nije uređeno postojećim zakonima.
2. U Republici Hrvatskoj postoji potreba za uvođenje posebne zakonske regulative lobiranja.

1.3. Ciljevi rada

Ovaj rad bavi se istraživanjem prihvaćenosti loše uređenosti lobiranja kao djelatnosti od strane hrvatskih tvrtki koje se bave lobiranjem sa jedne strane kroz dubinski intervju s pitanjima otvorenog tipa za predstavnike lobističkih tvrtki u Hrvatskoj te mišljenjem saborskih zastupnika iz saziva Hrvatskog sabora za razdoblje 2020. – 2024.g. kroz anketni listić sa kombinacijom zatvorenih i otvorenih pitanja kako bismo dobili što bolji uvid u problematiku i potrebu uvođenja zakonske regulative lobiranja.

Svrha istraživanja jest utvrditi sve važnije značajke potencijala zakona o lobiranju te adekvatno interpretirati i formulirati rezultate istraživanja. Glavni cilj istraživanja je utvrditi postavljene hipoteze i steći uvid u stvarnu situaciju o stanju lobiranja, utvrditi zadovoljstvo postojećom zakonskom regulativom te predviđanja stručnjaka o daljnjem tijeku razvoja događaja. Specificirani cilj je ispitati potrebu za uvođenjem zasebne zakonske regulative lobiranja, prikazati i pojasniti prednosti i potrebu uvođenja zakonske regulative lobiranja kao bitnu stvar od velikog interesa za širu javnost.

2. POVIJEST I AKTUALNO STANJE LOBIRANJA

Roso, I. u svome završnom radu iz 2017g prikazuje optimalan presjek definicija i povijesnog porijekla lobiranja koristeći relevantne izvore te navodeći da lobiranje potječe iz anglosaksonskog pravnog sustava, a sama riječ ima korijen u engleskoj riječi *lobby* u značenju predvorja britanskog parlamenta od 17.stoljeća, u kojem su se predstavnici različitih skupina nalazili sa zastupnicima parlamenta nastojeći utjecati na njihove odluke. Bez obzira na brojne kontroverze koje se vezuju za taj fenomen, lobiranje se u suvremenim političkim procesima smatra legitimnim demokratskim nastojanjem pojedinaca, interesnih skupina ili vlada, tako da sami ili udruženi u koalicije utječu na provedbu određenih javnih politika u nacionalnim ili nadnacionalnim okvirima kako bi ostvarili željene rezultate i ciljeve. (Vidačak, I. 2007).

Iako ne postoji općeprihvaćena definicija lobiranja najstarija definicija lobiranja opisuje ga kao simulaciju i prijenos komunikacija određenog pojedinca, osim građanina koji djeluje u svoje ime, usmjerenih prema donositelju odluka unutar vlade s nadom utjecanja na ishod odlučivanja. (Sinčić Čorić D., Vuković I. 2011)

Lobist je netko koga je klijent zaposlio ili angažirao te netko tko je ostvario više od jednog kontakta u ime klijenta te zastupajući njegove interese. Puno značenje riječ „lobiranje“ dobiva u američkoj političkoj praksi, da bi vremenom ušla u rječnike gotovo svih svjetskih jezika. (Roso, I. 2017)

Lobiranje je u politici, doseglo svoj vrhunac početkom 50-ih godina 19 stoljeća kada su utvrđena pravila lobiranja u američkom Kongresu. (Bojić, B. 2020) Lobisti su organizirana grupa koja nastoji ostvariti utjecaj na zakonodavce, kako bi postigli svoj cilj u ostvarenju svojih ideja odnosno donošenje odluka, zakona i slično koje smatraju bitnima odnosno za koje lobiraju.

Lobisti mogu biti članovi posebnih interesnih grupa, profesionalci koji su spremni predstavljati bilo koju takvu grupu ili pojedinci. (Vujović J., Stefanović M. 2011)

Lobiranje i javni poslovi mogu biti poimani slično kao i moderna demokracija jer ona danas djeluje kao sustav s mnoštvom političkih, društvenih i ekonomskih aktera definiranih kao interesne skupine. (Roso, I. 2017)

Shvaćanje pojma interesnih skupina postavlja elementarni temelj za shvaćanje funkcioniranja modernih demokracija pogotovo kada neminovno postaju sve veći i veći dio nadnacionalnih političkih mreža i sustava. (Roso, I. 2017)

Prema Pravnoj enciklopediji (Savremena administracija, Beograd, 1985.), lobisti predstavljaju „Organizaciju ili društvenu grupu koju obrazuju lica koja nisu članovi zakonodavnog tela, s ciljem da utiču na rad zakonodavca“. Ova enciklopedija razlikuje lobiste od interesnih grupa, jer se, prema njoj, lobiranja isključivo odnose na zakonodavnu vlast, dok su interesne grupe usmjerene na državu općenito kao takvu. (Vujović J., Stefanović M. 2011)

„Laslo (2016) tvrdi da se zbog svoje političke povijesti lobiranje u Hrvatskoj počinje razvijati paralelno s osamostaljenjem i suverennošću Republike Hrvatske. Političke neprilike početkom 1990-ih i težnja za neovisnošću doveli su do prvih lobističkih početaka koji su bili fokusirani na međunarodno priznanje Hrvatske putem diplomatskih odnosa i konzularnih predstavništava.

RH nema tradiciju ni povijest profesionalnog lobiranja iz razloga što je do 1990. godine bila pod monopolističkim komunističkim režimom (Bitonti i Harris, 2017).“ navodi Roso, I. (2017)

„Laslo (2016) tvrdi kako je osnovana zajednička konzultativna radna skupina za takozvane pretpristupne pregovore vezane za parafiranje sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju 2001. godine...“ (Roso, I. 2017), dok 2005. godine „počinju pristupni pregovori kako bi se uskladilo hrvatsko zakonodavstvo s pravnom stečevinom Europske unije.“ (Roso, I. 2017)

„Pregovori su okončani 2011. godine zatvaranjem svih 35 pregovaračkih poglavlja. Također napominje kako je vrlo važnu i uspješnu ulogu odigrala tvrtka Hauška i partneri, tvrtka za odnose s javnošću, koja je intenzivno lobirala za korporativne interese Republike Hrvatske.“ (Roso, I. 2017)

Lobiranje podrazumijeva sljedeće:

- Organizirano zastupanje općih interesa - ukoliko je odluka isključivo u interesu pojedinca, nije riječ o lobiranju;
- Posredovanje interesa između nosioca interesa i donosioca odluka;
- Predstavljanje interesa klijenta kroz cjelokupan postupak donošenja odluka kako bi se postiglo da oni koji odlučuju uvažavaju te interese kod donošenja odluka;

- Postizanje ravnoteže između različitih uticaja.

Proces lobiranja je dvosmjernan i odvija se na relaciji:

Lobist ↔ Lobirani

Lobist može biti svaka osoba koja može doći do centra odlučivanja i na njega utjecati u skladu sa svojim ciljevima, odnosno interesima svog klijenta. (Vujović J., Stefanović M. 2011) Međutim profesionalni lobist pored neophodnog iskustva treba imati i široko znanje o brojnim područjima i disciplinama poput politologije, prava te ekonomije. Kako bi lobist bio uspješan u svome poslu trebao bi posjedovati široku mrežu kontakata iz svih sfera a posebice u zakonodavnoj. Za uspjeh važno je posjedovati i socijalnu inteligenciju te dobre komunikacijske vještine, kao i svojevrsni šarm ili karizmu.

Lobirani mogu biti svi centri odlučivanja u državi, međunarodnoj zajednici ili tvrtkama koji direktno utječu na donošenje odluka. (Bojić, B. 2020)

2.1. Vrste lobiranja

Lobiranje se uglavnom dijeli na direktno i indirektno lobiranje.

Direktno lobiranje uključuje poziv na akciju prema određenom zakonu ili propisu. Ono najčešće uključuje plaćene pojedince koji ulaze u direktni i formalni komunikacijski proces sa ključnim bitnim osobama i zakonodavcima. (Vujović J., Stefanović M. 2011) Odnosi se na osobne sastanke, telefonske razgovore, pisanu komunikaciju i slično čime se neposredno utječe na donositelja odluke.

Osobni sastanci imaju prednost kako bi lobist svojim komunikacijskim vještinama, unaprijed isplaniranom taktikom, znanjem o temi i bitnim podacima privukao barem pažnju lobiranog, a potom iznošenjem detaljne analize, podataka dobivenih na osnovu prethodno odrađenih istraživanja postigao željeno, odnosno izlobirao odluku koju želi na osnovu prethodne pripreme i inicijalnog kontakta.

Telefonski razgovori dobra su alternativa u slučaju velikih geografskih ili vremenskih razlika. Pružaju priliku inicijalnog kontakta, najave, dogovora za osobnim susretom ili pismenom komunikacijom.

Pisana komunikacija ima svoje prednosti posebice u tome što dobro poznati *e-mail* koriste gotovi svi u današnjoj zakonodavnoj vlasti. Jedna poruka može se poslati na više elektroničkih adresa te se na taj način može direktno pokušati utjecati na veći broj dionika nego što je to moguće osobnim sastancima. Kao i kod telefonskih razgovora velika prednost

je u tome što nam za pisanu komunikaciju nije bitno niti vrijeme niti geografska lokacija. Također prednost je što se detaljno mogu navesti sve analize, istraživanja, željeni ciljevi lobista te potkrijepljeni argumenti kako bi lobirani mogao u miru i bez zaboravljanja proučiti sve bitne činjenice za donošenje odluke.

Indirektno lobiranje ne uključuje direktan poziv na akciju i poznato je kao *grassroots* lobiranje. Ono najčešće podrazumijeva upotrebljavanje različitih alata odnosa s javnošću u cilju politiziranja i aktualiziranja određenog pitanja ili problema u široj javnosti. Važna odlika indirektnog lobiranja je posredovanje. (Vujović J., Stefanović M. 2011)

Kontakt i komunikacija između indirektnih lobista i donosioca odluka uvijek je posredovana. Ovo posredovanje je dvostupanjska komunikacija (lobist – opća javnost – donosilac odluka) sa glavnim ciljem da se prvo utječe na opću javnost, koja će svojim postupcima navesti donosioca odluka da odluče u korist lobista. (Vujović J., Stefanović M. 2011)

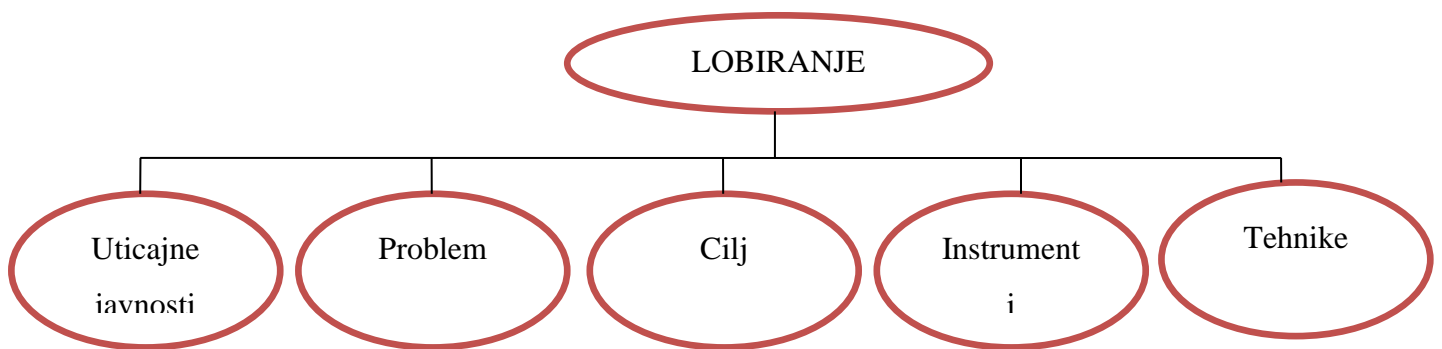
Primjeri indirektnog lobiranja dostupni su nam gotovo svakodnevno, odnose se na razne štrajkove, prosvjede i slično. Svjedoci smo prosvjeda liječnika i medicinskih sestara, komunalnih radnika, roditelja koji žele povećanje dječjeg nadoplataka i slično, sve je to indirektno lobiranje koje za pritisak na zakonodavca koristi moć mase, odnosno određenim informacijama koje plasira u javnost mobilizira opću ili ciljanu javnost kako bi pokazivanjem nezadovoljstva ona izvršila pritisak na zakonodavca za donošenje željene odluke.

Vrstu lobiranja određuje sam lobist na osnovu detaljnog istraživanja, analiza, prikupljenih podataka koji mu pružaju dublji uvid u situaciju i usmjeravaju ga na direktno ili indirektno lobiranje.

Na osnovi promatranja i proučavanja situacija indirektnih lobiranja o kojima sam pisala i seminarske radove mišljenja sam da je gotovo svako indirektno lobiranje zapravo posljedica neuspjelog direktnog lobiranja. Uglavnom se u svim temama kojima se bave lobisti koji organiziraju indirektna lobiranja, kojima mobiliziraju javnost, prvenstveno pokušavalo direktnim lobiranjem koje iz nekog razloga nije bilo uspješno pribjegava drugoj varijanti, a to je indirektno lobiranje.

Ukoliko lobiranje promatramo kao model, razlikujemo nekoliko procesa prikazanih na slici 1.:

- Prikupljanje podataka - praćenje, analiza (potrebno je formulirati problem i naš cilj, pronaći najbolji put za realizaciju i doći do rezultata); (Vujović J., Stefanović M. 2011)
- Predstavljanje (prezentiranje teme lobiranom);
- Dokazivanje (iznošenje činjenica koje mogu utjecati na lobiranog);
- Upotreba instrumenata lobiranja



Slika 1. Elementi uspješnog lobiranja

2.2. Ciljevi lobiranja

Veoma je važno definirati cilj lobiranja, jer bez jasno definiranog cilja teško je pristupiti i konačnom rješenju problema, a naravno još je teže doći do pozitivnog ishoda. (Vujović J., Stefanović M. 2011)

Cilj treba realno postaviti te on ne smije biti u sukobu s javnim interesom kako bi lobiranje bilo uspješno.

Ciljevi lobiranja mogu biti:

- Informiranje zakonodavaca o poslovnoj politici organizacije i obrnuto.
- Stvaranje povoljnijih zakonskih uvjeta, odnosno ujednačenih uvjeta za cijeli segment industrije, udruga, tvrtki

Nakon što se postave odgovarajući ciljevi lobiranja, potrebno je postaviti i određene zadatke koje lobist treba ispuniti. (Vujović J., Stefanović M. 2011)

2.3.Zadaci lobista

Zadaci koje lobist treba ispuniti su sljedeći:

- Uspostavljanje koalicija;
- Istraživanje i pripremanje izvještaja;
- Ostvarivanje kontakta sa utjecajnim ljudima;
- Identifikacija primjerenih dionika u javnoj raspravi;
- Pripremanje govornika;
- Fokusiranje debate.

Lobist treba uvijek biti pozitivan, kooperativan, započeti lobirati pravovremeno, „ulijevati“ povjerenje, stvarati koalicije te ostati u lobističkoj „utrci“ do kraja i ne zanemarivati provedbeni proces. (Roso, I. 2017)

Lobiranje se nekada gleda kao tajna sprega vlasti i lobista, kao postupak koji se odvija daleko od očiju javnosti i o kome se nerado govori. Isto tako, lobiranje „uvezeno iz SAD“ donijelo je sa sobom i neke negativne predznake. Već nekoliko godina u SAD, lobisti se spominju kao glavni sudionici mnogih afera i skandala, a takva se reputacija zajedno sa profesijom lobiranja širi i na Europu. (Vujović J., Stefanović M. 2011)

Lobiranje predstavlja kontakt i komunikaciju lobista sa državnim institucijama, što uključuje osobne sastanke sa donosiocima odluka, rasprave o određenim temama i razmjenu informacija.

Lobisti ne potkupljuju donosiocima odluka već ih informiraju o temama koje su i za njih interesantne i koje im mogu biti od koristi. Donosioci odluka su uglavnom zainteresirani čuti stavove i mišljenja svojih birača. Preko lobista, oni se direktno informiraju o problemima svojih birača, tako da lobisti, u neku ruku, predstavljaju posrednika između građana i vlasti. Ovo pokazuje da lobiranje, u stvari, predstavlja borbu protiv korupcije, na taj način što će se aktivnosti, usmjerene na zaštitu interesa, staviti u zakonske okvire koje država može kontrolirati. (Vujović J., Stefanović M. 2011)

2.4.Proces lobiranja

Proces lobiranja se sastoji iz nekoliko stavki, a to su „tehnike direktnog i indirektnog lobiranja, zatim strategije koje se najčešće vežu za sam proces lobističkih aktivnosti.“ (Roso, I. 2017)

Po Guéguenu (2007) postoje četiri strateška pristupa lobiranju : negativna, defenzivna, reaktivna i proaktivna strategija. (Roso, I. 2017)

U prethodnom poglavlju detaljnije sam objasnila tehnike direktnog i indirektnog lobiranja dok ću u ovome pojasniti strateške pristupe lobiranju i ukratko podsjetiti na tehnike.

2.4.1. Tehnike lobiranja

Izdvajaju se dvije tehnike lobiranja, a to su izravno i neizravno lobiranje, odnosno direktno i indirektno lobiranje. Izravno lobiranje predstavlja svaki pokušaj utjecanja izravnom komunikacijom lobista sa zakonodavcem, dok je *neizravno lobiranje* utjecanje na donositelje odluka koje u procesu utjecanja koristi posrednike (građane, birače, koalicije, stvaraoce javnog mišljenja, medije, udruge, sindikate) radi aktiviranja većeg kolektiva koji je u mogućnosti izvršiti snažniji pritisak na donositelje odluka. (Roso, I. 2017)

„Vlahović i Jelić (2015) navode kako je izravno lobiranje svako lobiranje čiji je cilj izravna komunikacija s tijelima javne vlasti bez uključivanja medija i interesnih skupina u proces lobističke kampanje.

Pod tehnikama izravnog lobiranja, Vlahović i Jelić (2015) izdvajaju i personaliziranu komunikaciju, za koju navode da obuhvaća „dva alata za stupanje u kontakt ili održavanje odnosa s donositeljima odluka“, poput telefonskih razgovora, pisma ili internetske komunikacije (e-pošta).

Guéguen (2007) napominje kako se politički pristup ili pristup s vrha prema dnu oslanja na hijerarhiju te je to elitistički pristup.

Kao tehnike neizravnog lobiranja, Vlahović i Jelić (2015) navode stvaranje koalicija, mobiliziranje građana, prikupljanje sredstava, odnose s medijima, takozvani *grasstops* i *astroturf* uz organizaciju demonstracija.

Vlahović i Jelić (2015) pojašnjavaju da je *grasstops* lobistička tehnika čiji pristup označava uspostavljanje odnosa s visoko pozicioniranim pojedincima dok *astroturf* tehnika ima primarnu svrhu zavaravanje osoba s kojima se komunicira, odnosno riječ je o umjetnoj lobističkoj tehnici koja nastoji preslikati tipičnu *grassroots* kampanju koristeći frizirane i izmišljene informacije.“ Navodi Roso, I. (2017).

2.4.2. Strategije lobiranja

Prema Rosu, I. (2017): „Guéguen (2007) pojašnjava četiri najčešće vrste strategija u procesu lobiranja:

1. *Negativna strategija* – smatraju se one koje su sustavno negativne, strategija suprotstavljanja, blokiranja ili odbijanja bez prijedloga bilo kakvih kredibilnih alternativa te je najčešće osuđena na neuspjeh jer je taj pristup, prvenstveno, zrcalna projekcija industrije u zaostatku, a i samo lobiranje te vrste propada na tehničkoj razini uz gubitak kredibiliteta u očima zajednice. Iz ovoga se može zaključiti kako je kompromis vrlo važan pri lobističkim aktivnostima.
2. *Defenzivna strategija* – u principu održava stečene povlastice i suprotstavlja se svakoj evoluciji zakona i propisa na štetu poduzeća, organizacije ili udruženja.
3. *Reaktivna strategija* ili mekane strategije lobiranja su vrlo česte i pomodne te ta strategija simbolizira nedostatan utjecaj i paralizu organizacije.
4. *Proaktivna strategija* – podrazumijeva predviđanje situacije. Stvaraju se transverzalna savezništva te okupljaju različiti elementi proizvodnog lanca i pružaju gotov konsenzus ekonomskih aktera i predstavnika civilnog društva; proaktivna strategija temelji se na kredibilitetu, transparentnosti i savezništvu.“

Različite situacije zahtijevaju različite pristupe i različite strategije. Kako bi lobiranje bilo uspješno prije pristupanju određenoj vrsti strategije potrebno je ovisno o postavljenom cilju uvidjeti prednosti i nedostatke odabrane strategije, utvrditi trošak, zakonska ograničenja i regulative u sklopu kojih je moguće djelovati. Svaki cilj zahtjeva svoju strategiju koja se odabire prema prethodno spomenutim parametrima.

3. LOBIRANJE U EUROPSKOJ UNIJI

Lobiranje je danas neizbježan proces u razvijenim demokracijama. Pristupi i metode lobiranja su raznoliki. Radi se o vještini vođenja odnosa interpretacije i prilagodljivosti. Lobiranje prvenstveno o strategiji i pripremljenosti onih kojima je ono potrebno. Najveći uspjeh postižu oni kojima je uspjelo pomoću argumenata i lobiranja postići željeni cilj. (Vusić, K. 2016)

Kasnih 70-ih godina prošlog stoljeća lobiranje u Europskoj uniji bilo je tek u začetku i uključivalo je malu grupu ljudi koje su povezivale prijateljske veze. Danas, kada se financijski utjecaj na donošenje zakona i odluka Europske unije procjenjuje na više od milijardu američkih dolara, broj profesionalnih lobista u Europskoj uniji se povećao na preko 25000 prema podacima iz 2017.godine. U ovaj broj ulaze i neovisni konzultanti, veliki broj građanskih organizacija, predstavnici različitih komercijalnih i industrijskih udruženja, sindikati, odvjetničke tvrtke. Skoro svaki sektor u Bruxellesu sada ima barem jednog svog predstavnika. (Vujović J., Stefanović M. 2011)

Glavne institucije lobiranja u Europskoj uniji (EU) su:

- Europska komisija (EK) – izvršno je tijelo, ulazi 1 član po državi članici, inicira politiku i provodi već dogovorenu politiku
- Europski parlament (EP) – jedino je izborno tijelo, mandat članova traje 5 godina, od 1979g ima savjetodavnu ulogu, naknadno uvećane ovlasti
- Vijeće Europske unije (Vijeće) – donosi zakone i odluke na osnovu prijedloga komisije (Vusić, K. 2016)

Lobisti moraju prepoznati njihove prednosti i nedostatke, njihovu strukturu, funkcije i nadležnosti. Europski parlament je jak i efikasan u suodlučivanju, a meta lobista prvenstveno su konzultativni odbori i neposredno izabrani poslanici različitih zemalja. (Vusić, K. 2016) Predsjedništvo Vijeća najznačajniji je i najzapaženiji igrač na nivou Vijeća, ali Europska komisija je još prioritet efikasnih lobista. (Đurović, G. 2011)

Postojeće zakonodavstvo je komplicirano i nimalo jednostavno, međutim svejedno omogućava pristup i utjecaj lobista “na niže razine administracije što ukazuje na to da najprije treba postaviti granice i povećati transparentnost lobista. Zato bi trebalo razmisliti o razumnoj pravnoj regulaciji na europskom, kao i na nacionalnom nivou.” (Vusić, K. 2016)

Grupe koje žele utjecati na zakonodavni proces u Europskoj uniji prije svega moraju dobiti pristup Europskoj komisiji, koja je vladajuće tijelo Europske unije. Dodatno, lobisti traže podršku i u Vijeću, koje donosi odluke u Europskoj uniji koje kasnije sprovode nacionalne vlade. (Vujović J., Stefanović M. 2011)

Pokušaj lobiranja u Bruxellesu (sjedište Europske komisije) i Strasbourgu (sjedištu Europskog parlamenta) često predstavlja *next generation* lobiranje, koje je prvo započelo političkim pritiskom na čelnike pojedinih država. „U zakonodavnom procesu, ekspertiza za određeno područje predstavlja najvažniji instrument lobista.“ (Vujović J., Stefanović M. 2011)

Interesne grupe u EU su različite, mogu biti nacionalne, europske ili međunarodne i pokrivaju tvrtke, odvjetničke urede, regionalna udruženja itd. Razlikuju se po organiziranosti i snazi, položaju, uticaju, članstvu, financijskim sredstvima i slično.

U kontekstu EU lobisti mogu biti – pored interesnih grupa – i države članice. Lobiranjem se mogu baviti i pojedinci. Svi oni međusobno dijele arenu za bilo koje sporno pitanje (issue), jer žele osigurati da njihovi pogledi i interesi doprinesu donošenju odluke. Iako je lobiranje u EU usredotočeno najviše na europske institucije, EU je također značajan igrač na globalnoj sceni, a njene institucije i organizacije sa međusobnim uticajem također su subjekti globalnih sila. Promjene u međunarodnoj sredini proteklih deset godina bitno su utjecale na zbivanja i politike EU.

Krajem 2022g. nastao je veliki korupcijski skandal u Bruxellesu. Bivša predsjednica Europskog parlamenta pritvorena je na osnovu optužbe za sudjelovanje u kriminalnoj organizaciji, pranju novca i korupciji, zbog navodnog primanja mita od Katara. Sve to gospođa Kaili je porekla, a službeni detalji istrage su šturi i ograničeni. Međutim samo podizanje optužnice izazvalo je pojačan nadzor nad svim aktivnostima članova Europskog parlamenta ali i ostalih tijela europske unije te dovelo do pitanja jesu li postojeće antikorupcijske mjere u EU dovoljne kako bi se spriječilo podizanje optužnica i primanje mita.

Mjere koje su trenutno na snazi u EU obuhvaćaju Registar transparentnosti - bazu podataka u koju se moraju upisati, odnosno registrirati sve nevladine organizacije, lobističke grupe, konzultanti, dobrotvorne organizacije te sve ostale osobe i organizacije koje žele utjecati na donošenje odluka i zakonodavstvo, izgled Registra prikazan je na slici 2.

Kad je riječ o nevladinim organizacijama sve one moraju prijaviti svoje proračune i donacije iznad 10 000 eura. U gore spomenutom slučaju *Deutsche Welle* navodi kako organizacije upletene u korupcijski skandal nisu evidentirane u Registru transparentnosti, što je i dovelo do podizanja optužnice.

EU Transparency Register data as of: 16 Apr 2023. A total of 12091 results.

#	Name	Head office in	Lobby costs	EP passes	Lobbyists (FTE)	Meetings with EC
1	Fleishman-Hillard	BELGIUM	10,170,000€	72	45	44
2	European Chemical Industry Council	BELGIUM	10,000,000€	32	47.85	149
3	Meta Platforms Ireland Limited and its various subsidiaries	IRELAND	8,000,000€	11	17.05	194
4	FTI Consulting Belgium	UNITED STATES	7,785,000€	54	54.5	77
5	Apple Inc.	UNITED STATES	7,000,000€	7	7.4	88
6	Burson Cohn & Wolfe Sprl	BELGIUM	6,425,000€	38	37.5	10
7	Insurance Europe	BELGIUM	6,000,000€	13	35	78
8	Bayer AG	GERMANY	6,000,000€	11	23.35	49
9	Google	UNITED STATES	5,500,000€	7	8.7	323
10	Shell Companies	UNITED KINGDOM	5,500,000€	4	12	109

Slika 2. Registar transparentnosti EU

*Izvor:

(screenshot: <https://www.lobbyfacts.eu/>)

Europski parlament odbio je 2021 g. primjenu načela prema kojima bi se zastupnici smjeli susretati samo sa registriranim lobistima koja su na snazi za visoke dužnosnike u Europskoj komisiji. Europarlamentarci su odbili primjenu načela pod izgovorom kako bi im to narušilo slobodu djelovanja u okviru mandata te su odbili i primjenu mjera koje bi ih primorale na objavu svih sastanaka i imena pojedinaca, grupa i organizacija s kojima se sastaju, piše *Deutsche Welle*. Zastupnici parlamenta imaju diplomatski imunitet ali ih isti ne štiti ukoliko su zatečeni u činu izvršenja prekršaja što parlamentu omogućava da zastupniku oduzme imunitet.

U proteklih 10g. tvrtke su značajno povećale svoje izdatke za lobiranje pri tijelima EU. Kako se navodi na *LobbyFact-u*, Registar transparentnosti ima veliki broj nelogičnih upisa koji često ne daju informacije niti otkrivaju pravu prirodu lobiranja. Najbolji primjer

toga su tvrtke koje imaju velike troškove lobiranja, ali i mali broj lobističkih sastanaka sa dužnosnicima, a ne navode se niti imena lobista.

Europska unija zapravo veoma dobro regulira lobiranje kada to želi, što je pokazao i rat u Ukrajini koji je uzrokovao uvođenje sankcija Rusiji. Svi lobisti povezani s Rusijom suspendirani su i uklonjeni iz Registra transparentnosti. U Registar je tek nedavno uvedena podjela na *komercijalne* – one koji slijede vlastite interese ili interese svojih članova te *nekomercijalne* – koji slijede društvene interese, međutim još uvijek postoje nepravilno razvrstani lobisti. Smatra se da velike tvrtke prikriveno lobiraju preko nevladinih organizacija koje za takve usluge obilno financiraju.

U Europskoj uniji odnosno u njenom sjedištu Bruxellesu procjenjuje se brojka od 25 000 lobista, što uključuje pojedince, odvjetničke urede, nevladine organizacije, tvrtke.. Njihov napor da utječu na odluke i zakone obuhvaća zajednicu koja broji preko 510 milijuna ljudi koji žive na području EU nije nimalo jeftin. Ograničene procjene govore kako se radi o potrošnji od preko 15 bilijuna eura na godišnjoj razini kako bi se izvršili zadaci i ciljevi lobista.

3.1. Efikasnost lobiranja u praksi

Efikasnost lobiranja zavisi od mnogobrojnih faktora kojih treba imati u vidu, jer loš rezultat nije samo posljedica lošeg lobiranja kao što niti dobar rezultat nije samo posljedica efikasnog lobiranja.

Zanimljiv primjer efikasnog lobiranja pomoću metoda primjene vlade trećih zemalja sa utjecajem na EU, primjer je slovenske industrije čelika, odnosno slovenskog proizvođača nehrđajućeg čelika – tvrtke „Acroni“, koja je danas jedna od uspješnih tvrtki u sastavu koncerna slovenske industrije čelika, a koja se sve do 2005. godine zvala „Slovenske železarne“. Nakon gubitka jugoslavenskog tržišta 1991. godine, „Slovenske železarne“ su se tržišno prebacile u stabilnu europsku ekonomsku sredinu i u sklopu sanacije i privatizacije sistema sve svoje kapacitete preusmjerile na europsko tržište. Cilj je usmjeren na dobru organizaciju unutarnjeg tima koji razumije pravila EU o dampingu i koji je sposoban prikupiti i prezentirati zahtijevane podatke, za odgovarajuću pravnu pomoć domaćih stručnjaka i specijalizirane pravne struke u Bruxellesu, kao i na adekvatnu podršku onih koji mogu utjecati na odlučivanje u Europskoj uniji.

Od trgovine, tehnološke, duhanske industrije te svih ostalih sektora industrije, sve ključne tvrtke bore se lobistima u Bruxellesu. Gotovo sve one imaju urede smještene u neposrednoj blizini tijela EU.

Rastuća konkurencija dugo je moto europske trgovačke politike što uključuje osiguravanje uklanjanja određenih nameta i pravila od javnog interesa.

Financijske korporacije troše preko 120 milijardi eura godišnje i zapošljavaju preko 1700 lobista koji zagovaraju interese banaka, investicijskih fondova i osiguravajućih društava. Mnogi od njih angažirani su nakon velikog financijskog sloma 2008g. kako bi se izbjegla ili oblikovala nova pravila za financijske organizacije koje su sudjelovale u krizi.

Veliki zagađivači – uljne i naftne kompanije, čiji lobisti guraju europsku klimatsku politiku u smjeru trgovanja emisijama, na račun obnovljive energije i mjera energetske učinkovitosti. Određeni su limiti dozvoljenih emisija koji se prilikom prelaska skupo naplaćuju od zagađivača, međutim dolazi do lažnih izvještaja koji emisiju stavljaju u dozvoljene okvire iako je realna puno veća – poznatiji slučaj bio je sa Volkswagenom čija je serija vozila rasprodana iako je pravi rezultat zagađivanja okoliša bio veći od dozvoljenog, fingirana izvješća to su prikrila međutim nakon razotkrivanja Volkswagen je bio primoran povući sva prodana vozila.

Poljoprivredno-prehrambeni sektor se pak posvetio industrijskom modelu proizvodnje i uzgoja, što uključuje intenzivan uzgoj, jedno kulturne nasade, upotrebu teških pesticida, upotrebu umjetnih gnojiva, patentirano sjemenje te genetski modificirane proizvode otporne na bolesti i štetnike koji daju visok urod. Putem trikova, konferencija, zapošljavanja bivših zastupnika i slično nastoje smanjiti poreze i označavanje hrane kao prirodne, uključivanje genetski modificiranih proizvoda u široku potrošnju bez etiketiranja i označavanja, umanjiti značenje korištenja umjetnih gnojiva i pesticida.

Duhanska industrija prisutna je u EU sa svojim lobistima iako to pravila UN-a zabranjuju. Naime jedan od znanstvenih delegata morao je dati ostavku zbog povezanosti sa duhanskim lobijem.

Industrija oružja prisutna je posebice zbog toga što je Bruxelles sjedište i NATO-a, politička klima je nesigurna, povećane su granične kontrole, stabilnost i sigurnost dodatno narušava i rat u Ukrajini koji indirektno utječe na mir i stabilnost u cijeloj regiji obzirom na ruske prijetnje zbog nametnutih sankcija i pomoći Ukrajini. Lobira se za manja ograničenja u vidu toga kome članica EU smije prodati ili poslati oružje obzirom da su dosadašnja

ograničenja bila velika i oštra, međutim korigiraju se upravo zbog slanja pomoći Ukrajini zahvaljujući upravo jakom oružanom lobiju.

3.2. Regulacija lobiranja

Tehnološka industrija iako među novijim na lobističkoj sceni bilježi stalni porast troškova za lobiranje. Njihove glavne teme su uglavnom iz područja zaštite podataka. Tehnološki lobisti nastoje minimizirati ograničenja zaštite podataka svojih korisnika. Među poznatijim tvrtkama koje imaju svoje urede u Bruxellesu su *Yahoo!*, *Facebook*, *Huawei*, *Google*, *Apple*, *Microsoft*, *eBay*...

Tablica 1. Regulacija lobiranja u državama članicama Europske unije

Država članica	Zakonske regulacije	Kodeks ponašanja	Registar transparentnosti
Austrija	<i>Lobbying and Interest Representation Transparency Law iz 2013. godine</i>	Kodeks propisan Zakonom	Obvezni Registar propisan Zakonom
Belgija	/	/	/
Bugarska	/	/	/
Cipar	/	/	/
Češka	/	Samoregulacija udruženja lobista	/
Danska		Samoregulacija udruženja lobista	/(postojao u 2012. godini)
Estonija	/	/	/
Finska	/	Samoregulacija udruženja lobista	/

Francuska	<i>National Assembly Rules of Procedure</i> iz 2013. godine	Kodeks odobren od Nacionalne skupštine (Donji dom Parlamenta)	Dobrovoljni Registar
Grčka	/	/	/
Hrvatska	/	/	Samoregulacija udruženja lobista - dobrovoljni Registar
Irska	<i>Registration of Lobbying Act</i> donesen je 2015. godine	Kodeks predviđen Zakonom	Obvezni Registar predviđen Zakonom
Italija	/	Samoregulacija udruženja lobista	Određena pravila postoje na regionalnoj razini - Toskana ima Registar lobista
Latvija	/	Samoregulacija udruženja lobista	/
Litva	<i>Law on Lobbying Activities</i> iz 2001. godine	Kodeks propisan Zakonom	Obvezni Registar propisan Zakonom
Luksemburg	/	/	/
Mađarska	/ Zakon i obvezni Registar postojao do 2011. godine	/	/
Malta	/	/	/

Nizozemska	<i>Parliamentary Rules of Procedures</i> od 1. srpnja 2012. godine	/	Obvezni Registar svih subjekata koji pristupaju Parlamentu
Njemačka	<i>Bundestag`s Rules of Procedure</i> iz 1951. godine	/	Dobrovoljni Registar pri Parlamentu
Poljska	<i>Act on Legislative and Regulatory Lobbying</i> iz 2006. godine	/	Obvezni Registar propisan Zakonom
Portugal	/	/	/
Rumunjska	/	Samoregulacija udruženja lobista	Samoregulacija udruženja lobista - dobrovoljni Registar
Slovačka	/	/	/
Slovenija	<i>Integrity and Prevention of Corruption Act</i> iz 2010. godine	Samoregulacija udruženja lobista	Obvezni Registar propisan Zakonom
Španjolska	/	Samoregulacija udruženja lobista	/
Švedska	/	Samoregulacija udruženja lobista	/
Ujedinjena Kraljevina	<i>Transparency of Lobbying Act</i> iz 2014 godine	/	Obvezni Register of Consultant Lobbyists

*Izvor: Analiza za uređenje zakonskog okvira lobiranja, Ministarstvo pravosuđa RH, Prosinac 2016.

„Samo šest država članica EU ima propisanu obvezu registriranja lobista u javnom registru: Austrija, Litva, Poljska, Slovenija, Irska i Ujedinjena Kraljevina. Četiri države članice imaju dobrovoljne registre: Francuska, Hrvatska, Njemačka i Rumunjska, s time da su neki na razini parlamenta, a neki na razini udruženja lobista. U određenom broju država vidljiva je tendencija prema samoregulaciji unutar zajednica lobista, kao odgovor na nedostatak zakonodavnog okvira. Najveći broj članica nema nikakav registar lobista“ navodi Analiza za uređenje zakonskog okvira lobiranja.

Tablica 2. Pregled zemalja zapadnog civilizacijskog kruga (osim država članica EU) i njihov odnos prema lobiranju

Australija	1. srpnja 2008. australska vlada uvodi Kodeks ponašanja lobista i uspostavlja Registar lobista. Izvorno formulirana i implementirana u 1980.-ima, lobistička pravila su napuštena 1996.
Island	Nema zakonskih propisa.
Izrael	Propisi doneseni 2008. (<i>Knesset Law</i>)
Japan	Nema zakonskih propisa
Kanada	Na saveznoj razini: propisi i registar od lobističkog Kodeksa /Zakona o lobiranju iz 1989., izmijenjen i nadopunjen 1995., 2003. i 2008. Na pokrajinskoj razini: pravila o lobiranju postoje u 5 pokrajina.
Novi Zeland	Nema zakonskih propisa.
Norveška	Nema zakonskih propisa.
Republika Koreja	Nema zakonskih propisa.
Tajvan	Zakon o lobiranju donesen 8. 8. 2007., stupio na snagu 8. 8. 2008.
Turska	Nema zakonskih propisa.
Sjedinjene Američke Države	Na saveznoj razini: Zakon o lobiranju iz 1946., izmijenjen i dopunjen 1995. i 2007. godine. Na državnoj razini: sve države imaju propise o lobiranju.

*Izvor: Analiza za uređenje zakonskog okvira lobiranja, Ministarstvo pravosuđa RH, Prosinac 2016.

U Poljskoj je lobiranje kao i u RH lobiranje povezivano i izjednačavano sa pojmom mita i korupcije pa je 2005. godine donesen Zakon o lobiranju koji je lobiranje definirao kao profesionalnu i profitnu aktivnost kojoj je svrha utjecati na zakonodavstvo u interesu treće strane. Zakonom je uređeno područje lobiranja, pravila lobiranja, nadzor nad lobističkim aktivnostima, obvezni registar lobista te sankcije u slučaju kršenja zakona.

Litva 2001g. te Mađarska 2006g. donijele su zakone slične poljskom.

Austrija je zakonsku regulativu lobiranja uredila 2013g. zakonom se uređuju pravila lobiranja kao i obavezan upis u registar.

4. LOBIRANJE U HRVATSKOJ

Roso, I. (2017) u radu navodi kako su „Političke neprilike početkom 1990-ih i težnja za neovisnošću doveli su do prvih lobističkih početaka koji su bili fokusirani na međunarodno priznanje Hrvatske putem diplomatskih odnosa i konzularnih predstavništava. RH nije koristila profesionalne lobiste u pregovorima s EU, već timove pregovarača koji su imali zadatak zatvoriti određena poglavlja vezana za pregovore.

Osnovana je zajednička konzultativna radna skupina za takozvane pretpristupne pregovore vezane za parafiranje sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju 2001. godine“, dok 2005. godine počinju pristupni pregovori kako bi se uskladilo hrvatsko zakonodavstvo s pravnom stečevinom Europske unije. Pregovori su okončani 2011. godine zatvaranjem svih 35 pregovaračkih poglavlja.

Do korupcijskih skandala dolazi kad profesionalno zagovaranje interesa zamjeni mito. U tom slučaju više ne postoje lobisti i zakonodavci već kriminalci. Lobisti ne podmićuju zakonodavce već ih argumentima uvjeravaju u ispravnost donošenja željene odluke.

Veliki problem u narušavanju ugleda lobista i lobiranja u RH su mediji koji često korupcijske skandale i afere povezuju sa pojmom lobiranja. Poznatiji slučajevi su *Lex Agrokor* i *Gabrijela Žalac* za vrijeme kojih su sa naslovnica iskakali naslovi koji upućuju na to kako je lobiranje ono što je dovelo do tih skandala. Iako su se nakon takvih članaka objavljivali razni demanti potencirani od strane HDL-a, čitaocima u mislima uglavnom ostaju originalne vijesti koje lobiranje povezuju sa nečim nemoralnim i neetičnim, lošim i nelegalnim. Samim time mišljenje javnosti i lobiranju u RH je uglavnom negativno što se dalo iščitati i iz odgovora nekih saborskih zastupnika u istraživanju. Uglavnom su to zastupnici sa manjim brojem mandata, nezavisni, koji nisu niti upoznati sa pravim značenjem pojma lobiranja, već se povode za medijskim napisima o lobiranju kao nečem lošem i neprihvatljivim.

Lobiranje i korupciju neophodno je razgraničiti. Zbog toga je neophodno odrediti i postaviti jasna pravila kojih se lobisti i zakonodavci moraju pridržavati. Sastanke lobista i zakonodavaca trebalo bi održavati prema protokolu predviđenom za to u budućem zakonu i prema određenim standardima. Sastanci bi trebali bit javno objavljeni, kao i njihova tema, sudionici, argumenti te financijski trošak koji proizlazi iz njih, kako bi se izbjeglo loše etiketiranje bilo lobista, lobiranja ili zakonodavca.

4.1. Zakonodavni okvir lobiranja u RH

Zakonodavni okvir u Republici Hrvatskoj pojednostavljeno je objasnio Roso, I. (2017) „Nositelj zakonodavne vlasti je Hrvatski sabor, dok sudbenu nose sudovi, a izvršnu vlast obavlja Vlada Republike Hrvatske.

Izvršnu vlast obavlja Vlada Republike Hrvatske u skladu s Ustavom i zakonom te u „obavljanju izvršne vlasti Vlada Republike Hrvatske određuje, usmjerava i usklađuje provedbu politika i programa te u tu svrhu predlaže i donosi strategije, daje smjernice, donosi akte te poduzima druge mjere potrebne za uređenje odnosa iz područja svoje nadležnosti. Vlada Republike Hrvatske predlaže Hrvatskom saboru zakone i druge akte te državni proračun i završni račun.“

Predsjednik Republike Hrvatske predstavlja i zastupa Republiku Hrvatsku u zemlji i inozemstvu, brine se za redovito i usklađeno djelovanje te za stabilnost državne vlasti. Predsjednik Republike odgovara za obranu neovisnosti i teritorijalne cjelovitosti Republike Hrvatske. Važno je napomenuti kako su upravo Vlada i Predsjednik ti koji lobiraju zastupajući nacionalne interese u inozemstvu. S druge pak strane, Vlada i predsjednik RH su tijela izvršne vlasti u Hrvatskoj te su kao takvi meta lobističkih aktivnosti.

Hrvatski sabor je nositelj zakonodavne vlasti u RH te ujedno i predstavničko tijelo građana (Ustav RH, čl. 71). Hrvatski sabor sastoji se od najmanje 100, a najviše 151 zastupnika koji se biraju na temelju općeg i jednakog biračkog prava neposredno tajnim glasovanjem (čl. 72.). Zastupnici u Hrvatskom saboru biraju se na tri načina: 1. zastupnici koji se biraju po izbornim jedinicama diljem RH sa stranačkih ili neovisnih lista (140 zastupnika) 2. zastupnici se biraju kao zastupnici nacionalnih manjina (8 zastupnika) 3. zastupnici hrvatskih državljana koji prebivaju izvan RH (maksimalno 3 zastupnika).

Predstavnici Hrvatskog sabora mogu utjecati na konačni izgled zakona i odluka koje donosi Hrvatski sabor, ali se mogu obraćati i Vladi RH putem zastupničkih pitanja te na taj način zastupati interese građana.

Trodioba vlasti podrazumijeva podjelu vlasti između zakonodavne, izvršne i sudbene vlasti. Lobiranje se može odvijati isključivo na relaciji prema instancama izvršne i zakonodavne vlasti, ali ne i prema sudbenoj jer sudbena vlast mora biti potpuno nepristrana te ne smije biti izložena nikakvom pritisku od bilo koje strane.“

4.2. Zakonski okvir o lobiranju

Kao što je opisao zakonodavni okvir Roso, I. (2017) je opisao i zakonski okvir: „Vlada Republike Hrvatske je od 2009. godine počela primjenjivati kodeks savjetovanja sa zainteresiranom javnošću u postupcima donošenja zakona, drugih propisa i akata (Narodne novine 140/09). Prihvaćajući Kodeks, Vlada je istovremeno obvezala Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske da izradi smjernice za primjenu Kodeksa i program sustavne edukacije koordinatora za savjetovanje, koje je bilo potrebno imenovati u tijelima državne uprave i uredima Vlade. Važan korak u unaprjeđenju normativnog okvira za savjetovanja sa zainteresiranom javnošću ostvaren je donošenjem Zakona o pravu na pristup informacijama (Narodne novine 25/2013) u veljači 2013.

U Hrvatskoj lobističke usluge djeluju kroz usluge savjetovanja. Hrvatsko društvo lobista uputilo je nacrt prijedloga Zakona o zagovaranju interesa te zahtjev za stvaranjem transparentnog registra lobista i etičkoga kodeksa za lobiste. Početkom 2009. godine Ministarstvo pravosuđa pozdravilo je i podržalo prijedlog društva te je oformilo i ekspertnu skupinu za daljnji rad, no legislativa je trajno obustavljena iz nepoznatog razloga (Bittonti i Harris, 2017). U navedenom prijedlogu HDL-a definira se zagovaranje javnog interesa, postupak upisa u registar transparentnosti, kaznene odredbe te pravila nadzora nad aktivnostima zagovaranja interesa.“

Zakon o sprječavanju sukoba interesa u RH regulira obveze javnih dužnosnika u obavljanju njihova posla, ali propis koji bi regulirao lobiranje ili ponašanje lobista ne postoji. (Roso, I. 2017)

Kazneni zakon definira pojam mita i korupcije te sankcionira davanje i primanje mita u gospodarskom poslovanju.

U rujnu 2022g. upućeno je priopćenje za javnost zbog osnivanja i imenovanja radne skupine Ministarstva pravosuđa i uprave kojoj je zadaća izraditi nacrt Zakona o lobiranju. Ista je oformljena u lipnju 2021g. međutim pojavila se informacija o sukobu interesa člana skupine koji je imenovan kao predstavnik strukovnog udruženja ali je obavljao i ulogu savjetnika pri ministarstvu. Ministarstvo kao i član skupine odbacuju tvrdnje o postojanju sukoba interesa te se pozivaju na transparentnost i imenovanje predstavnika različitih dionika procesa koji uključuju članove skupine iz akademske zajednice, neovisnih tijela poput Povjerenstva za odlučivanje o sukobu interesa, Povjerenika za informiranje, Državnog odvjetništva, Agencije za zaštitu osobnih podataka, strukovnih udruženja i slično.

Cilj donošenja zakona je po prvi puta urediti sustavno područje lobiranja koje je Vlada prepoznala kao neregulirano područje koje nosi velike korupcijske rizike.

Donošenje zakona izvršteno je u mandatni program Vlade za razdoblje 2020 – 2024g. kao i u strategiju sprečavanja korupcije za period 2021 – 2030g. Nacrt prijedloga Ministarstvo pravosuđa i uprave će uputiti u daljnju proceduru kao predlagatelj, uvažavajući mišljenja radne skupine, nadležnih tijela i zainteresirane javnosti putem postupka savjetovanja sa zainteresiranom javnošću. (Priopćenje za javnost 2022)

U RH lobiranje je siva zona, godišnje se u tom procesu okrene milijarda kuna, odnosno 133 milijuna eura. Zakon treba odrediti jasna i provdiva pravila ponašanja obzirom da je u općem interesu javnosti znati tko, kako i zašto utječe na zakonodavce prilikom donošenja odluka koje utječu na 3,8 milijuna stanovnika RH.

Lobiranje je dio zdrave demokracije međutim kad je netransparentno predstavlja jedan od bitnijih korupcijskih rizika kako u EU, tako i u RH. Iako je nacionalna strategija borbe protiv korupcije već u dva navrata predvidjela donošenje zakona o lobiranju on još uvijek nije izglasan. (dnevnik.hr 2022)

Sama regulacija lobiranja zahtjeva velike promjene u stilu upravljanja kao i spremnost na transparentnost u puno većoj mjeri nego do sada u radu svih tijela vlasti, od onih najnižih općinskih, do gradskih, županijskih, nacionalnih, a na koncu i međunarodnih, kao i organizacija i pojedinaca koji pokušavaju utjecati na procese kreiranja politika, donošenje raznih odluka, pravilnika, uredbi, zakona i slično. Kada bi sustav lobiranja bio zakonski pravilno reguliran ograničile bi se aktivnosti tajnih dogovora između zakonodavca i interesnih skupina.

Iako Vlada kroz Strategije i izjave javno teoretski podupire izradu i provedbu takvog zakona, praksa pokazuje kako im isto nije bitno ili im nije u cilju.

Zemlje iz našeg okruženja koje čak i nisu članice Europske unije poput Crne Gore i Srbije imaju zakone kojima reguliraju područje lobiranja. Iako se te zakonske regulative razlikuju od države do države u suštini sve uređuju pravila ponašanja, pravila lobiranja te sankcije za kršenje odredbi tih zakona.

RH kao punopravna članica EU dugi niz godina još uvijek nema zakonski regulirano lobiranje iako uredno ima svoje lobiste registrirane u Registru transparentnosti EU, makar kao što sam već spomenula lobiranje u RH ne postoji kao djelatnost u NKD klasifikaciji, već se pravne osobe koje obavljaju aktivnost lobiranja uglavnom registriraju kao poslovni savjetnici.

Iskustva okolnih zemalja pokazuju da je zakonska regulativa lobiranja najjači instrument za sprečavanje korupcije i postizanje veće transparentnosti u radu države i njenih institucija. (Damjanović, D. 2012)

Donošenje zakona osnova je za daljnji razvoj i profesionalizaciju lobiranja. Profesionalno lobiranje nespojivo je s korupcijom bilo kojeg oblika. Jedina korist koju dužnosnici imaju iz procesa lobiranja moraju biti kvalitetne i točne informacije, ideje, iskustvo i specijalno znanje lobista o temi koje lobist prenosi na njih kako bi javna politika bila što kvalitetnija.

4.3. Akreditacija i regulacija lobista

Roso, I. (2017) navodi da je: „Akreditacija lobista u Europskoj uniji započela je nakon *Cash for influence* skandala 2011. godine u kojem je britanski novinar *Sunday Timesa*, u razdoblju od osam mjeseci, kontaktirao 60 zastupnika Europskog parlamenta s krajnjim ciljem testiranja njihove etičnosti, predstavljajući se pritom lažno kao lobist.

Registar transparentnosti stupio je na snagu nakon završene istrage koju je pokrenuo Europski parlament. Uslijedio je međuinstitucionalni sporazum, potpisan 11. 5. 2011. u Strasbourgu, između Europske komisije i Europskog parlamenta, kojim se uspostavlja registar transparentnosti za organizacije i samozaposlene osobe angažirane u kreiranju i provedbi politika EU. U Sporazumu se naglašava kako donosioci odluka i same vlasti neminovno direktno i vrlo brzo utječu na društvo – kako na nadnacionalnoj, tako i na nacionalnoj razini s ciljem poticanja građana da se priključe u procese odlučivanja kako bi bilo što transparentnije i otvorenije radi ravnoteže u demokratskom životu Europske unije.“

Profesionalni lobisti su stručnjaci za političke procedure i duboko su upoznati sa procesom donošenja odluka i zakona. Kod tvrtki se omogućava da na zakonit, etičan i argumentiran te jasan i razumljiv način izraze svoje interese prema državi. (dnevnik.hr 2022)

Postojanje zakonske regulative razgraničilo bi prave lobiste od onih koji se nazivaju lobistima, dok zapravo podmićuju zakonodavce, a na isti način podijelili bi se i dužnosnici koji komuniciraju po pravilima i odluke donose u skladu s tim, od onih koji pravila krše te donose odluke i zakone u skladu s primljenim mitom pa bi za to snosili i zakonske posljedice.

Dok god ne postoji registar lobista, dok ne postoje podaci o susretima lobista s dužnosnicima, teško je pratiti stanje i provođenje lobiranja u RH. Lobiranje obavljaju i

odvjetničke tvrtke, agencije za odnose s javnošću, tvrtke za poslovna savjetovanja i slično. Većina njih nisu članovi HDL-a pa samim time nisu niti dužni pridržavati se njihova etičkog kodeksa što dovodi do toga da se ne zna niti koga zastupaju, niti koje interese, niti pred kime, kao niti način na koji to obavljaju i za koju naknadu.

RH bi se trebala ugledati na EU koja ima Registar transparentnosti u kojem lobisti objavljuju podatke o sastancima s dužnosnicima tijela EU sa registriranim lobistima. Baza podataka sadrži informacije i komunikaciju između zastupnika i članova njihovih kabineta sa lobistima, tko je lobist, odakle je, tko su mu klijenti, koje politike prati, za koje politike lobira, s kime se sastaje, kada i zašto te ono što je među važnijim informacijama trošak svega toga.

Takav registar ne zahtjeva preveliko ulaganje niti je veliki trošak već je za njega potrebna prvenstveno politička volja, a svakako bi povećao povjerenje građana u zakonodavce.

U EU Registru velik je broj uglednih lobističkih tvrtki koje dobrovoljno pokazuju što i za koga rade i za koji novac.(dnevnik.hr 2022) Takav registar bi u RH riješio puno dilema, etiketiranja lobiranja kao nečeg lošeg, tvrtki kao davatelja mita i samih dužnosnika kao primatelja mita odnosno kriminalaca.

Lobisti bi trebali biti pod kontrolom neovisnog i nepolitičkog tijela kako bi se osigurala maksimalna uvaženos bitnih interesa, spriječila mogućnost političkog manipuliranja te osigurala zaštita javnog interesa.(Damjanović, D. 2012) Svaki lobist trebao bi biti upisan u obvezni registar kako bi mogao djelovati prema institucijama te imati akreditaciju.

4.4. Hrvatsko društvo lobista

Službene stranice Hrvatskog društva lobista navode da je: „Hrvatsko društvo lobista – udruga za promicanje transparentnog zagovaranja interesa (HDL) prva je strukovna udruga u Republici Hrvatskoj i jugoistočnoj Europi koja okuplja osobe koje se povremeno ili profesionalno bave lobiranjem, kao i one koje se lobiranjem namjeravaju baviti u budućnosti.

Misija HDL-a je promovirati lobiranje kao ozbiljnu, legalnu i legitimnu profesiju te se zalagati za regulaciju lobističkog djelovanja uz poštovanje najviših etičkih standarda. Aktivnosti HDL-a uključuju organizaciju predavanja, seminara, studijskih putovanja i konferencija kojima se želi doprinijeti razvoju profesionalnog lobiranja u Republici Hrvatskoj.“

„Glavni ciljevi HDL-a usmjereni su prvenstveno na lobiranje kao djelatnost, a uključuju regulaciju lobističke djelatnosti u RH – donošenje Zakona o lobiranju, osnivanje obveznog registra lobista pri Hrvatskom saboru i Vladi RH, donošenje jedinstvenog etičkoga kodeksa za lobističku profesiju, promociju lobiranja kao legalne djelatnosti u demokratskom sustavu, edukaciju i usavršavanje novih stručnjaka.“ navodi Roso, I.(2017).

„Etički kodeks Hrvatskoga društva lobista sadrži temeljna pravila ponašanja za djelatnike u lobističkoj profesiji.

Etički kodeks njeguje sedam vrijednosti:

1. Transparentan rad djelovanja koje uključuje navođenje vlastitog imena i imena organizacije ili klijenta kojeg zastupa te da će lobist kao profesionalni predstavnik poduzeti sve korake kako bi osigurao točno i istinito informiranje službenika u tijelima javne vlasti kako ne bi doveo u zabludu bilo koju osobu.
2. Povjerljivost podataka te drugih tajnih dokumenata s kojima raspolaže kako ih ne bi učinio dostupnima trećoj strani koja potencijalno može zlorabiti istoimeni/ad hoc dokument.
3. Upotreba informacija i dokumenta u smislu preuzimanja odgovornosti da će biti korišteni nepristrano, potpuno, točno i objektivno pritom ne navodeći drugu stranu na pogrešno mišljenje ili djelovanje.
4. Izbjegavati sukob interesa na način da će poduzeti sve potrebne mjere kako bi to spriječio.
5. Pri zapošljavanju bivših donosioca odluka unutar tijela javnih vlasti lobist će poduzeti sve mjere kako bi djelovanje bilo u skladu s postojećim zakonskim odredbama.
6. Zadržati financijski integritet;
7. Odgovornost i obveza na ponašanje u skladu s Etičkim kodeksom, tj. u skladu s profesionalnim kriterijima lobističke struke.“ navodi se na stranicama HDL-a.

HDL osnovano je 2008g. i od samog svog početka zagovara donošenje zakona.

Prema mišljenju HDL-a odnosno izjavama i intervjuima njenih članova zakon nije dovoljno samo izglasati već ga treba i provoditi, urediti pravo pristupa informacijama tijela vlasti, sprečavanje sukoba interesa i odredbe kaznenog zakona pri sankcioniranju trgovine utjecajem. Sve to dovelo bi do većeg povjerenja u pravni i politički sustav te

njegove dionike i dužnosnike koji su na vlasti i pišu sudbinu ostalih malih ljudi, a koji je trenutno poljuljan obzirom na niz afera kojima je poljuljan.

Izostanak zakona i regulacije pratećih propisa i zakona vezanih uz njega otvara prostor koji rezultira situacijama u kojima se lobiranje prikazuje kao nešto nemoralno, nelegalno i trgovanje utjecajem, dok se zapravo na taj način prikriva upravo nelegalno i nemoralno ponašanje političkih struktura i donositelja odluka. Kako bi se to spriječilo trebali bi sudjelovati svi, od državnih službenika koji bi trebali javno objavljivati podatke o sastancima sa lobistima, a i sami lobisti bi trebali kroz registraciju svojih aktivnosti, objavu podataka o klijentima, osobama uključenim u proces lobiranja te financijskim sredstvima sudjelovati u provedbi transparentnosti lobiranja.

5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Jedan od ciljeva bio je istražiti poznavanje samog pojma lobiranja od strane poslovnih subjekata u RH, ispitani su stavovi i ostale varijable ispitanika te se sukladno tome koristi istraživanje metodom dubinskog intervjua koje omogućava preglednu i razumljivu prezentaciju dobivenih rezultata. Kao glavni istraživački alat za prikupljanje primarnih podataka korišten je upitnik od 14 pitanja koja su postavljena poslovnim subjektima registriranim za lobiranje.

U drugom pravcu istraživanja provedeno je istraživanje putem metode u vidu ankete kojom se ispitao stav zastupnika Hrvatskog sabora te su obuhvaćeni zastupnici centra, ljevice i desnice.

Kao glavni istraživački alat za prikupljanje primarnih podataka korišten je pisani upitnik od 10 pitanja poslan u Saborsku administraciju kako bi ih oni prosljedili saborskim zastupnicima.

Hipoteze rada su:

1. Lobiranje u Republici Hrvatskoj nije uređeno postojećim zakonima.
2. U Republici Hrvatskoj postoji potreba za uvođenje posebne zakonske regulative lobiranja.

5.1. Koncept istraživačkog upitnika

Istraživački upitnik u prvom pravcu istraživanja koji se odnosi na poslovne subjekte u RH (pitanja za dubinski intervju, prilog 1.) započinje uvodnim dijelom u kojem se navodi tko i zašto provodi istraživanje, koja je svrha i cilj istraživanja, broj intervjuom obuhvaćenih subjekata, razlog odabira subjekta, predviđeno vrijeme ispitivanja, jamstvo anonimnosti te na koji će način odgovori biti upotrijebljeni i zahvalom za sudjelovanje u intervjuu, a nastavlja se nizom pitanja koji daju uvid u demografski, sociološki i ekonomski profil ispitanika.

Upitnik je nadalje koncipiran po skupinama pitanja čiji će rezultati potvrditi odnosno opovrgnuti zadane hipoteze. Pitanja su postavljena na način da pruže podatke o poznavanju i informiranosti o lobiranju te stavove i mišljenja o zakonskoj regulativi lobiranja.

Istraživanje je provedeno putem upitnika u razdoblju siječanj – travanj 2023.

Istraživački upitnik u drugom pravcu istraživanja koji se odnosi na saborske zastupnike Hrvatskog sabora (anketni listić, prilog 2.) započinje uvodnim dijelom u kojem se navodi tko i zašto provodi istraživanje, koja je svrha i cilj istraživanja, broj anketom obuhvaćenih subjekata, razlog odabira subjekta, predviđeno vrijeme za ispunjavanje ankete, jamstvo anonimnosti te na koji će način odgovori biti upotrijebljeni i zahvalom za sudjelovanje u upitniku, a nastavlja se nizom pitanja čiji će rezultati potvrditi odnosno opovrgnuti zadane hipoteze. Pitanja su kombinacija otvorenog i zatvorenog tipa.

Istraživanje je provedeno putem anketnog listića u razdoblju siječanj – travanj 2023.

5.2. Uzorak

U prvom pravcu istraživanja izbor ispitanika je namjeren uzorak sa slučajnim odabirom poslovnog subjekta unutar namjernog uzorka, na način da se uključe poslovni subjekti registrirani za lobiranje. Prema tome iz osnovnog skupa odabran je slučajni uzorak 5 poslovnih objekata kako bi se izbjegla pristranost i postiglo veće raspršenje. Osnovni skup čine svi poslovni subjekti registrirani na području RH registrirani za lobiranje odnosno poslovno savjetovanje/odnose s javnošću i slično obzirom da lobiranje nije uvedeno kao djelatnost prema NKD-u, svih oblika, veličina i tipova.

U drugom pravcu istraživanja rezultati dobiveni upitnikom obuhvaćaju saborske zastupnike. Uzorkovan je 101 zastupnik. Svaki ispitanik kontaktiran je putem saborske administracije. Budući da je nepoželjno je koristiti pismo u obliku obrasca, barem u inicijalnom kontaktu obavljen je telefonski poziv u saborsku administraciju. Potom je upućeno pismo putem službene elektroničke pošte u kojemu je opisan istraživački projekt, njegovi ciljevi, broj krugova istraživanja ili predviđeno vremensko razdoblje trajanja istraživanja, osiguravanje anonimnosti i slično.

6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

6.1. Rezultati dubinskih intervjuja

Dubinski intervju temeljio se na 14 pitanja otvorenog tipa, gdje su svi mogli odgovoriti onako kako su u tom trenutku željeli. Razgovor je u prosjeku trajao oko 20 minuta. Intervju je rađen u 5 poslovnih objekata.

1. *Kako biste općenito ocijenili dosadašnju politiku oko zakonske regulative lobiranja u RH?*

Tijekom razgovora na ovo pitanje je većina odgovorila da bi na skali od 1 do 5 dosadašnju politiku oko zakonske regulative lobiranja u RH ocijenili sa 3, kao jednom od srednjih ocjena jer je još dosta toga potrebno napraviti i uložiti puno truda kako bi se zakonska regulativa uvela kao poseban zakon koji bi jasno definirao sve upitne stavke s kojima se lobisti susreću te kako bi se uveo obvezni registar prema ugledu na EU. Dosadašnja regulativa ograničena je na snalaženje kroz razne zakone koji samo djelomično uređuju to pitanje, odnosno ograničeni su isključivo na suzbijanje mita i korupcije koji se često povezuju s lobiranjem upravo zbog manjka zakonske regulative.

2. *Smatrate li da u RH postoji politička volja za regulaciju lobiranja? Obrazložite odgovor.*

Ispitani subjekti odgovorili su kako postoji djelomična politička volja za regulaciju lobiranja. Ministarstvo pravosuđa i uprave imenovalo je radnu skupinu za izradu nacрта zakona, dok je donošenje zakona uvršteno u mandatni program ove vlade kao i u strategiju sprečavanja korupcije, međutim vidljivo je da se teško nalazi sama politička volja za implementaciju zakona, koji nije dovoljno samo izglasati već ga je potrebno i provoditi. Zbog toga je većina sudionika uz to obrazloženje ponudila odgovor djelomično.

3. *Smatrate li da poslovni subjekti u RH imaju dovoljno saznanja o lobiranju i njegovim prednostima?*

Uglavnom je većina odgovorila da smatra da poslovni subjekti još uvijek imaju djelomična saznanja o lobiranju i njegovim prednostima. Upravo zbog manjka transparentnosti, velikog broja skandala i novinskih natpisa u kojima se lobiranje povezuje i direktno naziva korupcijom. Veoma je mala informiranost o samom lobiranju te njegovim prednostima koje su velike i izuzetne. Veliki dio poslovnih subjekata u vlasništvu je osoba koje nemaju dovoljno znanja o lobiranju kao takvom niti koriste usluge profesionalnih lobista. Imamo i velik broj poslovnih subjekata koji se koriste mitom i korupcijom pri ostvarenju

nekih svojih planova što nije lobiranje već korupcija, osnovna razlika u tome je što se kod lobiranja pružaju činjenice, informacije, analize i podaci koji podupiru donošenje odluke u korist poslovnog subjekta, dok se kod korupcije to odvija po principu da poslovni subjekt pruža određenu financijsku ili poslovnu uslugu kako bi se donijela odluka u njegovu korist što je ne samo nemoralno već i nezakonito. Hrvatska udruga lobista provodi savjetovanja, edukacije, panoe i slično međutim svi ispitanici smatraju kako je za bolju informiranost o lobiranju i njegovim prednostima potrebno napraviti veću medijsku kampanju kako bi se došlo do većeg broja poslovnih subjekata, a što bi uvelike potaknuo bolji stav Vlade i politike prema donošenju zakona i informiranju opće javnosti o lobiranju kao nečem pozitivnom i dobrom te nečem što potiskuje mito i korupciju a ne podržava.

4. *Smatrate li da je poželjno uvesti posebnu zakonsku regulativu lobiranja? Obrazložite.*

Ispitani poslovni subjekti smatraju da je poželjno uvesti posebnu zakonsku regulativu lobiranja jer zakonskim uređenjem lobiranja u najvećoj mjeri se štiti javni interes budući da se povećava javnost rada tijela državne uprave, ojačava integritet i odgovornost lobiranih zastupnika koji vrše javne funkcije i podiže povjerenje građana u proces donošenja odluka, odnosno utvrđivanje pravila u vezi sa obavljanjem lobiranja. Potrebno je uvesti posebnu zakonsku regulativu kao i obvezni registar lobista po ugledu na EU, kojim bi se maksimalno povećala transparentnost lobiranja. Javnosti bi bili dostupni podaci tko je lobirao, koga je lobirao, zašto i sa kojim financijskim sredstvima. Smanjila bi se mogućnost manipulacije, mita i korupcije. Zakonsku regulativu ne treba samo uvesti, već je potrebno i provesti. Zakon bi trebao definirati jasna pravila ponašanja, međutim to iziskuje i velike promjene i spremnost na transparentnost kako svih tijela vlasti, tako i samih lobista koji bi također trebali biti zakonski regulirani na način da objavljuju temeljne podatke, koga zastupaju, pred kim, za što i po kojoj cijeni.

5. *Ocijenite izvedivost i vjerojatnost za željeni, potencijalni (sa aspekta izvedivosti) i očekivani (sa aspekta vjerojatnosti) scenarij uvođenja zakonske regulative lobiranja.*

Uglavnom su izvedivost i vjerojatnost za željeni, potencijalni i očekivani scenarij uvođenja zakonske regulative lobiranja ocjenjeni sa prosječnom ocjenom dobar 3. Iako generalno postoje razlike u samoj praksi lobiranja, njenom uređenju i profesionalnom položaju u različitim zemljama, kao što sasvim sigurno postoje i brojni zajednički elementi na kojima lobiranje počiva. Jedna od konstanti je svakako i neopravdano negativan stav prema lobistima koji je gotovo identičan svuda u svijetu, čemu posebno doprinosi neobjektivno

izvještavanje medija čiji novinari često i ne razumiju samu bit ove aktivnost. Njihovo osobno mišljenje je da bi i sam termin lobista trebao biti prilagođen novonastalim okolnostima iako je sam imidž lobiranja dosta narušen zbog par slučajeva zloupotreba lobističke funkcije koji su medijski veoma dobro popraćeni i u kojima se lobiranje poistovjećuje s korupcijom. Potrebno je mnogo prilagodbi u sustavu transparentnosti i velika volja kako bi se zakon implementirao i sproveo. Iako je u nacionalnu strategiju borbe protiv korupcije uvršten već u dva navrata zakon još uvijek nije izglasan, a obzirom na složenost procesa vjerojatnost da zakon bude donesen u ovom mandatu Sabora i Vlade je mala.

6. Bilanca Vaše tvrtke za prethodnu godinu? Smatrate li da bi se uvođenjem posebnog Zakona o lobiranju ona smanjila ili povećala, objasnite.

O samom iznosu bilance nitko nije govorio obzirom da su svi subjekti uglavnom registrirani za obavljanje više djelatnosti pa samo lobiranje ili poslovno savjetovanje ne čini samo bilancu, već je tu prisutno i niz ostalih djelatnosti koje nisu povezane sa istim. Međutim svi se slažu da bi zakonska regulativa vjerojatno pokrenula pozitivnu medijsku kampanju s ciljem upoznavanja poslovnih subjekata sa lobiranjem, na taj način bi se povećao broj korisnika usluga lobista, a samim time bi porasla i bilanca.

7. Kada se lobiranje može smatrati legitimnim?

Lobiranje je legitimno kada postoje informacije, analize i istraživanja koja podupiru donošenje odluke u korist lobista odnosno onog koga lobist predstavlja. Svaka legitimna lobistička kampanja mora biti usredotočena na postizanje koristi kako za svog klijenta tako i za opću javnost. Dakle iako je cilj dobiti prednost u odnosu na konkurenciju lobiranje kako bi bilo legitimno ne smije ići na štetu opće javnosti.

8. Koji je uobičajeni cilj lobiranja?

Odgovori su sažeti i složeni u kratko kako bi se jasnije prezentirali.

- Ostvariti prihvaćanje stavova za koje lobiramo
- Spriječiti usvajanje odluka koje su potencijalno štetne

9. Koje su ključne vještine potrebne za uspješno lobiranje?

Vještine potrebne za uspješno lobiranje ispitanici su naveli:

- Analitičke vještine;
- Verbalne i neverbalne komunikacijske vještine – uključujući transkulturnu komunikaciju;
- Vještine pregovaranja;
- Socijalna inteligencija;

- Pozicija u društvu
- Ugled

10. Zašto je lobiranje jedan od društvenih fenomena za koji nedostaju dokazi čvrstih empirijskih istraživanja?

Lobiranje je veoma kompleksan pojam koji nema niti čvrstu definiciju, sudionici u procesu lobiranja ne iznose uglavnom svoje aktivnosti javno što uvelike otežava istraživanje. Obzirom na sve to, uključujući i široka tumačenja i vrste lobiranja veoma je teško provesti empirijska istraživanja na tu temu. Kako bi se obavila empirijska istraživanja, onaj tko ih provodi trebao bi imati iskustva u lobiranju kako bi mogao promatrati ili eksperimentirati te na taj način dobiti potrebne informacije za istraživanje.

11. Kako biste definirali ciljeve diplomatskog lobiranja?

Diplomatsko lobiranje je ono lobiranje u kojem zemlja u kojoj lobiramo prihvaća interese naše zemlje. Potrebno je pronaći spojnice u sporazumijevanju, potaknuti zemlju u kojoj lobiramo ili našu zemlju na određene promjene u stavovima oko kojih nisu suglasne, osigurati razumijevanje zemlje u kojoj lobiramo za stavove naše zemlje, te eventualno u našoj zemlji utjecati na vlast da prihvati kompromis.

12. Koje su najvažnije lobističke funkcije za predstavnike tvrtki?

Kod zastupanja tvrtki najvažnije je prikazati je kao pouzdanu, uspješnu i konkurentnu tvrtku koja poštuje načela društvene odgovornosti. Kao predstavnici tvrtke potrebno je ostvariti suradnju i dobru komunikaciju sa vlastima na svim razinama od lokalnih do državnih ukoliko one odlučuju o poziciji tvrtke. Jednako bitno je i izgraditi odnose s medijima i odnose s ostalim tvrtkama u okruženju.

13. Kako biste ocijenili svoje vještine i potencijal za uspješno lobiranje?

Ispitanici su svoje vještine i potencijal ocijenili od dobrih do izvrsnih ovisno o poziciji na kojoj se nalaze te godinama iskustva rada u predmetnom području. Usuglasili su se u tome kako je za uspješnog lobista neophodno i veoma bitno obrazovanje širokog spektra, dobre komunikacijske vještine koje stalno treba usavršavati te dobra povezanost s ljudima na položaju kako bi lakše pristupili zakonodavcu. Najveći potencijal vide u treninzima sa iskusnim mentorima i komunikatorima.

14. Imate li dodatan komentar ili prijedlog koji nije obuhvaćen prethodnim pitanjima?

Uglavnom je odgovor ispitanika bio da nemaju dodatni komentar i da su zadovoljni pitanjima koja su dobili tokom intervjua.

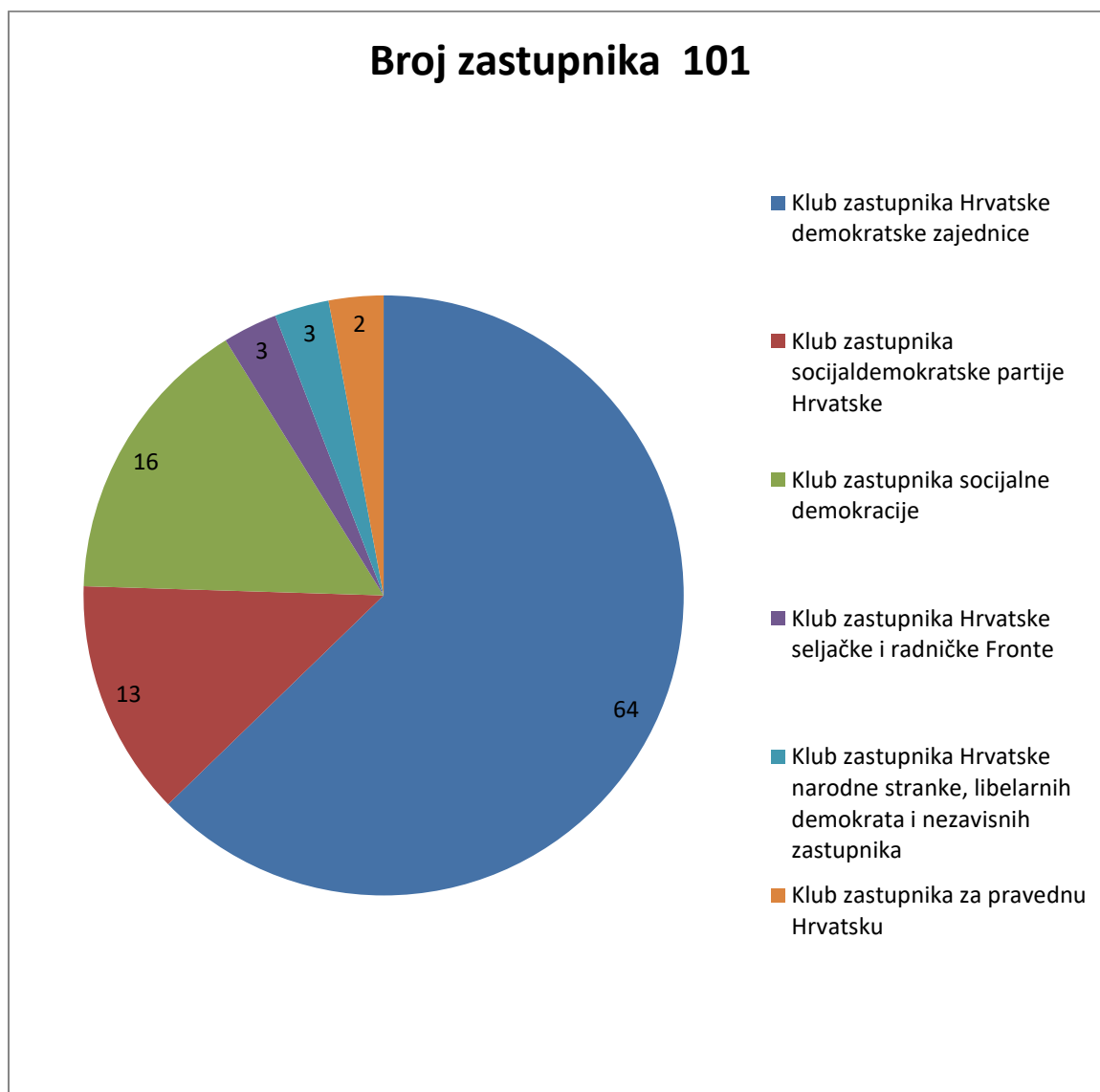
6.2. Rezultati Ankete

Anketni upitnik od 10 pitanja u trajanju od 5 minuta, namijenjen je saborskim zastupnicima u Hrvatskom saboru. Uzorak čini 151 zastupnik. Potrebne odgovore za ovo istraživanje dobila sam od ukupno 101 zastupnika.

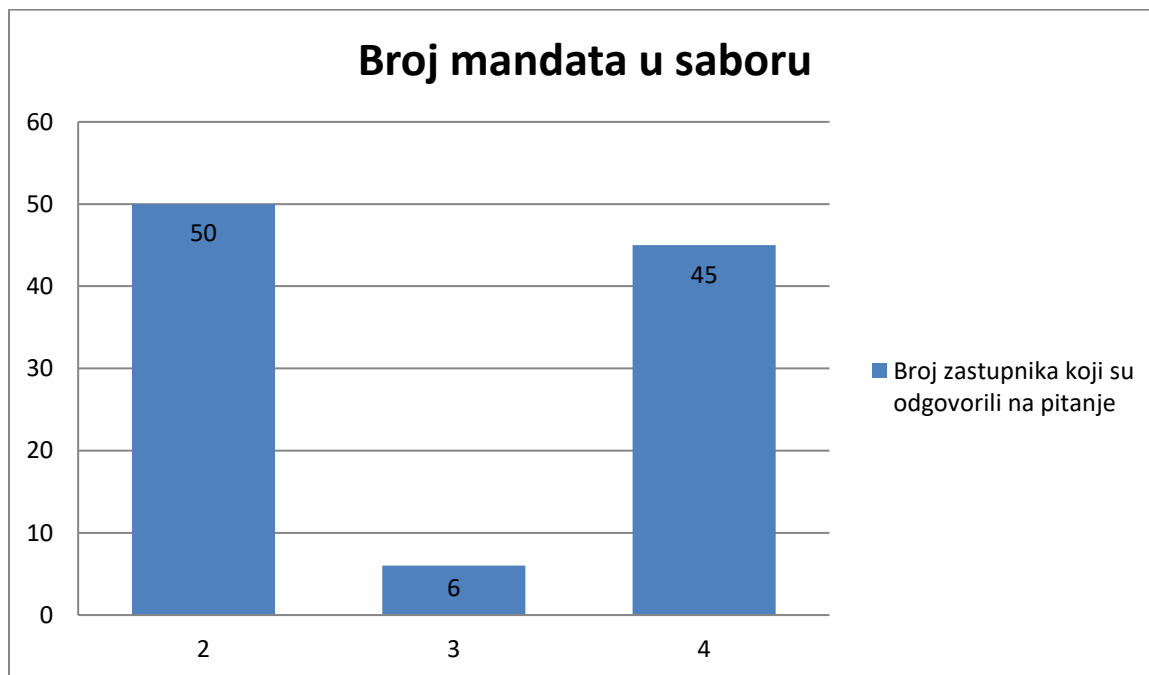
Kontaktirani klubovi u saboru:

- [Klub zastupnika Centra i Građansko-liberalnog saveza](#) - 3 zastupnika;
- [Klub zastupnika Domovinskog pokreta](#) - 7 zastupnika;
- [Klub zastupnika Fokusa, Reformista i nezavisnih zastupnika](#) – 4 zastupnika;
- [Klub zastupnika Hrvatske demokratske zajednice](#) – 64;
- [Klub zastupnika Hrvatske narodne stranke - liberalnih demokrata i nezavisnih zastupnika](#) - 3;
- [Klub zastupnika Hrvatske seljačke stranke i Radničke fronte](#) - 3;
- [Klub zastupnika Hrvatske socijalno-liberalne stranke i nezavisnog zastupnika Vladimira Bileka](#) - 3;
- [Klub zastupnika Hrvatskih suverenista](#) – 4;
- [Klub zastupnika Istarskog demokratskog sabora](#) – 3;
- [Klub zastupnika Mosta](#) – 9;
- [Klub zastupnika nacionalnih manjina](#) – 8;
- [Klub zastupnika Samostalne demokratske srpske stranke](#) – 3;
- [Klub zastupnika Socijaldemokrati](#) – 16;
- [Klub zastupnika Socijaldemokratske partije Hrvatske](#) – 13;
- [Klub zastupnika Za pravednu Hrvatsku](#) – 2;
- [Klub zastupnika zeleno-lijevog bloka](#) – 6;

Grafikon broj 1. Prikaz ukupnog broja zastupnika koji su odgovarali na anketu



Grafikon br. 2. Broj mandata u saboru.



Od ukupno 101 zastupnika koji su odgovarali na anketu, najviše je odgovorilo da im je broj mandata u saboru 2, i to 50 zastupnika, zatim 45 zastupnika je odgovorilo da je 4 mandata u saboru i 6 zastupnika je odgovorilo da ima 3 mandata u saboru.

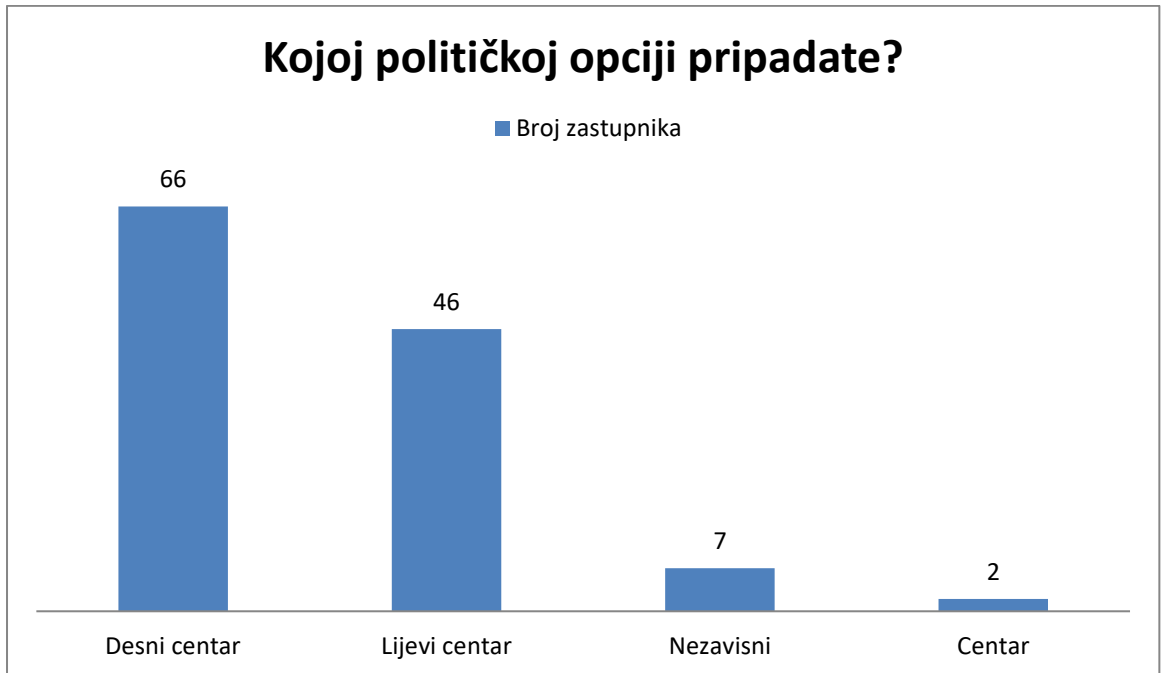
Što se tiče pitanja *Koliko traje mandat zastupnicima u saboru?* Svi zastupnici su odgovorili da mandat traje 4 godine.

Koliko je potrebno glasova kako bi se izglasao neki Zakon, u ovom slučaju Zakon o lobiranju? Svi zastupnici su odgovorili da je najmanje 76 glasa potrebno kako bi se izglasao Zakon o lobiranju.

Što se tiče političke opcije po sabiru to je sljedeće:

- Desni centar – 66
- Lijevi centar – 26
- Nezavisni - 7
- Centar - 2, što je prikazano na grafikonu broj 3.

Grafikon br. 3. Prikaz broja zastupnika po političkoj opciji



Na grafikonu broj 4. prikazan je stav zastupnika o uvođenju zakonske regulative lobiranja, gdje čak 76 zastupnika misli da je neophodno zakonski regulirati lobiranje u Hrvatskoj, a 25 zastupnika smatra da je pitanje vrlo osjetljivo.

Grafikon br. 4. Prikaz političkog stava zastupnika o uvođenju zakonske regulative lobiranja



Na pitanje da li smatraju da je lobiranje dovoljno uređeno kroz postojeće Zakone, svi su odgovorili da niti jedan zakon u Hrvatskoj ne uređuje lobiranje pa se zbog te činjenice lobiranje poistovjećuje s korupcijom.

Grafikon br. 5 Stav o lobiranju pozitivan/negativan



Na grafikonu 5. prikazan je stav zastupnika o lobiranju, koji je većinski pozitivan i to čak 87 zastupnika ima pozitivan stav, dok 14 ima negativan stav o lobiranju. S obzirom da je pitanje bilo sa obrazloženjem zašto je stav pozitivan, a zašto negativan, imam sljedeće obrazloženje:

Pozitivan stav zastupnika – zašto?

Pozitivno mišljenje jer smatraju da su i ostale zemlje članice EU zakonom odredile ovo područje, te bi onda i Hrvatska trebala tako funkcionirati. No, postavlja se pitanje – koja je uloga dužnosnika ali i zaposlenika pojedinih ministarstava ukoliko za suradnju na EU razini trebamo zasebne timove koji će štititi interes naše zemlje. Nije li to dupliciranje administracije u zemlji koja raspolaže golemim administrativnim sustavom.

Neophodno je odrediti pravila igre da se zna tko lobira i za čije interese lobira.

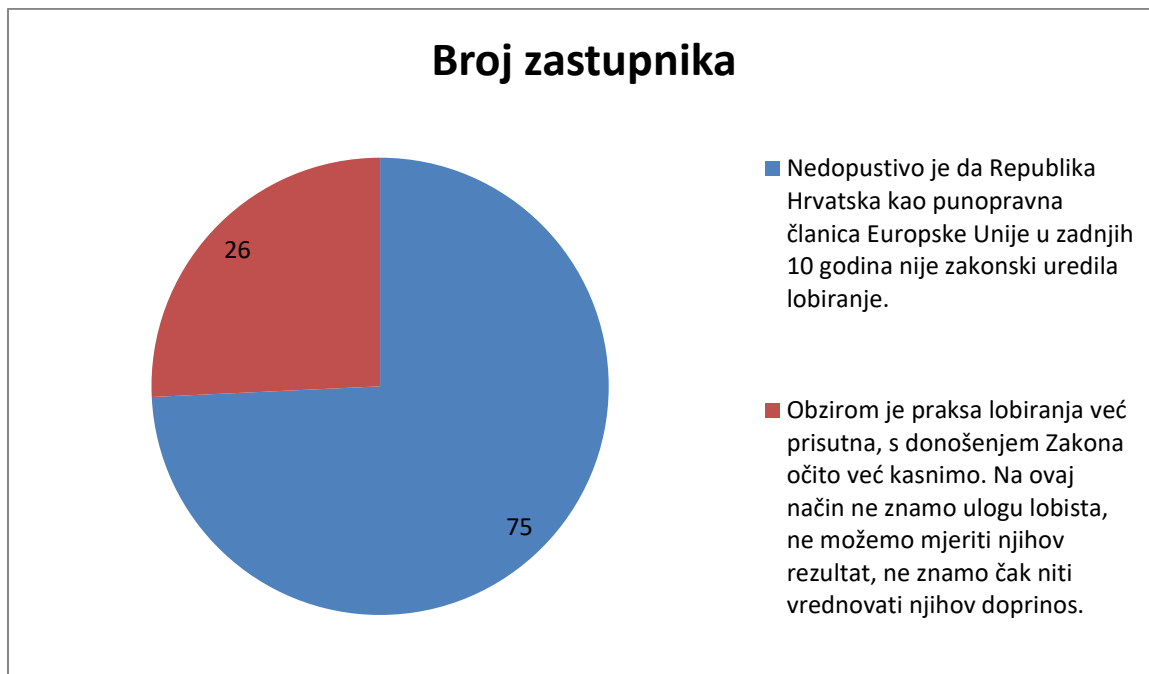
Negativan stav zastupnika – zašto?

Mogli smo uočiti i praksu kojom se i u našim ministarstvima lobira. Iako se to službeno nigdje ne evidentira. Niti se naziva „lobiranjem“. Primjerice unutar Ministarstva poljoprivrede svako malo se događaju sastanci na kojima se recimo uzgajivači tovne junadi na sastancima dogovaraju glede boljih uvjeta proizvodnje i isplata jednokratnih potpora za svoje članove. Najčešće su to uvjeti kojima se dogovora bolji položaj za one koji su sudjelovali na sastancima. Pa tako oni manji, ostaju nezaštićeni ili zakinuti. Slično je s proizvođačima mlijeka, koji nemaju svoje lobiste i nisu prisutni na individualnim sastancima. Proizvođači se žale i na uvozne lobije koji dobivaju priliku direktno pregovarati, čime se iz tržišne utakmice izbacuju domaći proizvođači.

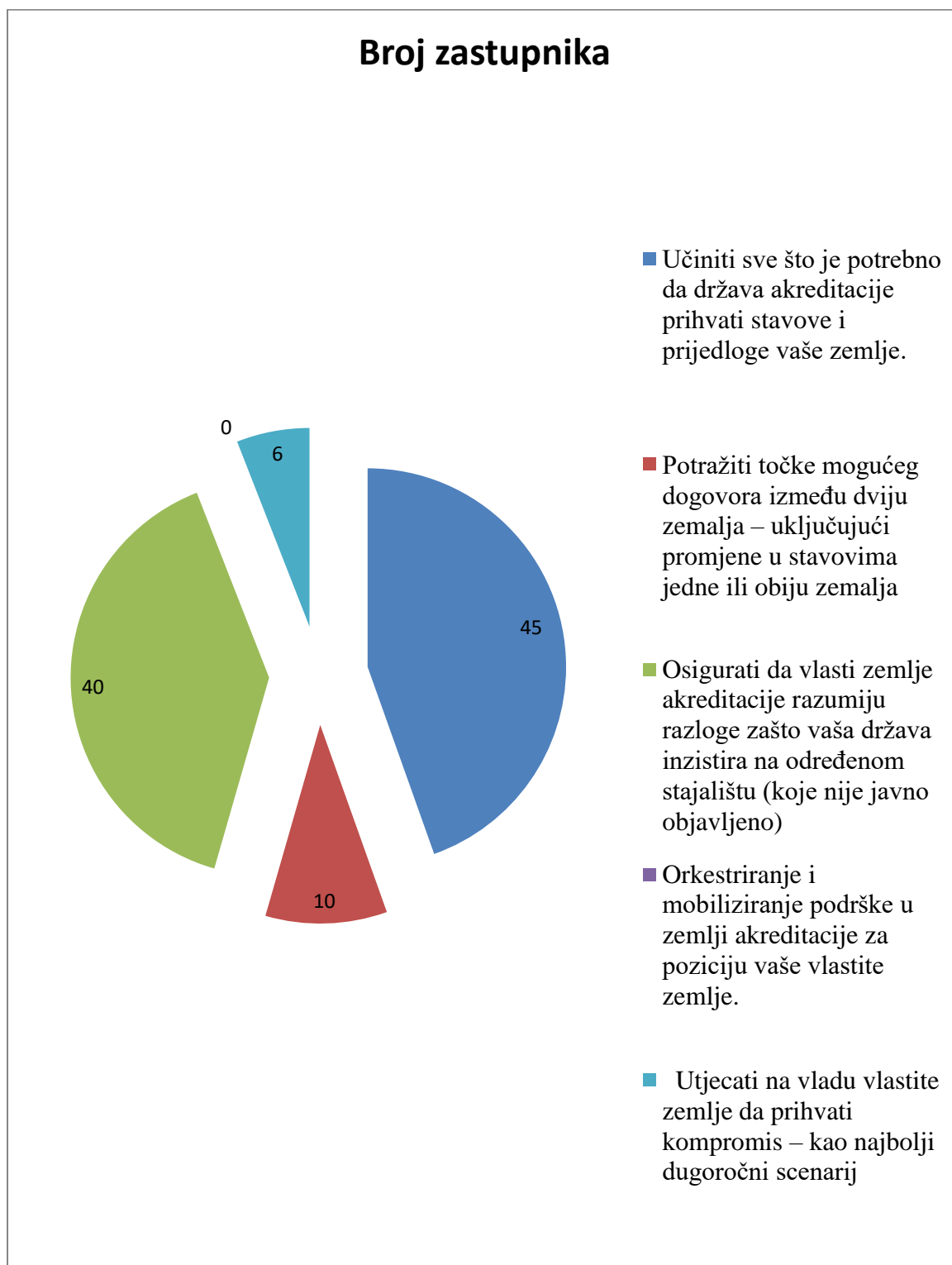
Lobiranje za jednu skupinu uvijek ide na štetu druge, najčešće manje zaštićene skupine. Lobiranje na europskoj razini u korist nacionalnih interesa je posebno pitanje.

Kako Republika Hrvatska ima svoje lobiste u Europskoj Uniji, zastupnicima je postavljeno pitanje da li smatraju da je politički i moralno ispravno slati lobiste u Evropskoj Uniji bez da je njihova profesija zakonski uređena u matičnoj zemlji, gdje sam dobila odgovor da je nedopustivo da Republika Hrvatska kao punopravna članica Europske Unije u zadnjih 10 godina nije zakonski uredila lobiranje i to čak od 75 zastupnika, a od 26 zastupnika smo dobili odgovor da s obzirom je praksa lobiranja već prisutna, s donošenjem Zakona očito već kasnimo. Na ovaj način ne znamo ulogu lobista, ne možemo mjeriti njihov rezultat, ne znamo čak niti vrednovati njihov doprinos. Dobivene odgovore možemo vidjeti u grafikonu br.6.

Grafikon br.6. Prikaz odgovora zastupnika na pitanje da li smatraju da je politički i moralno ispravno slati lobiste u Europsku Uniju bez da je njihova profesija zakonski uređena u matičnoj zemlji?



Grafikon br. 7. Prikaz odgovora zastupnika na pitanje kako biste definirali ciljeve diplomatskog lobiranja



Na grafikonu br. 7. Možemo vidjeti kako zastupnici definiraju ciljeve diplomatskog lobiranja. Najveći broj zastupnika i to 45 je odgovorilo: „*Učiniti sve što je potrebno da država akreditacije prihvati stavove i prijedloge vaše zemlje.*“ 40 zastupnika je odgovorilo: „*Osigurati da vlasti zemlje akreditacije razumiju razloge zašto vaša država inzistira na određenom stajalištu (koje nije javno objavljeno).*“ 10 zastupnika je odgovorilo: „*Potražiti točke mogućeg dogovora između dviju zemalja – uključujući promjene u stavovima jedne ili objiju zemalja.*“ 6 zastupnika je odgovorilo: „*Utjecati na vladu vlastite zemlje da prihvati kompromis – kao najbolji dugoročni scenarij.*“

Na posljednje pitanje :“*Smatrate li da će do kraja 2023.godine radna skupina poslati prijedlog Zakona na raspravu u Hrvatski sabor te da će se Zakon o lobiranju izglasati do kraja 2024.godine?*“, svi zastupnici su odgovorili negativno uz obrazloženje: Hrvatsko društvo lobista je još 2008. godine uputilo poziv Vladi Republike Hrvatske i Hrvatskome saboru da prihvate inicijativu za zakonsku regulaciju lobističke profesije s ciljem definiranja pitanja i odnosa kao što su: što se smatra lobiranjem, tko je lobist, koje lobističke aktivnosti su dozvoljene, uvođenje obveznog registra lobista pri Hrvatskom saboru i Vladi kako bi bili akreditiran i dostupno javnosti kao što je na razini Europske unije. Obzirom su tijekom 2024. godine planirani parlamentarni izbori za novi saziv Sabora, vjerojatnost da će doći do izglasavanja Zakona koji nije već sada na dnevnom redu odnosno u proceduri je vrlo mala.

7. ZAKLJUČAK

Kroz ovaj rad analizirana je definicija, povijest i zakonodavni okvir lobiranja u Republici Hrvatskoj i Europskoj Uniji na temelju dostupne hrvatske i inozemne tiskane i internetski dostupne literature.

Analizirano je stanje lobiranja i njegov zakonodavni okvir u Hrvatskoj u usporedbi sa stanjem i zakonodavnim okvirima u Europskoj Uniji, SAD-u i trećim zemljama.

Provedeno je istraživanje na temelju dubinskih intervjua koje je uključivalo predstavnike tvrtki koje se bave lobiranjem na području Hrvatske, putem čega su istražena djelovanja tvrtki, njihove bilance, ciljevi, mišljenja o političkim stavovima o lobiranju i poželjnost uvođenja zakonske regulative lobiranja.

Provedeno je i anketno istraživanje u Hrvatskom saboru kao zakonodavnoj vlasti u Hrvatskoj putem kojeg je istražen stav sabornika ovisno o njihovom broju mandata, pripadnosti političkim opcijama, poznavanje ciljeva diplomatskog lobiranja te konačni pozitivan ili negativan stav o uvođenju zakonske regulative lobiranja u Hrvatskoj.

Zaključci provedenog istraživanja potvrđuju obje hipoteze istraživane u radu.

Nakon provedenog istraživanja možemo vidjeti da su svi ispitanici odgovorili kako niti jedan zakon u Hrvatskoj ne uređuje lobiranje, što potvrđuje prvu hipotezu rada.

Nakon anketiranja saborskih zastupnika u drugom istraživanju svi ispitanici smatraju da je nedopustivo da Republika Hrvatska kao punopravna članica Europske Unije u zadnjih 10 godina nije zakonski uredila lobiranje, pa je potreba za uvođenjem posebne zakonske regulative lobiranja povećana, čime potvrđujemo drugu hipotezu rada.

8. LITERATURA

- [1] Analiza za uređenje zakonskog okvira lobiranja, Ministarstvo pravosuđa RH, Prosinac 2016.
- [2] Besim, S. (2005.) *Lobiranje kao sastavni dio poslovnog komuniciranja u EU*, Postdiplomski studij FPN, Sarajevo
- [3] Bitonti, A. i Harris, P. (2017). *Lobbying in Europe*. London: Palgrave Macmillan.
- [4] Bojić B.: *Politički marketing i lobiranje*, Banja Luka, 2020.
<https://defendologija-banjaluka.com/files/Politicki%20marketing%20za%20web.pdf> - pristupano 13.04.2023
- [5] Cutlip, S. M., Center, A. H., Broom, G. M. (2000). *Odnosi s javnošću*. Zagreb: Mate d.o.o
- [6] Đurović G.: *Crna Gora i proces evropskih integracija*, Podgorica, 2011.
https://fakulteti.me/wp-content/uploads/2021/08/DJUROVIC_CRNA-GORA-I-PROCES-EVROPSKIH-INTEGRACIJA-DEC-23_2011.pdf - pristupano 10.04.2023
- [7] Golubović, D. : *“Zagovaranje i lobiranje u parlamentu i organima izvršne vlasti: uporedna iskustva i preporuke za Srbiju“*, Beograd, 2009
- [8] Guéguen, D. (2007). *Evropsko lobiranje*. Zagreb: Miropictures
- [9] Laslo, D. (2013). *Lobiranje na primjeru Hrvatskog društva lobista* (Završni rad). Visoka škola za odnose s javnošću i studij medija Kairos, Zagreb.
- [10] Pedler, R. (ed): *European Union Lobbying, Changes in the Arena*, London, Palgrave, 2002, str. 1–10
- [11] Peterlin I.: *Značaj lobiranja u Europskoj uniji*, Anali, godina LIV, br. 2, 2006.
- [12] Ratković J.: *Lobiranje*, LSPR, Beograd, 2006
- [13] Roso I.: *Proces lobiranja u Hrvatskoj na primjeru odabrane lobističke udruge*, Zagreb: Veleučilište VERN, 2017.
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/vern:51/preview> - pristupano 10.04.2023

[14] Sinčić Čorić D., Vuković I.: *Analiza tiskovnih i internetskih objava o lobiranju u Hrvatskoj*, Zagreb, 2011.

<https://hrcak.srce.hr/file/125932> - pristupano 13.04.2023

[15] Vidačak, I. (2007). *Lobiranje: interesne skupine i kanali utjecaja u Europskoj uniji*. Zagreb: Planetopija

[16] Vujić J., Stefanović M.: *Efikasne strategije lobiranja*, Udruženje tužilaca i zamjenika javnih tužilaca Republike Srbije, Beograd 2011.

[17] Vusić K.: *Hrvatsko lobiranje u Europskoj uniji*, Varaždin 2016.

<https://zir.nsk.hr/islandora/object/unin:870/preview> - pristupano 13.04.2023

[18] <https://uprava.gov.hr/ustavno-uredjenje-12707/12707> - pristupano 13.3.2023.

[19] <http://www.sabor.hr/ustav-rh-ustrojstvo-drzavne-vlasti> - pristupano 13.3.2023.

[20] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/lobiranje-u-hrvatskoj-ovo-je-prica-o-ljudima-koji-godisnje-okrenu-oko-milijardu-kuna-15059443> - pristupano 10.04.2023

[21] <http://hdl.hr/wp-content/uploads/2019/05/Objava-vodic-1.pdf> - pristupano 05.04.2023.

[22] <https://www.lobbyfacts.eu/> - pristupano 10.04.2023

[23] <https://www.dw.com/hr/kako-je-praksa-lobiranja-proizvela-korupcijski-skandal-u-bruxellesu/a-64078303> - pristupano 10.04.2023

[24] <https://www.iusinfo.hr/aktualno/u-sredistu/lobiranje-ili-legalizirana-korupcija-12283> - pristupano 10.04.2023

[25] <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/zakon-o-lobiranju-hrvatska-nikako-da-doceka-napokon-bi-ga-trebala-dobiti-do-kraja-godine---704881.html> - pristupano 13.03.2023

[26] <https://www.lobbyists4good.org/what-do-lobbyists-do> - pristupano 13.3.2023.

[27] <https://www.zsemakademija.hr/event/korporativno-lobiranje/> - pristupano 10.04.2023

Popis slika

<i>Slika 1. Elementi uspješnog lobiranja.....</i>	<i>7</i>
<i>Slika 2. Registar transparentnosti EU.....</i>	<i>15</i>

Popis tablica

Tablica 1. Regulacija lobiranja u državama članicama Europske unije.....17

Tablica 2. Pregled zemalja zapadnog civilizacijskog kruga (osim država članica EU) i njihov odnos prema lobiranju.....20

Popis grafikona

<i>Grafikon broj 1. Prikaz ukupnog broja zastupnika koji su odgovarali na anketu.....</i>	<i>38</i>
<i>Grafikon br. 2. Broj mandata u saboru.....</i>	<i>39</i>
<i>Grafikon br. 3. Prikaz broja zastupnika po političkoj opciji.....</i>	<i>40</i>
<i>Grafikon br. 4. Prikaz političkog stava zastupnika o uvođenju zakonske regulative lobiranja.....</i>	<i>40</i>
<i>Grafikon br. 5 Stav o lobiranju pozitivan/negativan.....</i>	<i>41</i>
<i>Grafikon br.6. Prikaz odgovora zastupnika na pitanje da li smatraju da je politički i moralno ispravno slati lobiste u Europsku Uniju bez da je njihova profesija zakonski uređena u matičnoj zemlji?</i>	<i>42</i>
<i>Grafikon br. 7. Prikaz odgovora zastupnika na pitanje kako biste definirali ciljeve diplomatskog lobiranja.....</i>	<i>43</i>

PRILOG 1. Pitanja za dubinski intervju

Poštovani, pitanja u sklopu ovog intervjua se postavljaju u svrhu izrade diplomskog rada na temu „POSTUPCI UVOĐENJA ZAKONSKE REGULATIVE LOBIRANJA“ na diplomskom studiju 'Odnosi s javnostima' Sveučilišta Sjever.

Unaprijed zahvaljujem na uloženom vremenu i trudu!

Pitanja za dubinski intervju

1. Kako biste općenito ocijenili dosadašnju politiku oko zakonske regulative lobiranja u RH?
- 2.. Smatrate li da u RH postoji politička volja za regulaciju lobiranja? Obrazložite odgovor.
3. Smatrate li da poslovni subjekti u RH imaju dovoljno saznanja o lobiranju i njegovim prednostima?
4. Smatrate li da je poželjno uvesti posebnu zakonsku regulativu lobiranja? Obrazložite.
5. Ocijenite izvedivost i vjerojatnost za željeni, potencijalni (sa aspekta izvedivosti) i očekivani (sa aspekta vjerojatnosti) scenarij uvođenja zakonske regulative lobiranja.
6. Bilanca Vaše tvrtke za prethodnu godinu? Smatrate li da bi se uvođenjem posebnog Zakona o lobiranju ona smanjila ili povećala, objasnite.
7. Kada se lobiranje može smatrati legitimnim?
8. Koji je uobičajeni cilj lobiranja?
9. Koje su ključne vještine potrebne za uspješno lobiranje?
10. Zašto je lobiranje jedan od društvenih fenomena za koji nedostaju dokazi čvrstih empirijskih istraživanja?
11. Kako biste definirali ciljeve diplomatskog lobiranja?
12. Koje su najvažnije lobističke funkcije za predstavnike tvrtki?
13. Kako biste ocijenili svoje vještine i potencijal za uspješno lobiranje?
14. Imate li dodatan komentar ili prijedlog koji nije obuhvaćen prethodnim pitanjima?

PRILOG 2. ANKETNI LISTIĆ

Poštovani, pred Vama se nalazi upitnik napravljen u svrhu izrade diplomskog rada na temu „POSTUPCI UVOĐENJA ZAKONSKE REGULATIVE LOBIRANJA“ na diplomskom studiju 'Odnosi s javnostima' Sveučilišta Sjever.

U radu se primjenjuje anketni upitnik sastavljen od 10 pitanja.

Zahvaljujem na suradnji i pomoći.

Pitanje br. 1. Broj mandata u saboru.

Pitanje br. 2. Koliko traje mandat zastupnicima u saboru?

Pitanje br. 3. Koliko je potrebno glasova kako bi se izglasao neki Zakon, u ovom slučaju Zakon o lobiranju?

Pitanje br. 4. Kojoj političkoj opciji pripadate?

Pitanje br. 5. Kakav je politički stav o uvođenju zakonske regulative lobiranja?

Pitanje br. 6. Smatrate li da je lobiranje dovoljno uređeno kroz postojeće Zakone?

Pitanje br. 7. Da li je stav pozitivan ili negativan kada je uvođenje zakonske regulative lobiranja u pitanju, ako je pozitivan - zašto, ako je negativan - zašto?

Pitanje br.8. Republika Hrvatska ima svoje lobiste u Europskoj Uniji, smatrate li da je politički i moralno ispravno slati lobiste u Europsku Uniju bez da je njihova profesija zakonski uređena u matičnoj zemlji?

Pitanje br. 9. Kako biste definirali ciljeve diplomatskog lobiranja?

- a. Učiniti sve što je potrebno da država akreditacije prihvati stavove i prijedloge vaše zemlje.*
- b. Potražiti točke mogućeg dogovora između dviju zemalja – uključujući promjene u stavovima jedne ili obje zemalja.*
- c. Osigurati da vlasti zemlje akreditacije razumiju razloge zašto vaša država inzistira na određenom stajalištu (koje nije javno objavljeno).*
- d. Orkestriranje i mobiliziranje podrške u zemlji akreditacije za poziciju vaše vlastite zemlje.*
- e. Utjecati na vladu vlastite zemlje da prihvati kompromis – kao najbolji dugoročni scenarij.*

Pitanje br. 10. Smatrate li da će do kraja 2023.godine radna skupina poslati prijedlog Zakona na raspravu u Hrvatski sabor te da će se Zakon o lobiranju izglasati do kraja 2024.godine?



IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnog rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, ANA KRISTINA GALETIĆ ŠEGINA (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom POSTUPCI U UVEDENJA ZAKONSKE REGULATIVE LOBIRANJA (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

ANA KRISTINA GALETIĆ ŠEGINA


(vlastoručni potpis)

Sukladno čl. 83. Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.