HANDBOK FÖR LOKALT PÅVERKANSARBETE

Sveriges läkarförbund

Den medicinska professionens organisation

Inledning

Det viktigaste påverkansarbetet för att förbättra våra medlemmars arbetsvillkor och förutsättningar i den kliniska vardagen sker i regionerna. På samma gång är insatserna avgörande för att rekrytera och behålla medlemmar – genom att visa att Läkarförbundet gör skillnad. Handboken syftar till att vara ett stöd i det lokala arbetet med att bilda opinion och påverka beslutsfattare, men den innehåller tips som är användbara för alla förtroendevalda i förbundet.

Den första delen pekar ut vad som är viktigt att tänka på när det handlar om att lägga grunden för påverkansinsatserna. Hur frågor kan avgränsas, vikten av att välja rätt målgrupper och hur budskap kan formuleras är exempel på frågor som tas upp.

Den avslutande delen i handledningen går in på det praktiska påverkansarbetet. Här beskrivs hur regionerna är uppbyggda och exempel ges på vad som är viktigt i kontakten med beslutsfattare och hur opinionsbildning kan användas för att öka chanserna att nå framgång.

Utgångspunkter för att påverka

Avgränsa arbetet till fåtal frågor

Genom att avgränsa antalet frågor ni driver blir det tydligare för beslutsfattarna vad ni vill. En alltför lång lista över förslag, där allt är lika viktigt, innebär att makten att prioritera hamnar hos beslutsfattarna. Dessutom har människor en begränsad kapacitet att ta emot information. Politiker peppras av budskap från alla håll, och den som vill höras igenom bruset måste prioritera hårt.

Samtidigt kan ni kan lägga mer kraft på arbetet om ni koncentrerar resurserna till ett fåtal frågor. För många frågor på bordet gör att insatserna i varje fråga blir begränsade, och möjligheterna att nå resultat försämras.

Ringa in de viktigaste målgrupperna

Att skapa en tydlig bild av vilka de mest centrala målgrupperna är i en fråga underlättar arbetet. I stället för att försöka påverka många olika aktörer eller grupperingar, med olika perspektiv och kunskap, kan insatserna koncentreras till ett mindre antal som har makt i frågan. Det kan exempelvis handla om utvalda tjänstepersoner, ett annat fackförbund eller politiker som tillhör ett visst parti.

Ha konkreta förslag till beslutsfattarna

De flesta regionpolitiker är fritidspolitiker. De har oftast inte tid att läsa in sig på olika frågor eller att formulera politiska lösningar, och efterfrågar färdiga förslag som de kan agera utifrån. Se därför till att ta fram konkreta förslag på vad ni vill att de ska göra. Om politikerna kan visa för sina väljare vad de har satsat på, att det syns i verksamheten, ökar chanserna att de vill prioritera frågan.

Lägg kraft på att beskriva problemet

Om det inte finns något problem finns det inte något behov av lösningar. För att kunna få målgrupperna att prioritera er fråga är det viktigt att presentera en problembeskrivning. Den behöver sätta fingret på hur läkare, patienter eller andra grupper påverkas. Helst ska problembeskrivningen innehålla aktuella siffror som illustrerar problemet.

Kombinera samtal med synlighet i media

Det finns ingen motsättning mellan att bedriva opinionsbildning i en fråga och samtidigt föra dialog med politikerna. Tvärtom bidrar den mediala uppmärksamheten oftast till ett större politiskt intresse. Det som krävs är att utspelen i media är konstruktiva, och inte är onödigt kritiska mot beslutsfattarna. I stället handlar det om att försöka visa att era förslag är ett konkret sätt att förverkliga politikernas mål. Att rikta kritik mot beslutsfattare i media är en sista utväg som enbart ska användas när övriga metoder nått vägs ände.

Ha tålamod och sätt upp delmål

Att åstadkomma förändringar inom vården tar i de allra flesta fall lång tid. Arbeta därför långsiktigt, och försök dela upp era förväntningar på politikerna i delmål. Det är lättare att lyckas om man begär mindre än om man kräver allt på än gång.

Val av prioriterade frågor

Förutsättningarna för att nå resultat skiljer sig åt mellan olika frågor. Detta är en viktig utgångspunkt när en prioritering ska göras. Nedan följer ett par faktorer som påverkar valet av vilka frågor som bör prioriteras särskilt.

Det finns en rad osäkerhetsfaktorer. En förändring som har stark evidens och berör många kan vara svår att få igenom. Omvänt kan en fråga som vilar på svagare grund vara lättare att nå framgång i, och kan därmed ge goda effekter om den genomförs brett.

Det finns kunskap och erfarenhet i organisationen

Att bygga upp kompetens inom nya frågor är resurskrävande. Samtidigt är kunskap och egna underlag inom den fråga som ska drivas avgörande för framgång och för att upprätthålla förbundets trovärdighet.

Frågan befinner sig på rätt plats i den politiska processen

Om en reform nyligen genomförts är utsikterna små att politikerna på nytt aktualiserar frågan. Omvänt är möjligheterna att påverka goda om en fråga befinner sig tidigt i processen, eller om det finns ett starkt tryck från politiker på riksplanet. Ett exempel på det senare är omställningen till god och nära vård.

Är det möjligt att nå framgång?

Vissa frågor är lättare att komma framåt i än andra. För en förening är det viktigt att det kan ske påtagliga framsteg i åtminstone någon av de prioriterade frågorna, så att medlemmar och förtroendevalda känner att något händer. Utöver att prioritera en fråga med potential är också paketeringen av frågan viktig, så att det blir tydligt vad organisationen bidrar till.

Frågan är viktig för medlemmarna och kan skapa engagemang

Det finns stora fördelar med att prioritera en fråga som är lätt att förklara och som är gångbar i media. Ett medialt tryck är avgörande för politisk framgång, men det underlättar också när det handlar om att skapa engagemang inom organisationen. Att genomföra en kampanj för att uppmärksamma att det är svårt att hinna med lunchen kan vara lätt att få med medlemmar på, och det kan samtidigt vara en väg för att kunna lyfta andra arbetsmiljöfrågor.

Handlingsplan – en viktig hjälp i arbetet

Ju bättre förberedelser, desto större är chanserna att få genomslag. Ett sätt att lägga grunden är att ta fram en enkel handlingsplan. Det ger er som ska arbeta tillsammans en gemensam bild av frågan och hur ni ska arbeta med den. Dessutom tvingar det fram nödvändiga avgränsningar och synliggör vilka underlag som behöver tas fram.

En plan bör i korthet innehålla:

En tydlig **problembeskrivning** som med stöd av siffror sätter fingret på ett problem. Det behövs också en **konkret lösning** på problemet. Ni behöver även peka ut vilken **målgrupp** som ska se till att förslaget genomförs. För att underlätta arbetet bör ni också ta fram **budskap och argument** som kan användas i olika sammanhang. Ofta kan det vara klokt att ta fram olika argument som skräddarsys för olika målgrupper.

Planen behöver också innehålla en **kartläggning av frågan** där ni beskriver hur läget ser ut idag, gärna med jämförelser med andra regioner eller hur det sett ut tidigare. På samma sätt behövs det en **kartläggning av de aktörer som har makt i frågan**. Det kan handla om hur olika partier agerat i en fråga tidigare, men det kan också handla om vad andra fackförbund har för åsikter.

För att strategin ska kunna omsättas i handling behöver **aktiviteter** pekas ut, som kan bidra till att ni får gehör för era förslag. Det kan handla om att arrangera möten med politiker, att bjuda in politiker på studiebesök till en klinik eller att genomföra en enkel undersökning.

Vad krävs för att nå framgång i en fråga?

- Koll på de centrala aktörern
- Kännedom om beslut som fattats
- Inblick i tidigare och aktuella utredningar
- Kunskap om andra gruppers behov eller utmaningar
- Egna undersökningar och analyser
- Nätverk för informationsutbyte
- God omvärldsbevakning
- Synlighet i frågorna – att vara en aktör

Att tänka på i kontakten med politiker och andra beslutsfattare

Hjälp politikerna i deras arbete

I stället för att ställa krav, ha som utgångspunkt att ni ska hjälpa politikerna så att de bättre kan nå sina politiska mål. Att bara ställa krav leder oftast inte till resultat. En viktig förutsättning för att kunna visa hur era förslag bidrar till politikens mål är att känna till målen, och inför en ny mandatperiod behöver denna kunskap fyllas på. Vad de olika partierna i regionen tycker framgår av deras politiska program, som i regel finns på deras hemsidor.

Lyft fram patienten och samhällsnyttan

Även om ert bidrag till vården och samhället är tydligt för er är det inte säkert att det är det för regionens politiker. Se därför till att ha som vana att återkommande lyfta fram konkreta exempel på hur ni bidrar, och se till att alltid ge ett patientperspektiv på de frågor ni pratar om.

Betona gemensamma intressen

Lyft fram de gemensamma intressen ni har med politikerna. Prata inte i onödan om åsiktsskillnader eller tidigare uteblivna satsningar, då detta sällan leder framåt.

Träffa ett parti åt gången

Olika partier har olika politiska målsättningar och argumenterar på olika sätt. Försök att skräddarsy budskapen, och träffa om det är möjligt partierna var för sig. Det lägger oftast grunden till mer konstruktiva samtal.

Sätt agendan själva

När beslutsfattarna själva bjuder in och bestämmer dagordningen för ett möte finns alltid en risk att det ni inte får utrymme att säga det ni vill ha sagt, och att andra aktörer bjuds in samtidigt. Försök därför att själva bjuda in till möten där ni sätter dagordningen. En bra ordning kan vara att ni inleder med att presentera ett problem och lösningar, som målgrupperna på mötet sedan får diskutera. En nyligen publicerad debattartikel eller en ny rapport från er ökar i regel intresset för att tacka ja till ett möte.

Ett tydligt budskap – en grundbult i påverkansarbetet

För att ni ska kunna få politiker att prioritera era frågor behöver ni ha en tydlig idé om vad ni vill se ska hända som enkelt kan beskrivas. Tydliga budskap är också avgörande för att kunna kommunicera effektivt i medier och i andra sammanhang.

Budskapet ska kunna rymmas i några korta stycken, men det är oftast lättast att börja med att ta fram ett mer omfattande budskap och därefter plocka ut de starkaste argumenten.

För att nå framgång är det viktigt att budskapen finns med i en så stor del av kommunikationen som möjligt, och att de finns med under lång tid.

Ett budskap behöver innehålla:

En problembeskrivning- som visar på vilket sätt ett behov som inte är uppfyllt påverkar vården och framför allt patienterna negativt. Problembeskrivningen får gärna innehålla siffror som illustrerar problemet, exempelvis förändringar över tid eller jämförelser med andra regioner. Det är viktigt att visa på vilka negativa konsekvenserna som uppstår framöver om problemet inte hanteras. Och omvänt, vilka positiva effekter kan en förändring ge?

Ett tydligt förslag- som är konkret. Politiker eller andra beslutsfattare måste kunna förstå vad ni vill att de ska fatta för beslut. Det är också viktigt att säkerställa att förslaget är rimligt. Om ni exempelvis begär mer resurser, så måste summan vara rimlig i relation till andra utgiftsposter i regionen. Försök att identifiera förslag som kostar så lite som möjligt, som det är lätt för politikerna att säga ja till. Tänk också på att inte låsa er vid en lösning på ett problem. Er målgrupp kan ha andra idéer om lösningar, som i slutändan ger samma resultat.

Rapporter – ett verktyg för att nå fram

Rapporter, utredningar och olika typer av studier används ofta som ett underlag för att påverka och få synlighet i medier. En egen rapport skapar möjlighet att proaktivt kommunicera och inte bara reagera på eller kommentera andras underlag.

Här är några saker att tänka på inför att en rapport ska tas fram.

Bestäm vad rapporten är till för

Rapportens utformning och den metod som används kan vara olika beroende på vem som ska påverkas. Fundera över om den ska generera medieuppmärksamhet, användas i möten med politiker och om den ska belysa ett redan känt faktum eller skapa ny kunskap.

Transparens viktigare än tyngd

Det viktiga för att en rapport ska få gehör hos politiker eller i media är inte att den har forskningstyngd. Nödvändigt är dock att ni är transparenta med hur ni fått fram de slutsatser ni presenterar i rapporten.

Var tydliga med era slutsatser

Om ni tar fram en rapport som syftar till att påverka bör ni vara mycket tydliga med vilka slutsatser ni anser bör dras. Inled rapporten med en sammanfattning som kort redogör för de problem och lösningar som presenteras i rapporten.

Gör det inte onödigt svårt

Var kreativ i designen av er utredning och rapport. Om ni inte har resurser eller möjlighet att genomföra en egen studie, undersök om det finns statistik från myndigheter som kan användas och eventuellt bearbetas. Vården i siffror och Nationell patientenkät är exempel på databaser som kan innehålla användbara siffror.

Nyhetsvärde och budskap kan vara olika saker

Rapporten bör ses som ett verktyg för att ni ska få möjlighet att kommunicera era förslag och budskap. Det innebär att nyhetsvärdet eller det som skapar intresse hos politiker inte behöver vara direkt kopplat till de förslag ni för fram. Exempelvis kan resultat som visar att läkare överväger att byta yrke användas för att kommunicera att arbetsmiljön måste förbättras.

Var tydlig med vem som ska göra vad

Om er rapport lyckas engagera läsaren är det viktigt att denne förses med idéer om hur hen ska agera framåt. Var tydlig med vad respektive målgrupp kan och bör göra i sina roller. Om ni inte pekar ut vem som är ansvarig minska nyhetsvärdet, men också chanserna att nå framgång.

Glöm inte patienterna!

Ju fler en fråga berör desto intressantare blir det för media att rapportera om. På samma sätt ökar politikernas intresse om många påverkas. Omvänt minskar intresset om en liten grupp berörs, och om den lilla gruppen lyfter frågor som bara är viktiga för dem. Se till att de undersökningar och rapporter ni genomför alltid tar upp hur patienter påverkas.

Viktiga målgrupper i regionerna

Regionerna har en stor påverkan på våra medlemmars arbetsvillkor och arbetsliv. Det är i regionerna ramarna sätts för de flesta läkares arbete.

Landets 21 regioner är organiserade på olika sätt. Oavsett hur verksamheterna är uppbyggda finns två viktiga målgrupper att förhålla sig till.

Regionpolitikerna är högst ansvariga och fattar beslut om mål och budget. För att åstadkomma större förändringar är ofta politiska beslut nödvändiga. En fråga som finns på den politiska dagordningen har stora möjligheter att bli verklighet.

Den andra viktiga målgruppen är tjänstepersoner. En förvaltningschef eller en sjukhusdirektör har ofta större makt över vårdens och de anställdas vardag än en politiker har.

Påverkan bör bedrivas mot båda dessa grupper, men helst inte samtidigt. Tjänstepersonerna har svårare att föra uppriktiga och raka samtal när politikerna är närvarande.

Regionfullmäktige

Högsta beslutande i regionerna, här tas budget och ramar för hälso- och sjukvården. Det är i regionfullmäktige debatten mellan partierna i viktiga frågor sker. Däremot är det nästan alltid för sent att ändra besluten inför regionfullmäktige. Alla politiska beslut ska beredas i de andra politiska organen först. Därför är det oftast för sent att arbeta med påverkan när besluten ska upp till fullmäktige. Däremot kan fullmäktigebeslut vara ett viktigt tillfälle att uppmärksamma en viktig fråga.

Regionstyrelsen

Här fattas alla beslut innan de ska till regionfullmäktige. I regionstyrelsen fastslår oftast de politiska partierna hur de ska förhålla sig till en fråga som ska upp i regionfullmäktige. Därför är det viktigt att säkerställa att de har rätt argument och fakta inför dessa beslut.

Hälso- och sjukvårdsnämnd eller beredning

I detta politiska forum fattas såväl ekonomiska beslut som organisatoriska beslut för alla delar av hälso- och sjukvården. Gruppledarna för respektive parti i detta forum är därför centrala i att forma partiernas hälso- och sjukvårdspolitik. Detta är viktiga forum att påverka.

Personalutskott/nämnd/beredning

Det är dessa politiker som formar politiken kring lön, utbildningstjänster, kollektivavtal, med mera. De är därför centrala för påverkan på dessa områden

Styrelse för sjukhus

Vissa regioner har en separat styrelse för exempelvis sjukhus eller primärvård. Deras betydelse för utformningen av politiken varierar men är viktiga för organisatoriska förutsättningar. I det fall de är opolitiska är det oftare viktigare att fokusera på hälso- och sjukvårdspolitikerna samt sjukhusledningen.

Utskott/beredningar

Exempelvis för primärvård eller folkhälsa. Många regioner har olika beredningar och utskott som hanterar delar av hälso- och sjukvårdsfrågorna. Dessa kan vara bra för att få upp en fråga tidigt på bordet men där sitter sällan tungviktarna i politiken och de har sällan mandat att fatta beslut utan bereder ärenden uppåt.

Tjänstepersoner

Tjänstepersonerna har mycket stor makt över vad politiken ska fatta beslut om. Majoriteten av de politiska besluten initieras av tjänstemannaorganisationen. Också viktiga för att få och ge information.

Att förhålla sig till det parlamentariska läget

Vilka målgrupper som är viktigast att påverka och vilka forum som bör prioriteras avgörs av vilka frågor föreningen prioriterar, och hur den egna regionen är uppbyggd. Det spelar också roll hur den parlamentariska situationen ser ut. Om det är flera mindre partier som styr, eller om är det ett fåtal stora partier som dominerar, påverkar vilka som är viktigast att nå.

I början och i mitten av en mandatperiod är det viktigast att vända sig till den styrande majoriteten för att få genomslag för sina åsikter. När det däremot närmare sig val är det viktigt att ha dialog med alla partier, särskilt om ett maktskifte ser ut att bli aktuellt. Här behöver en analys genomföras av hur förutsättningarna ser ut i den egna regionen.

Den politiska majoriteten

Det största partiet i den styrande majoriteten har ett större övergripande ansvar. Styrning och ekonomiska frågor ligger nästan alltid under regionstyrelsens ordförande. Därför är det största partiet viktigast att påverka i stora beslut. Samtidigt kan ofta vara svårast.

De mindre partierna i en koalition kan vara öppnare för att ta in andra frågor och perspektiv. Det kan vara viktigt att bygga relationer med enskilda personer i de mindre partierna som ni tror kan driva er sakfråga.

Oppositionen

Oppositionens förslag går nästan aldrig igenom. Däremot kan oppositionen ha en viktig roll i att skapa tryck i en sakfråga och få den att debatteras. Det ökar chansen att den styrande koalitionen ökar takten eller agerar inom det området för att avvärja kritiken. Tänk också på att oppositionen kan ingå i en framtida majoritet.

Oppositionen har tre huvudsakliga verktyg:

1. Motioner (politiska förslag till regionfullmäktige).
2. Interpellationer/frågor (ställs till styrande regionråd).
3. Skrivelser i nämnd/styrelse (frågor/förslag)

Ett bra sätt att påverka är att uppmana politikerna att använda verktygen. Ännu bättre är att ge dem material för att skriva ihop underlagen, eller rent av ge dem färdiga förslag.

Budgetprocessen är politikens nervsystem

Det är i budgeten som ramarna för kommande år finns. Större förändringar kräver ofta att det också finns i budgeten. Även förändringar så som målsättningar och utveckling av vården finns i budget.

Budgetprocessen ser olika ut i olika regioner. På regionernas webbplatser finns detaljerad information om hur den är upplagd, och när beslut fattas.

Gemensamt för alla regioner är att budgetprocessen är den viktigaste politiska processen. Den pågår i princip konstant. I början på året inleds arbetet för att få fram en budget för nästkommande år. I de flesta regioner tas övergripande mål för politiken fram i samband med, och i samma dokument som, de ekonomiska ramarna för de kommande åren. Budgeten är ofta mer detaljerad för det närmast kommande året, men anger också en inriktning för de efterföljande två till tre åren. Alla dessa delar går att påverka.

Anpassa dina argument under budgetprocessens gång

Om era förslag påverkar budgeten så mycket att den ansvariga politiska nämnden inte klarar av att genomföra politiken inom ramen för deras budget måste ni påverka den regionövergripande budgeten. Då måste ni vara ute i mycket god tid.

Vill ni påverka budgeten 2028 behöver ni redan i slutet av 2026 förse era målgrupper med argument och underlag. Är ni så tidigt ute kan ni ha en ganska bred målgrupp, ni kan vända er till hela partier eller alla i ett partis kommunfullmäktigegrupp.

När ramarna för den övergripande budgeten är satta ska nämnderna utveckla mer konkreta budgetförslag. Det finns fortfarande god möjlighet att påverka nämndernas interna prioriteringar, men det är i regel för sent att öka hela nämndens budget.

Löpande kontakter viktigt för att få information

Ett ärende blir ofta offentligt först när det behandlas på ett arbetsutskott, eller när handlingar publiceras inför nämnd- och styrelsemöten. Då är frågan ofta redan förhandlad mellan majoritetspartiernas företrädare. Om ni vill påverka behöver ni alltså föra fram era argument redan innan ärenden hamnar på en dagordning. För att lyckas med detta är det viktigt att ni löpande träffar politiker och tjänstemän.

När ett val närmar sig

Ungefär ett år innan ett val börjar partierna forma sina valplattformar. De innehåller ett brett spektrum av förslag som partierna vill genomföra om de får makten. För att få ett parti att prioritera en fråga är det viktigt att den kan kommuniceras till väljarna, och att den innebär förbättringar för stora grupper. Därför är det viktigt att visa att de frågor ni vill att de prioriterar berör många och engagerar människor. Om ett förslag ligger långt ifrån allmänintresset kan den läggas åt sidan i möten med partier inför valet.

Exempel på aktiviteter under ett valår

1. Möte med majoritet respektive opposition i hälso- och sjukvårdsnämnden
2. Skriv en debattartikel tillsammans med annat förbund eller pensionärs /patientorganisation om vårdplatsbristen eller vikten av listning på en egen vald fast läkare.
3. Ta fram en lista med förslag på lösningar till politikerna som ni både kan använda i media och i möten med regionen.

Tips om att skriva debattartiklar

Tyck något
Innan ni börjar skriva behöver ni bestämma er för vad ni tycker och vad ni vill. Ju mer konkret och tydligt, desto mer läsvärd blir artikeln. För att göra artikeln intressant, och för att skapa en tydlig disposition, behöver ni presentera ett påtagligt problem, ett tydligt lösningsförslag och dessutom adressera någon som bör agera.

Tänk på nyhetsvärdet
Koppla er fråga till dagsaktuella händelser. Till exempel lämpar det sig särskilt bra att skriva om bemanning och läkarbrist under sommarsemestern. Inled gärna med orden ”Idag” eller ”Just nu”. Använd också siffror och statistik, gärna färsk som inte tidigare har kommunicerats.

Sammanfatta först
Första stycket bör vara en sammanfattning av artikeln i övrigt. Stycket bör innehålla en kort problembeskrivning som gärna får vara illustrerad med siffror, en tydlig uppmaning där ni direktadresserar den som är ansvarig och en koppling till något dagsaktuellt.

Använd ett enkelt språk
Undvik att använda fackuttryck och se till att skriva på ett enkelt sätt. Att använda sig av begrepp som ”storebrorssamhälle”, ”sjumilakliv”, ”gör sig själva en björntjänst” och liknande, kan göra en svår fråga mer lättbegriplig och därmed kan ni nå fram till fler med ert budskap.

Lyft fram allmänintresset – patienten
Var noggrann med att visa hur det problem ni beskriver påverkar vården och framför allt patienterna. Ju fler en fråga berör desto bättre.

Gå till angrepp
Även om ni inte i onödan vill göra dig ovän med den ni vill påverka måste ni vara tydliga med vem som är ansvarig för en fråga. Om det inte finns någon mottagare av ert budskap blir det otydligt. Om ni kan namnge den regionpolitiker som är ansvarig så ökar dessutom chansen att han eller hon läser din artikel.

Skapa oväntad allians
Att signera en artikel med någon annan kan göra den mer intressant, samtidigt som det signalerar en form av allmänintresse. Inspireras av miljörörelsen som undertecknar med fordonsindustrin, fackförbundet som gör det med arbetsgivaren och ungdomsorganisationen som skriver under med pensionärsorganisationen.

Få redaktören att nappa
Skicka över artikeln med e-post, och sammanfatta mycket kort vad artikeln handlar om. Är det en debattsida i en viktig tidning kanske ni kan erbjuda debattredaktören exklusivitet.

Följ upp
När artikeln publicerats kanske ni kan finna en branschrelaterad vinkel och skicka den till fackpress? Samma morgon som artikeln publiceras kan du skicka ut ett pressmeddelande som sammanfattar nyheten. Glöm inte bort att skicka artikeln till den du adresserar i artikeln. Kanske med ett kompletterande förslag om ett möte för att diskutera saken?

På Läkarförbundets webbplats finner ni underlag och rapporter i en lång rad olika frågor, som kan vara till hjälp i det lokala påverkansarbetet.

HANDBOK FÖR LOKALT PÅVERKANSARBETE

Sveriges läkarförbund

Den medicinska professionens organisation

Sveriges läkarförbund
Box 5610
114 86 Stockholm
08-790 33 00
info@slf.se
www.lakarforbundet.se