



ПРОФСОЮЗ ДЛЯ «ЧАЙНИКОВ»



Международная федерация металлостов

Москва, 2009



ПРОФСОЮЗ ДЛЯ «ЧАЙНИКОВ». Пособие для создающих и вступающих в профсоюз работников автомобилестроения и других отраслей. – М.: МФМ – 2009. – 52с.

Профсоюз – это объединение работников, где они сами принимают решения, выполняют их и несут за них ответственность. В основе профсоюза – наше понимание, что никто другой не будет решать наши проблемы, наши идеи, наша активность и работа каждого – а еще наша сплоченность и солидарность друг с другом, потому что у нас общие цели, придти к которым можно только сообща.

Составители: Маша КУРЗИНА, Андрей ЛЯПИН

Дизайн и верстка: Маша КУРЗИНА

Пособие подготовлено и издано Региональным офисом Международной федерации металлистов в СНГ при поддержке Международной федерации металлистов в рамках программы содействия развитию профсоюзных организаций работников автомобильной промышленности России.

ПРОФСОЮЗ ДЛЯ «ЧАЙНИКОВ»

*Пособие для создающих и вступающих в профсоюз
работников автомобилестроения и других отраслей*

Международная федерация металлистов

Москва, 2009

www.imfmetal.org



Профсоюз: почему?	3
С чего начинать?	5
Создание профсоюза — что говорит закон?	12
Что дальше?	22
Информационная работа профсоюза	30
«Прививка» от работодателя	39
Заключение	46
Где узнать больше?	48

Рано или поздно каждый из нас сталкивается с проблемами или с несправедливостью на рабочем месте. Число нарушений, фиксируемых государственными органами по надзору и контролю за ситуацией в сфере труда, огромно, еще большее их число остается неизвестным. Чаще всего мы терпим их, хотя и ворчим про себя. Но однажды возникает желание изменить ситуацию, дать отпор, добиться улучшения – уважительного отношения, лучших условий труда, более высокой зарплаты. Но как это сделать?

Работник всегда был и остается более слабой стороной трудового конфликта: власть на предприятии – в руках работодателя, собственника. Однако никакая собственность не будет приносить доход, пока к ней не будут приложены человеческие руки, труд. Без них сырье не превратится в готовое изделие, не вырастут дома, не пойдет транспорт. И здесь работодатель уязвим, зависит от работников. Но только не от каждого из нас в отдельности, а именно от всего трудового коллектива.

Использовать эту силу можно, только объединившись, выдвинув коллективные требования и отстаивая их сообща. Фактически это и значит – создать профсоюз.

Профсоюз – это объединение работников, где они сами принимают решения, выполняют их и несут за них ответственность. В основе профсоюза – наше понимание, что никто другой не будет решать наши проблемы, наши идеи, наша активность и работа каждого – а еще наша сплоченность и солидарность друг с другом, потому что у нас общие цели, придти к которым можно только сообща.

Впрочем, объединение даже небольшого коллектива – не такая простая задача, как может показаться. Но, как известно, самый длинный путь начинается с первого шага. Это пособие – не готовый рецепт создания профсоюзной организации. Такого просто не существует! Это сборник рекомендаций, главная задача которого – подсказать, в каком направлении сделать тот самый первый шаг.

Удачи!

ОРГАНАЙЗИНГ

Часто вместо слов «строительство профсоюза» или «привлечение работников в профсоюз» используют английское «органайзинг» (organizing). Дословно это можно перевести примерно как «организовывание».

На самом деле «органайзинг» — это не просто процесс привлечения новых членов, а скорее определенная философия, суть которой в том, что профсоюзу необходимо не только постоянно расширять свои ряды, но и на ежедневной основе включать максимальное число своих членов в принятие важных решений и поточную (ежедневную, рутинную) работу. Т.е. оставаться объединением борющихся единомышленников, инструментом самостоятельного решения проблем, а не превращаться «сервисную организацию», предоставляющую гарантированное обслуживание по защите трудовых прав при условии уплаты членских взносов и не требующую от самого работника никакой активности и самостоятельности.

Разумеется, «органайзинг» означает определенный особый подход к работе, руководству и использованию ресурсов профсоюза, о котором мы и будем говорить в этом пособии, поскольку речь идет как раз об объединении и развитии организации работников, которую они создают, чтобы самостоятельно защитить свои права.

ЗНАЙ СВОЕ ПРАВО!

Работники и профсоюзы имеют широкие права, закрепленные в целом ряде документов — от международных договоров до законов субъектов РФ. Самыми важными из них являются:

- Конвенции Международной организации труда 87 и 98 (см. www.ilo.ru)
- Трудовой кодекс РФ (см. www.trkodeks.ru)
- Закон «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности» (см. www.ksoft.ru/profsouz.htm)

Обязательно ознакомьтесь с этими документами — они станут для вас существенным подспорьем в работе!

Со всеми законами и нормативными актами РФ также можно ознакомиться на сайте «Российской газеты»: www.rg.ru/documents.html и www.rg.ru/biblio.

СБОР ИНФОРМАЦИИ

С какой же стороны подступиться к такой задаче, как создание профсоюза? Прежде, чем ввязаться в бой, стоит провести разведку. От того, насколько полную и правдивую информацию вы сможете собрать до начала активных действий, в будущем может зависеть успех всего дела. Но какую именно информацию искать?

- Прежде всего — самые общие сведения об отрасли: основные факты, тенденции развития, имеющиеся проблемы. Такую информацию можно найти в бизнес-изданиях или в интернете.
- Разумеется, необходимо собрать подробный материал о коммерческой деятельности конкретного работодателя:
 - хорошо ли расходуется продукция предприятия?
 - насколько стабильно производство, расширяется ли оно?
 - какова прибыль предприятия, растет она или сокращается?
 - идет ли на предприятии найм новых работников или сокращение персонала?
 - кто владеет компанией?
 - кто управляет компанией?
 - кто является клиентом или покупателем продукции компании?
 - насколько велики запасы готовой продукции?
 - насколько сильна конкуренция в данном сегменте рынка?
 - если предприятие является поставщиком или структурным подразделением, то насколько велика его роль, может ли производство быть перенесено на другие мощности?
- Не менее важна и социальная роль компании:
 - какую роль предприятие и (или) его собственники играют в жизни общества? Например, является ли предприятие градообразующим, социально значимым, как влияет на экологию региона?
 - не является ли собственник руководителем или участником общественного движения или благотворительной инициативы, депутатом местного органа власти?
 - какой имидж пытается создать компания, насколько важно для работодателя выглядеть «социально ответственным», какие шаги предпринимаются в этом направлении?

Эта и другая подобная информация может пригодиться, если потребуется оказать давление на работодателя.

- Стоит собрать подробную информацию об истории развития предприятия, а также составить подробное описание его «географического» расположения: в какой местности оно расположено, насколько транспортно доступно, где расположен офис работодателя (возможно, он находится за пределами предприятия) и т.д.
- Вам также пригодится демографическая и статистическая информация о работниках предприятия (в идеале было бы неплохо собрать сходные данные о работниках отрасли и региона в целом):
 - сколько человек занято на предприятии?
 - как они распределены между отдельными подразделениями?
 - сколько среди них мужчин и женщин?
 - каков их возраст (по группам, например 18–25, 26–35, 36–50, 51–60 лет)?
 - каков уровень образования работников, есть ли специальные требования к уровню квалификации при поступлении на предприятие?
- Отдельная группа вопросов связана с условиями труда:
 - заключаются ли с работниками постоянные или временные контракты, есть ли испытательный срок?
 - каков уровень и структура оплаты труда (есть ли премии, надбавки, насколько большая доля заработка приходится на сверхурочные и т.д.)?
 - каковы графики работы?
 - могут ли работники перемещаться между подразделениями (цехами, отделами) или их передвижение по предприятию ограничено?
 - как обстоит дело с охраной труда?
 - существует ли на предприятии система дисциплинарных взысканий, и какова она?
 - чем довольны и чем недовольны работники? и т.д.
- Наконец, стоит узнать, есть ли у предприятия или компании «профсоюзная история»:
 - были ли на предприятии попытки создания профсоюза или выступления работников, с чем они были связаны и чем окончились?
 - каково отношение работников к идее создания профсоюза?
 - каково отношение собственника и менеджмента к профсоюзам?
 - действуют ли профсоюзы в других подразделениях компании?

ВЕДЕНИЕ ЗАПИСЕЙ И ДОКУМЕНТОВ

Одна из главных забот при строительстве профсоюза — ведение записей и документов. Может показаться странным, что мы говорим о «бумажках» прежде, чем о многом другом. Однако документирование остается одной из основ профсоюзной работы. Без хороших записей невозможно принять правильные решения и выработать тактику, защитить членов профсоюза и отстаивать их права — и права организации. Поэтому с самого первого дня необходимо собирать и обновлять следующую информацию:

- Лист с именами и адресами. Наличие списка имен и адресов работников и, прежде всего, членов профсоюза, является одним из главных инструментов в работе организатора. Пополнять такой список необходимо из всех возможных источников.
- Карточки работников. Лучше всего завести отдельную карточку на каждого работника, куда вносить результаты всех бесед, важную информацию о его семейном положении, о тех проблемах, с которыми он сталкивается. Это пригодится при повторном общении — многие детали невозможно удержать в памяти.
- Протоколы собраний являются не только подспорьем в работе, но и требованием законодательства. Правильно оформляйте и храните их.
- Ведомости уплаты членских взносов являются документами финансовой отчетности и, наравне с протоколами, важным доказательством существования профсоюза. Ведите их даже после того, как организуете перечисление профсоюзных взносов через бухгалтерию.

NB

КАРТА РАБОЧЕГО МЕСТА

Необходимым для работы по созданию профсоюза инструментом является т.н. «карта рабочего места» — схема предприятия, отражающая не только его топографические особенности, но и расположение различных групп работников. Кто работает в каждом подразделении? Каково их отношение к профсоюзу? Есть ли здесь лидер? Где есть возможность для общения работников, а где они находятся в изоляции? С кем из работников вы говорили или не говорили о профсоюзе?

Для обозначения можно использовать цветные точки, цифры или флажки или любые другие знаки. Главное, чтобы ваша «карта» была понятной, и вы легко могли вносить в нее изменения.

Дайте всем работникам оценки, например, по пятибалльной шкале: 5 — активист профсоюза, 4 — сторонник профсоюза, 3 — «середняк», колеблющийся, 2 — настроен против профсоюза, 1 — сторонник администрации, готовый к действиям против организации. Проводя повторные беседы с работниками, следите за изменением «температуры» на предприятии.

«Карта рабочего места» — это одновременно и банк данных о работниках и членах профсоюза, и наглядное «пособие», позволяющее сходу увидеть сильные и слабые места организации, продумывать план действий. Изменения — или, наоборот, отсутствие изменений — на «карте» будет отражать достигнутый вами прогресс, позволит выявлять возможные причины неудач и находить пути преодоления трудностей.

КОМАНДА

Строительство профсоюза — это большая работа, и ее размер будет нарастать вместе с развитием организации. Поэтому одна из самых первых задач, которые нужно решить — подобрать команду активистов, инициативную группу тех, кто, как и вы, заинтересован в создании профсоюза. Разумеется, состав этой команды будет претерпевать множество изменений — кто-то присоединится к вам, кто-то уйдет, но сам принцип совместного принятия решений и распределения работы и ответственности необходимо заложить в основу организации с самого начала.

Основная цель инициативной группы — объяснить свои товарищам по работе необходимость создания профсоюза. Такие беседы в будущем станут постоянным делом, и члены группы должны быть всегда готовы ответить на вопросы. На их плечи также ляжет организация профсоюзных действий на первом этапе работы. Впоследствии на основе этой команды будет сформирован профсоюзный комитет.

Кто должен войти в инициативную группу? Прежде всего, каждый, кто верит в необходимость профсоюза и готов участвовать в работе. Но при этом необходимо по мере возможности привлекать в команду людей, которые пользуются авторитетом у своих товарищей, обладают лидерскими качествами, поскольку к их мнению скорее прислушаются.

Для эффективной работы необходимо, чтобы представители группы были во всех цехах или отделах — это позволит вам вести агитацию на каждом рабочем месте, а работникам — легко связаться с профсоюзом. Также очень важно привлечь в инициативную группу представителей разных групп занятых на предприятии, например, женщин или мигрантов. В английском языке существует выражение «likes organize likes» — «свои привлекают в организацию своих». Если в инициативную группу входят только мужчины или только работники старшего возраста, ей будет трудно привлечь в профсоюз женщин или более молодых коллег. Особенно опасно игнорировать присутствие на предприятии работников-мигрантов или работников, нанятых через агентства занятости: на этом расколе впоследствии может сыграть работодатель, стравив разные группы рабочих и разрушив профсоюз.

Главная задача инициативной группы — создать такую систему общения, такие связи с рабочими на всем предприятии, чтобы любой работник получал информацию о профсоюзе и имел возможность лично побеседовать с кем-то из его представителей, поделиться своими проблемами и заботами.

Необходимо провести обучение членов инициативной группы, дать им максимальное количество информации о профсоюзах и основные навыки организационной работы.

КАК ВЕСТИ БЕСЕДУ?

Личное общение — основа профсоюзной работы. Серьезный разговор о вопросах, волнующих работника, и о профсоюзе может состояться и на рабочем месте, и у работника дома, в офисе профсоюза или в кафе. Главное — это найти такое место, где работникам не будут мешать отвлекающие моменты, насмешки друзей или то, что могут подумать другие люди. С другой стороны, если вы

встречаетесь с работником у него дома, попробуйте вовлечь в разговор членов его семьи, ответить и на их вопросы — ведь во многих случаях муж или жена могут повлиять на взгляды работника. В крайнем случае, контакты можно устанавливать по телефону, но они намного менее эффективны.

Во время разговора помните о четырех основных правилах:

1. Слушайте!

Это самое важное качество для члена инициативной группы. Очень часто люди стремятся прочесть лекцию или произнести заранее подготовленную речь. Вместо этого нужно научиться вызывать собеседников на разговор, задавая вопросы. Покажите им, что вас интересует их мнение. Не прерывайте говорящих.

2. Не думайте, что вам заранее известны проблемы товарищей по работе.

Часто то, что кажется важным вам, совсем не волнует ваших коллег. Будьте открыты для диалога, тогда вы сможете лучше понять проблемы и тревоги других.

3. Не спорьте.

Если кто-то отрицательно высказывается о профсоюзе, попытайтесь найти в его словах частицу истины. Насколько возможно, согласитесь, что эти замечания имеют под собой какую-то основу. Не начинайте сразу спорить, заставляя собеседника защищаться. В таком случае он может навсегда остаться при своем мнении.

4. Не уходите от трудных вопросов.

Если вы не знаете, как ответить, скажите об этом. Пообещайте найти ответ и позже вернуться к этой проблеме.

Подготовьтесь к беседе заранее, продумайте ее план. Беседу можно построить по такой схеме:

1. Представьтесь. Четко и кратко объясните, кто вы и о чем хотите поговорить.
2. Расскажите, почему вы обратились именно к этому человеку (вы встречались раньше, у вас есть общие знакомые и т.д.). Продемонстрируйте, что он вызывает у вас интерес как человек, а не только как потенциальный член профсоюза (поделитесь общими воспоминаниями, спросите его о семье, об общих знакомых и т.п.)
3. Объясните причину, заставившую вас заняться профсоюзной работой (или участвовать в определенной кампании профсоюза), но не говорите много о себе. Вкратце опишите свой опыт, на котором основано то, что вы собираетесь сказать, а потом постарайтесь задать вопросы, показывающие, что вам знакомы проблемы, с которыми сталкивается работник.
4. После того, как разговор перешел в спокойное, доверительное русло, вы можете обратиться к работнику с вопросами, которые позволяют вам собрать следующую информацию:
 - Как долго и на каких условиях занят работник на данном предприятии или рабочем месте?

- С какими проблемами он сталкивается?
- Какие пути решения он видит?

Не задавайте слишком общих вопросов, например, «Как к вам относятся на работе?» – вы получите лишь уклончивые или неоднозначные ответы. Будьте конкретны.

5. Приведите примеры того, как члены профсоюза на других предприятиях (или на вашем предприятии, если такие примеры есть) добились решения своих проблем и улучшения положения. В объяснении подчеркивайте активную роль, которую работники сами сыграли в этом процессе, давая понять, что подобное участие необходимо и в данном случае.
6. Объясните работникам, что создание профсоюза – лучший способ решения проблем, возникающих на предприятии. Попытайтесь опровергнуть неверную информацию, полученную работниками от работодателя или почерпнутую из слухов или предрассудков.
7. Если ваш разговор зашел в тупик, постарайтесь гладко завершить его и предложите продолжить беседу в следующий раз. Вы не должны вызывать негативные эмоции и заставлять человека, с которым говорите, чувствовать, что на него оказывается давление. Оставьте себе возможность возобновить разговор в лучшее время.
8. Если вы нашли человека, настроенного в пользу профсоюза, попытайтесь убедить его принять более активное участие в профсоюзной работе. Спросите, как он видит свое место в профсоюзе, какой совет он дал бы организации, что хотел бы сделать. Нет смысла пытаться заставить написать заявление работника, который в беседе с вами на самом деле не убедился, что профсоюз нужен.
9. Не забудьте спросить совета работника по поводу того, с кем еще следует поговорить, как связаться с этими людьми, какие проблемы их больше волнуют.
10. Убедитесь, что работник знает, к кому обратиться за помощью или дополнительной информацией. Оставьте ему координаты профкома.
11. Заканчивайте беседу на более личной ноте. Это еще раз будет подтверждением тому, что ваш интерес к работнику не исчерпывается тем, поддержит ли он профсоюз.

После окончания разговора занесите его итоги в личную карточку работника или на карту рабочего места. Помните: даже если работник настроен негативно, это не повод никогда больше к нему не обращаться. Из-за ваших успехов, действий администрации или личных причин он может изменить свое мнение. Обязательно проводите повторные беседы!

4 КЛЮЧЕВЫХ ВОПРОСА

Ведя беседу с работником, стоит держать в голове простую схему из четырех вопросов, задав которые в той или иной форме, вы можете логично подвести его к пониманию необходимости участия в профсоюзе:

1. Какая проблема на рабочем месте беспокоит вас больше всего? (нужно уточнить, что речь идет не о производственных задачах, а о проблемах, связанных с условиями труда, отношением, и т. д.)
2. Что вам мешает решить эту проблему? (работник сам озвучивает мысль, что в одиночку проблему решить нереально.)
3. Как вы думаете, если бы на нашем предприятии был сильный профсоюз, он смог бы решить эту проблему? (Мы ожидаем утвердительный ответ, и если нужно подкрепляем его примерами)
4. Что нужно сделать, чтобы у нас был сильный профсоюз? (Ответ очевиден: вступить в него самому и пригласить товарищей)

Право граждан на объединение в профсоюзы гарантировано Конституцией Российской Федерации (ст. 30) и Законом «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности» (ст. 2). Каждый, достигший возраста 14 лет и осуществляющий трудовую (профессиональную) деятельность, имеет право создать профсоюз, вступить в него и заниматься профсоюзной деятельностью. При этом не требуется предварительного разрешения каких-либо органов государственной власти, органов местного самоуправления, работодателей на создание профсоюза и на вступление в профсоюз.

Важно знать, что российское законодательство разделяет понятия «профсоюз» и «первичная профсоюзная организация». Трудовой кодекс РФ основные права по представлению интересов работников в отношениях с работодателем дает именно первичкам, действующим у работодателя. (Например, право участвовать в коллективных переговорах, требовать от работодателя предоставления помещения, а иногда и средств связи, оборудования, необходимых для работы нормативных правовых актов). Поэтому, если вы создаете отдельный профсоюз, вам придется создать и его первичную организацию. Разумеется, легче всего создать первичку уже существующего отраслевого профсоюза.

Первичная профсоюзная организация — это добровольное объединение членов профсоюза, работающих, как правило, на одном предприятии, в одном учреждении, одной организации независимо от форм собственности и подчиненности, действующее на основании положения, принятого им в соответствии с уставом, или на основании общего положения о первичной профсоюзной организации соответствующего профсоюза.

УЧРЕДИТЕЛЬНОЕ СОБРАНИЕ

Прежде всего, необходимо принять решение о создании профсоюзной организации. Для этого достаточно решения не менее 3 человек, достигших возраста 14 лет и осуществляющих трудовую (профессиональную) деятельность на этом предприятии или собрать общее собрание коллектива работников. Место проведения собрания значения не имеет — в квартире, на рабочем месте (но не в рабочее время), в парке, сквере, на даче. Главное, чтобы его участники — учредители профсоюза — присутствовали на нем лично, то есть не по телефону, не через Интернет или каким-либо иным способом.

Это первое собрание называется учредительным, все, кто на нем присутствовал, становятся учредителями профсоюза и автоматически — его членами.

На этом собрании должно быть принято три решения:

- о создании профсоюза
- об утверждении его Устава
- о формировании руководящих и контрольно-ревизионных органов.

Ход собрания, принятие решений и другая важная информация обязательно должны быть зафиксирована в Протоколе. То есть в нем нужно указать:

- дату и место проведения собрания;
- всех присутствующих (они станут учредителями профсоюза);
- выбрать председателя собрания и секретаря (они в конце подпишут протокол);
- повестку дня;
- ход обсуждения по каждому вопросу повестки и принятое решение с результатами голосования;
- если вы собираетесь регистрировать профсоюз, то это решение надо обязательно записать в протоколе и указать лицо, которому будет поручено подавать документы в Федеральную регистрационную службу;
- в конце протокол подписывают председатель и секретарь собрания.

После этого протокол прошивается. Теперь это ваш учредительный документ, который вместе с вашим Уставом (Положением) подтверждает факт создания профсоюза.

Протокол учредительного собрания и принятый Устав являются учредительными документами профсоюза. Храниться эти документы должны в надежном месте.

Чтобы собрание прошло организованно, к нему надо подготовиться.

Во-первых, определите, что вы будете создавать: первичную профорганизацию (первичка), которая войдет в уже действующий профсоюз, или самостоятельный профсоюз, который, возможно, войдет в состав профобъединения.

Во-вторых, можно разработать свой собственный Устав или воспользоваться Уставом существующего отраслевого профсоюза.

В-третьих, определитесь, есть ли необходимость регистрировать профсоюзный орган в качестве юридического лица или воспользуетесь возможностью существовать без статуса юридического лица (об этом подробнее речь пойдет ниже).

Но в любом случае помните, что требования Устава (Положения) обязательны для первички.

УСТАВ ПРОФСОЮЗА

Заранее разработайте Устав (Положение). В этом вам поможет ваш профсоюз (если вы создаете «первичку») или профобъединение (к которому вы в будущем намерены присоединиться). В крайнем случае, можно посмотреть в качестве образцов несколько уставов разных профсоюзов (например, скачать их с профсоюзных сайтов) и на их основе разработать свой собственный Устав.

Что обязательно должно быть указано в Уставе (Положении) профсоюза?

К разработке Устава нужно отнестись очень серьезно. Это важнейший документ, на котором будет основана работа вашей организации. Все перечисленные пункты должны быть в обязательном порядке отражены в Уставе:

- Название, цели и задачи профсоюза.
- Категории и профессиональные группы объединяемых граждан (кто объединяется).
- Условия и порядок принятия в члены профсоюза и выхода из него, права и обязанности членов профсоюза.
- Территория, в пределах которой будет работать профсоюз.
- Организационная структура (из каких органов состоит профсоюз).
- Порядок образования и компетенцию профсоюзных органов, сроки их полномочий (т.е. как создаются, за что отвечают и сколько действуют профсоюзные органы).
- Порядок внесения дополнений и изменений в устав (Устав — это правила, по которым живет и действует ваш профсоюз, поэтому изменять эти правила кому и как вздумается нельзя. Надо хорошо продумать, каким образом и при каких условиях можно вносить в Устав изменения и дополнения).
- Порядок уплаты вступительных и членских взносов.
- Источники образования доходов и иного имущества, порядок управления имуществом профсоюзов.
- Местонахождение профсоюзного органа.
- Порядок реорганизации, прекращения деятельности и ликвидации профсоюза и использования его имущества в этих случаях.
- Другие вопросы, относящиеся к деятельности профсоюза.

Территориальная сфера деятельности

Профсоюз — общественное объединение, а объединения бывают местные, региональные, межрегиональные и общероссийские.

Деятельность местного объединения осуществляется в пределах территории органа местного самоуправления, регионального — в пределах территории одного субъекта РФ.

Межрегиональные профсоюзы имеют структурные подразделения на территориях менее половины субъектов РФ, общероссийские – на территориях более половины субъектов РФ. В случае если профсоюз претендует на межрегиональный или общероссийский статус, в Уставе должны быть перечислены субъекты РФ, в которых созданы и действуют профсоюзные организации.

Порядок образования и компетенция профсоюзных органов

В Уставе (Положении) должно быть обязательно указано, что высшим руководящим органом профсоюзной организации является общее собрание или съезд (конференция). (Разница между ними в том, что в общем собрании принимают участие все члены профсоюзной организации, а в конференции (съезде) – делегаты, избранные членами профсоюза.)

Общее собрание (конференция) имеет право решать любые вопросы деятельности организации. Для работы в перерывах между собраниями (конференциями, съездами) надо создать руководящий исполнительный орган, которому передается большая часть полномочий собрания (конференции).



ЭТО ВАЖНО! Некоторые вопросы решаются только общим собранием (конференцией), то есть относятся к его исключительной компетенции: А именно:

- изменение Устава (Положения) профсоюза;
- определение главных направлений деятельности профсоюза, принципов формирования и использования его имущества;
- образование исполнительных органов и досрочное прекращение их полномочий;
- реорганизация и ликвидация профсоюза.

Руководящие органы профсоюза

Постоянно действующим руководящим органом профсоюза является, как правило, профсоюзный комитет или исполнительный комитет. Это выборный коллегиальный (то есть состоящий не менее, чем из 2 человек) орган, который отчитывается за свою работу перед собранием (конференцией).

Контрольно-ревизионные органы

Никаких специальных требований к их созданию нет. Контрольно-ревизионный орган может быть как коллегиальный (контрольно-ревизионная комиссия), так и единоличный (ревизор).

ПРАВА ПРОФСОЮЗА

Основные права профсоюза закреплены в законе «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности» и в Трудовом кодексе РФ:

1. Право представлять интересы работников в трудовых отношениях

На уровне организации интересы работников представляют только первички. Если первичка объединяет больше половины работников организации, она автоматически (по закону) становится представителем ВСЕХ работников организации в отношениях с работодателем.

Если ни одна из первичек не объединяет больше половины работников, то работники на общем собрании могут им это поручить, либо выбрать иного представителя.

Самым распространенным примером «иного представителя» являются СТК (совет трудового коллектива), вообще же в качестве иного представителя может быть избран как отдельный работник, так и комитет, коллегиальный орган и т.п.



ЭТО ВАЖНО! Необходимо помнить, что у иных представителей работников нет правовой базы, как у профсоюзных организаций, на практике они зарекомендовали себя не лучшим образом, поскольку, как правило, они создаются и действуют под контролем работодателя.

В индивидуальных трудовых отношениях (т.е. в отношениях работник-работодатель) профсоюз представляет в первую очередь интересы своих членов. Работники, не являющиеся членами профсоюза, могут обратиться к органам первички с просьбой представлять их интересы в отношениях с работодателем.

2. Право профсоюзов на ведение коллективных переговоров, заключение коллективных договоров и соглашений

Сторонами (участниками) коллективного договора являются работники и работодатель. Профсоюз является только ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ работников. Только первичка может инициировать процесс коллективных переговоров — направить работодателю уведомление о начале коллективных переговоров. Представителем работников в коллективных переговорах может быть:

- первичка, объединяющая более половины работников организации;
- единый представительный орган работников, созданный несколькими первичками, которые в целом объединяют более половины работников всей организации;
- первичка, объединяющая менее половины работников, если общее собрание поручило ей направить уведомление работодателю о начале коллективных переговоров;
- иной представитель, избранный тайным голосованием на общем собрании работников, если в организации не действуют никакие первичные профсоюзные организации, либо ни одна из них не была определена в качестве представителя.

3. Право профсоюзов на участие в урегулировании коллективных трудовых споров

Коллективный трудовой спор — это спор об установлении или изменении условий труда. С таким спором нельзя прийти в суд, так как у суда нет права устанавливать условия труда — повышать заработную плату, менять графики работы, запрещать работодателю проводить сокращение штата. Эти полномочия реализуются работодателем самостоятельно.

Первичка, объединяющая более половины работников организации, либо уполномоченная общим собранием работников, имеет право выдвигать требования к работодателю. Эти требования должны быть обязательно одобрены общим собранием работников организации и только после этого они могут быть направлены работодателю и становятся обязательными для рассмотрения. На этом же собрании работники могут выбрать своих представителей для целей коллективного трудового спора.

Такая же ситуация складывается и вокруг забастовки. Профсоюз не имеет права инициировать забастовку, но может поставить этот вопрос на рассмотрение общего собрания.

4. Учет мнения профсоюза при принятии локальных нормативных актов

Локальные нормативные акты — это приказы, положения, распоряжения работодателя, которые содержат нормы, рассчитанные на неоднократное применение ко всем или части работников. Самые яркие примеры локальных нормативных актов — положение о премировании, правила внутреннего трудового распорядка, положение об аттестации сотрудников.

Учет мнения заключается в следующем: работодатель обязан направить в профком проект локального нормативного акта и обоснование по нему. Профком не позднее, чем через 5 рабочих дней с момента получения проекта должен отправить работодателю свое мотивированное мнение (с указанием причин) в письменной форме.

Если мотивированное мнение не содержит согласия с проектом либо содержит предложения по его совершенствованию, работодатель может либо согласиться с ним, либо обязан в течение 3 дней после получения мотивированного мнения провести дополнительные консультации с профкомом. Если и в этом случае стороны не договорятся, разногласия оформляются протоколом, после чего работодатель имеет право принять локальный нормативный акт.



ЭТО ВАЖНО! Профсоюз имеет право обжаловать этот акт в государственную инспекцию по труду или в суд в том случае, если в нем содержатся положения, которые ухудшают положение работников по сравнению с установленным трудовым законодательством. Если же положения локального нормативного акта ничему не противоречат, но, тем не менее, являются неприемлемыми для работников (например, приводят к уменьшению заработной платы), профсоюз может инициировать коллективный спор.

5. Право профсоюзов на информацию

Профсоюзы имеют право требовать от работодателей предоставления следующей информации:

- по вопросам реорганизации или ликвидации организации;
- по вопросам введения технологических изменений, влекущих за собой изменение условий труда работников;
- по вопросам профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников;
- персональных данных работников в порядке, предусмотренном законодательством и только в том объеме, который необходим для выполнения представителями работников их функций;

а также по другим вопросам, предусмотренным трудовым законодательством, учредительными документами организации, коллективным договором.

В ходе ведения коллективных переговоров, работодатель обязан предоставлять профсоюзу имеющуюся у него информацию, необходимую для ведения коллективных переговоров. Эта информация должна предоставляться не позднее 2 недель со дня получения соответствующего запроса.

6. Учет мнения профсоюза при расторжении трудового договора по инициативе работодателя

Если работодатель планирует уволить работника, являющегося членом профсоюза, он обязан запросить мотивированное мнение первички. Запрос обязателен, если трудовой договор с работником — членом профсоюза расторгается в связи:

- с сокращением численности или штата;
- с несоответствием занимаемой должности вследствие недостаточной квалификации, подтвержденной результатами аттестации;
- с неоднократным неисполнением работником без уважительных причин трудовых обязанностей, если он имеет дисциплинарное взыскание.

Процедура учета мнения следующая: Работодатель направляет в профком первички проект приказа, а также копии документов, являющихся основанием для увольнения. Профком в течение 7 рабочих дней должен направить работодателю мотивированный (с указанием причин) письменный ответ.

Если профком не дал согласия на увольнение своего члена, он в течение 3 рабочих дней проводит с работодателем или его представителем дополнительные консультации, результаты которых оформляются протоколом.

Если по результатам консультаций согласие достигнуто не будет, работодатель по истечении 10 рабочих дней со дня направления в профсоюз проекта приказа и копий документов имеет право принять окончательное решение.

Это решение может быть обжаловано в соответствующую инспекцию по труду, которая в течение 10 дней со дня получения жалобы (заявления) обязана

рассмотреть вопрос об увольнении и в случае признания его незаконным выдать работодателю предписание о восстановлении работника на работе с оплатой вынужденного прогула.

7. Право профсоюзов на осуществление профсоюзного контроля за соблюдением законодательства о труде

Профсоюзным организациям предоставлено право контролировать работодателя, но нет полномочий по привлечению работодателя к ответственности. Выявив нарушения трудового законодательства, профсоюз вправе направить работодателю требование о его устранении. Работодатель обязан в недельный срок сообщить в соответствующий профсоюзный орган о результатах рассмотрения данного требования и принятых мерах.

8. Право профсоюзов на защиту интересов работников в органах по рассмотрению трудовых споров

Органами по рассмотрению индивидуальных трудовых споров являются Комиссия по трудовым спорам (КТС) и суд.

Профсоюз имеет право обратиться в эти органы по просьбе своего члена, а также других работников, с требованием о защите его прав и законных интересов. Для этого у профсоюза должно быть письменное заявление работника с просьбой обратиться в органы по рассмотрению индивидуальных трудовых споров. Копия такого заявления прилагается к заявлению профсоюза, которое он направляет в КТС, или к исковому заявлению, которое направляется в суд.

9) Обязанности работодателя по созданию условий для осуществления деятельности профсоюза

Первичкам, действующим в организации с численностью работников не менее 100 человек, работодатель обязан безвозмездно предоставить:

- помещение для проведения заседаний, хранения документации;
- возможность размещения информации в доступном для всех работников месте (местах).
- одно оборудованное, отапливаемое, электрифицированное помещение;
- оргтехнику, средства связи;
- необходимые нормативные правовые документы.

Другие улучшающие условия могут быть предусмотрены коллективным договором.

При наличии письменных заявлений работников-членов профсоюза, работодатель ежемесячно бесплатно перечисляет на счет профсоюза членские взносы из заработной платы работников. Порядок их перечисления определяет коллективный договор или соглашение между профсоюзом и работодателем.

10. Гарантии работникам, входящим в состав профсоюзных органов и не освобожденным от основной работы

Гарантии распространяются не на всех работников, а только на не освобожденных от основной работы руководителей (и их заместителей) профкомов, контрольно-ревизионных комиссий первичек. Гарантии распространяются на случаи увольнения в связи:

- с сокращением численности или штата;
- с несоответствием занимаемой должности из-за недостаточной квалификации, подтвержденной результатами аттестации;
- с неоднократным неисполнением работником без уважительных причин трудовых обязанностей, если он имеет дисциплинарное взыскание.

В этих случаях увольнение возможно только с согласия вышестоящего выборного профсоюзного органа.

Отказ вышестоящего профкома дать согласие на увольнение профсоюзного работника желательно мотивировать (указать причины), так как работодатель может обжаловать этот отказ в суде. К числу наиболее серьезных причин для отказа относится указание на то, что увольнение носит дискриминационный характер и связано с активной профсоюзной деятельностью увольняемого.

Кроме того, члены профкома, не освобожденные от основной работы, освобождаются от нее для участия в качестве делегатов в работе профсоюзных съездов, конференций, для участия в работе выборных коллегиальных органов профессиональных союзов. Условия освобождения от работы и порядок оплаты времени участия в указанных мероприятиях определяются коллективным договором, соглашением.

РЕГИСТРАЦИЯ ПРОФСОЮЗА

Что такое регистрация? Зачем она нужна?

Государственная регистрация — это внесение в государственные реестры сведений о создании, реорганизации и ликвидации юридических лиц.

Госрегистрация нужна, чтобы профсоюз обладал статусом юридического лица. В этом случае может иметь и приобретать имущество, заключать хозяйственные договоры и т.п. (на юридическом языке это означает, что профсоюз является субъектом имущественных отношений). Но, зарегистрировавшись и став юрлицом, профсоюз становится налогоплательщиком, а значит, обязан представлять отчетность в налоговые органы, что связано с дополнительными расходами.

Может ли профсоюз действовать без регистрации?

Может. Профсоюз, как общественная организация вправе не регистрироваться (ст.8 закона «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельнос-

ти»). В этом случае профсоюз не приобретает прав юридического лица, но в полной мере пользуется своими профсоюзными правами.

К сожалению, и работодатели, и даже суды очень часто не знают этой нормы. Отсутствие регистрации у профсоюза в таком случае становится удобным поводом для игнорирования и непризнания профсоюза. Такая практика незаконна.

Любой профсоюз (и юрлицо, и не юрлицо) имеет право представлять интересы своих членов в судах, государственных органах (да где угодно), инициировать и вести коллективные переговоры, коллективные трудовые споры, участвовать в процедуре увольнения работников, являющихся членами профсоюза, участвовать в принятии локальных нормативных актов содержащих нормы трудового права, требовать от работодателя предоставления помещения и осуществлять прочие профсоюзные права, которые связаны именно со статусом представителей работников.

В принципе, первичной профсоюзной организации удобнее действовать без создания юрлица — в этом случае взносы можно собирать наличными по ведомости или перечислять их непосредственно на счет отраслевого профсоюза, который будет выполнять и другие функции, требующие государственной регистрации.

ПРОФКОМ

Руководство профсоюзной организации — профсоюзный комитет — избирается рядовыми членами и подотчетно им. Все принимаемые профкомом решения утверждаются или отвергаются собранием членов организации. Как правило, костяк первого профкома составляют члены первоначальной инициативной группы по созданию профсоюза.

Без активного и представительного комитета нельзя рассчитывать на успех организации. Профком — это фундамент, на котором строится здание сильного профсоюза.

Профком определяет цели профсоюза, исходя из предложений рабочих, и составляет план работы для достижения этих целей. Он должен активно вовлекать рядовых членов в работу организации, информировать рабочих обо всем, происходящем в профсоюзе, проводить собрания, привлекать новых членов, обучать их профсоюзной работе и показывать, что им нечего бояться работодателя. Если организация становится достаточно разветвленной, в поддержку профкому можно избрать и цеховые комитеты. (Иногда, в целях защиты от возможного произвола работодателя, можно ввести в профком или цехкомы в качестве заместителей председателя всех членов профсоюза: законодательство защищает членов избранных профсоюзных органов от увольнений и взысканий.)

Но работа профсоюза невозможна без активного участия его рядовых членов — они играют главную роль в распространении профсоюзных листовок и другой информации, привлечении новых членов, организации коллективных действий, профсоюзных мероприятий и массовых акций. Живая связь между работниками и профсоюзом, обеспечивает открытость, стабильность, эффективность и в целом существование организации.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ ПРОФСОЮЗНОГО КОМИТЕТА

- **Осуществляет руководство работой профсоюза.** Члены профкома своим примером вовлекают остальных рабочих, планируют организационные мероприятия и проводят их.
- **Воспитывает в рабочих чувство причастности к общему делу.** Поскольку в комитет входят рядовые работники, рабочие считают профсоюз своей организацией. Профсоюз — это не какая-то внешняя структура, а они сами.

СОЗДАВАЯ ПРОФСОЮЗ, СОБЛЮДАЙТЕ ТЕХНИКУ БЕЗОПАСНОСТИ!

- На первом этапе постарайтесь вести профсоюзную агитацию осторожно, чтобы заручиться поддержкой как можно большего числа работников до того, как о вашей деятельности узнает работодатель.
 - Сразу стройте профсоюз как команду, постарайтесь распределить ответственность и работу между ее членами, чтобы организация не зависела от одного-двух человек.
 - Помните: профсоюз считается существующим и обладает всеми правами с того момента, как вы провели учредительное собрание.
 - Обратитесь за поддержкой к существующим профсоюзам: они помогут учредить организацию, правильно оформить необходимые документы, смогут предоставить солидарную помощь и защиту.
 - Ведите документацию профсоюза тщательно, не оформляйте документы «задним числом», храните их в одном месте — но не на работе.
 - Изучите Трудовой кодекс и Закон «О профсоюзах» — знание своих прав позволит вам правильно реагировать на любые действия работодателя.
 - Помните: ни работодатель, ни органы власти не имеют права вмешиваться во внутренние дела профсоюза. Любые попытки «выведать» информацию, в том числе — и получить список членов организации, незаконны.
- **Обучает профсоюзной работе.** На заседаниях комитета и семинарах активисты узнают больше о профсоюзах, а затем делятся новой информацией со своими товарищами по работе. Они могут распознать ложную информацию, распространяемую администрацией, и разоблачить ее.
 - **Обеспечивает связь между членами профсоюза.** Члены комитета знают, чем занят профсоюз, какие вопросы и проблемы волнуют работников больше всего. Они распространяют профсоюзные издания и листовки, информируют своих коллег по работе.
 - **Стоит на страже интересов рабочих.** Профком регистрирует все правонарушения, в том числе — угрозы со стороны работодателя. Они хорошо знают юридические права и по необходимости консультируют рабочих.

НАЧАЛО АКТИВНЫХ ДЕЙСТВИЙ. ПЕРВАЯ КАМПАНИЯ

Итак, первые шаги сделаны: вы собрали информацию о предприятии, нашли единомышленников и, возможно, провели учредительное собрание. Что дальше? Пришло время переходить к активным действиям, чтобы на деле улучшить положение на предприятии — ведь именно для этого все и затевалось.

Но прежде, чем начать свою первую кампанию, стоит вспомнить о философии «органайзинга»: профсоюз — это инструмент, с помощью которого сами работники сообща защищают свои права. Поэтому каждый шаг профсоюза должен быть направлен на одновременное решение двух задач: улучшать положение работников и одновременно привлекать их в организацию. С одной стороны, чем многочисленнее профсоюз, тем он сильнее, тем более значительные вопросы он может решать. Но одними обещаниями привлечь работников в организацию вряд ли удастся. Доказывать эффективность совместных действий нужно на практике. Так что, с другой стороны, чем более значительные вопросы решает профсоюз, тем он будет становиться многочисленнее.

КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ ВЫБИРАТЬ?

На каждом рабочем месте найдется немало проблем, обращение к которым может привлечь многих рабочих в создаваемый профсоюз и способствовать активизации их усилий. Важно выбрать именно те вопросы, которые помогут в организации профсоюза. **При выборе проблемы для кампании нужно учитывать три критерия:**

- 1. Проблема волнует большинство рабочих.** Это можно определить путем опроса, который одновременно позволит вам информировать работников о начале кампании и покажет, что профсоюз волнует их мнение.
- 2. Ее разрешение, хотя бы частичное, вполне возможно.** Это вам поможет оценить информация о предприятии, собранная ранее.
- 3. Проблема имеет моральное значение,** борьба за ее решение поможет сплотить рабочих вокруг профсоюза.

ЦЕЛЬ

Выбрав проблему, сформулируйте свою цель. Это не одно и то же: проблема отвечает на вопрос «Что не так?», цель — на вопрос «Чего мы хотим достигнуть?». **Цели, которые вы ставите перед собой, должны быть:**

- 1. Конкретными.** Профком должен ставить задачу не в общем плане — например, «повысить безопасность производства», а наметить конкретные меры. Скажем, «создать совместную комиссию по расследованию несчастных случаев в сборочном цехе» или «добиться от администрации обеспечения работников спецодеждой».
- 2. Достижимыми.** Ничто так не укрепляет профсоюз, как победа, и ничто так не ослабляет его, как цепь неудач. Поэтому лучше определить для себя скромную, но достижимую цель, чем нечто грандиозное. Скажем, едва создав организацию, не стоит сразу же обещать значительного повышения зарплаты. Начните с малого — с того, что обычно называют «easy target», «легкой целью».
- 3. Измеримыми.** Четко сформулированные цели и задачи должны обязательно содержать цифровой компонент, чтобы дать возможность оценить их выполнение. Например, начиная обучение, надо ставить цель не «обучить но-

вых активистов», а «обучить 10 активистов в трех цехах». Должно быть четко обозначено время, за которое высобираетесь достигнуть той или иной цели. Это поможет мобилизовать силы и не расслабляться, пока задача не будет выполнена.

КОЛЛЕКТИВНЫЙ ДОГОВОР

Важнейшая цель для любого профсоюза — заключение коллективного договора, регулирующего все сферы трудовых отношений на предприятии, защищающего работников от произвола администрации, закрепляющего все важные достижения профсоюза. Однако это задача не только важная, но и трудная.

Прежде всего, необходимо собрать предложения работников относительно того, какие гарантии и права они хотели бы видеть включенными в колдоговор. Для этого можно провести письменный опрос, а также собрания и личные беседы. Без учета мнения работников вы вряд ли сможете заручиться их поддержкой во время переговоров, которые могут оказаться далеко не простыми.

Работодатель не обязательно попытается уклониться от подписания договора, но может свести его к простому повторению статей Трудового кодекса (колдоговор не может ухудшать положение работников по сравнению с ТК), т.е. сделать его заключение практически бессмысленным, отправив все значимые требования работников в протокол разногласий. Другая распространенная проблема — отказ работодателей от включения в колдоговор положений, регулирующих размер заработной платы: тарифной сетки, четкого описания принципов премирования, индексации заработной платы и ее повышения. Часто компании стремятся регулировать заработную плату в одностороннем порядке, повышая зависимость и бесправие работников. Однако, как показывает недавний опыт, бороться с таким подходом может сплоченный профсоюз, пользующийся поддержкой коллектива и солидарностью братских организаций как в России, так и за рубежом, и способный повести людей на коллективные действия, в том числе — и на забастовку.

Примерный текст (макет) коллективного договора вы можете получить в отраслевом профсоюзе или найти в интернете. Переработайте его и включите те особые требования, на которые указали работники предприятия, а также постарайтесь сделать как можно более значимыми разделы о гарантиях профсоюзной деятельности и защите от дискриминации — это станет хорошим подспорьем в вашей будущей работе.

Юридически процесс заключения колдоговора не представляет большой сложности и подробно описан в законе «О коллективных договорах и соглашениях», а также в Трудовом кодексе РФ. Однако помните: для того чтобы быть представителем работников на коллективных переговорах, профсоюзу необходимо заручиться поддержкой более чем половины из них: работники должны или вступить в профсоюз, или делегировать ему соответствующие полномочия на общем собрании. После этого администрация не имеет права уклониться

от переговоров. В состав делегации на переговорах вы можете включить любое число людей. Это могут быть не только члены профкома или цехкомов, но и любой из работников предприятия, а также юристы или представители отраслевого профсоюза, словом — все, в чьей поддержке вы нуждаетесь.

ПУТЬ К ЦЕЛИ

Определив свою цель, важно наметить путь к ее достижению. **Ответьте для себя на такие вопросы:**

- Кто может принять соответствующее решение?
- Почему он до сих пор не принял его?
- Можем ли мы оказать влияние на этого человека или структуру напрямую или только косвенно?
- Каким должно быть это давление?
- Кто является вашим оппонентом, т.е. у кого в этой ситуации могут возникнуть противоположные интересы?
- Каковы сильные и слабые стороны — ваши и ваших оппонентов?
- Есть ли у нас альтернативные варианты действий («План Б»)?

После этого составьте план работы.

ПЛАН РАБОТЫ

Удобнее всего оформить план работы в виде таблички, в которой напротив намеченных вами мероприятий будут указываться даты и мета их проведения, ответственные активисты и необходимые ресурсы. **План должен содержать четкие ответы на вопросы:**

- **ЧТО** мы делаем? (перечислите все мероприятия, которые надо провести для достижения целей)
- **КОГДА** мы это делаем? (укажите конкретные сроки всех мероприятий)
- **КТО** это делает? (назначьте ответственного и его помощников, если задача сложная)
- **ГДЕ** мы это делаем? (определите место для проведения собраний и других мероприятий)
- **КАК** мы это делаем? (перечислите все необходимые и наличные ресурсы, определите, чего вам не хватает и как это можно компенсировать)
- **ЧТО** у нас получилось? (укажите, как было проведено мероприятие, чего удалось достичь, какие были допущены ошибки, а что, наоборот, прошло удачно).

Постарайтесь, чтобы пункты плана были как можно более дробными. Например, не «провести опрос», а «разработать анкету», «напечатать нужное количество анкет», «раздать анкеты помощникам», «опросить столько-то работников», «собрать анкеты», «обработать результаты опроса» и т.д.

ВОВЛЕЧЕНИЕ АКТИВИСТОВ

Выше уже не раз говорилось, что профсоюз силен своими активными членами, но в разделе, посвященном кампаниям, об этом будет не лишним упомянуть вновь. Небольшая группа людей, какой является профком, не в состоянии выполнить всю работу в профсоюзе. Кроме того, взваливая на себя слишком большой груз, вы рискуете не только не выдержать нагрузки, но и создать у работников ощущение, что профсоюз это не «они», а «для них», что их личный вклад не имеет значения для успеха. Наконец, такое положение дел позволит администрации легче противопоставить профком трудовому коллективу, разделив работников на «лояльных» и «бунтарей», «своих» и «чужих» — а это излюбленная антипрофсоюзная тактика.

Поэтому «мобилизация» или вовлечение возможно большего числа активистов в работу — это неперемное условие и основной залог успеха любой профсоюзной кампании. Основной способ привлечь людей к профсоюзной работе — постоянно объяснять и подчеркивать (причем не только на словах), что улучшить свою жизнь можно только сообща, вместе работая над созданием организации, внося личный вклад в ее деятельность.

КАК ПРИВЛЕЧЬ АКТИВИСТОВ?

- 1. Обращайтесь с просьбой к человеку лично.** Ничто не сможет заменить личного общения — ни письмо, ни объявление о собрании.
- 2. Объясните человеку подробно и доходчиво, какую работу вы его просите выполнить.** Задание должно быть конкретным и не требовать слишком много времени на выполнение. Не ждите, что все охотно согласится сотрудничать сейчас и впредь. Задание, которое вы дадите, должно иметь четко очерченные рамки.
- 3. Просите человека сделать то, что он умеет делать хорошо.** Люди чувствуют себя более уверенно, когда выполняют знакомую работу. Предоставьте человеку самому выбрать себе поручение.
- 4. Скажите человеку, что его задание — часть общей работы.** Люди хотят знать, частью какого дела является их работа, и они работают лучше, если знают, что от них зависят другие.
- 5. Предложите людям задавать вопросы.** Особенно, если такой работой они раньше не занимались. Поверьте, не каждый знает, что означает «раздача листовок» или «агитация по телефону».

- 6. Начинайте с малого и укрепляйте достигнутое.** Для начала попросите одного из ваших сторонников найти 3 адреса и телефона коллег. Не просите найти 150 адресов и телефонов в течение двух дней. Наверняка у человека ничего не получится, а вы потеряете потенциального активиста. У людей возникает желание сделать больше по мере роста их уверенности в себе.
- 7. Требуйте регулярного отчета о работе.** Проверяйте, как человек справляется с поручением. Это подтверждает для него значимость его работы, а также помогает вовремя заметить ошибки.
- 8. Говорите о работе с воодушевлением.** Не извиняйтесь за то, что просите о помощи. Чтобы создать сильный профсоюз, люди должны сплотиться и помогать друг другу. Люди хотят чувствовать свою значимость.

КАК ПОДДЕРЖИВАТЬ АКТИВНОСТЬ?

1. Отмечайте успехи

Людам нужно знать, что их время и силы потрачены не зря, что все это очень важно. Профком может дать им это почувствовать, рассылая письма с благодарностью, выносить благодарность публично, на собраниях, отметить отличившихся в листовке или в газете, вручить подарок, например, сувенир с профсоюзной символикой.

2. Проводите свободное время вместе

Проводите мероприятия, сближающие людей — выезжайте на шашлыки, организуйте праздники, спортивные мероприятия. Приглашайте на них членов семей работников.

3. Не затягивайте мероприятия, учитывайте семейную ситуацию активистов

Всегда помните, что люди заняты. Не проводите собрания так часто и так долго, что многие, придя один раз, не захотят этого больше делать. Подумайте о том, всем ли удобно время ваших мероприятий — например, работникам, имеющим детей, часто неудобно задерживаться после работы, поскольку они торопятся домой. Отказ учитывать семейную ситуацию активистов может оттолкнуть от профсоюза многих, в первую очередь — женщин.

МОНИТОРИНГ И ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Помните, критерий истины — практика. Невозможно предугадать заранее все превратности кампании, в ход которой могут вмешаться факторы, которые вы не учли или даже не могли учесть. Поэтому, чем чаще вы будете останавливаться и проверять, насколько удачным и реализуемым оказался ваш план, какие возникли непредвиденные трудности или успехи, тем уверенней вы сможете двигаться к вашей цели.

Как можно активнее интересуйтесь мнением активистов, участвующих в вашей кампании. Это не только даст вам самую полную информацию, но и придаст им новые силы, ведь люди всегда с большим энтузиазмом выполняют работу, смысл которой они понимают и в планировании которой участвовали.

Проводите дополнительные исследования и опросы. Не бойтесь пересмотреть свой план, если его реализация зашла или идет в тупик — признание и исправление ошибки, позволившие в конечном итоге добиться успеха, лишь поднимут авторитет профкома.

Информационная работа играет очень важную роль в строительстве профсоюза, а также во всех его последующих действиях. Она включает в себя как распространение информации, так и ее сбор, и, разумеется, постоянное общение с членами организации. Чтобы подчеркнуть эту двустороннюю направленность информационной работы профсоюза, ее часто называют «коммуникацией».

Вспомним, профсоюз — это инструмент давления, борьбы. А значит, для него важно знать, где, как и какие вопросы поднимать, в каких обстоятельствах ему придется действовать, где слаб и в чем силен его противник. Одновременно ему нужны союзники: общественные организации и потребители продукции предприятия, жители региона, где находится предприятие и на жизнь которого оно оказывает влияние, журналисты и политики. От того, какое о профсоюзе сложится «общественное мнение» часто зависят действия чиновников, прокуратуры, судов.

Профсоюзу приходится постоянно собирать информацию как внутри, так и вне предприятия (не случайно именно с описания этой работы мы начали наше пособие), а также общаться с самыми разными аудиториями — работниками и работодателем, прессой и государственными органами и т.д. Западные профсоюзы тратят на коммуникационную работу львиную долю своего бюджета.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Профком должен регулярно информировать рабочих о деятельности профсоюза и поддерживать обратную связь. Обмен информацией обязательно должен быть двусторонним: с одной стороны, профсоюз сообщает рабочим о своих программах и мероприятиях, а с другой стороны, рабочие должны иметь возможность сообщить о своих проблемах, высказать, что они думают по поводу тех или иных трудовых вопросов.

Для информационного обмена между профкомом, членами организации и всеми работниками предприятия можно использовать профсоюзные собрания, листовки, информационные листки или газету, профсоюзный стенд, хотя, разумеется, наиболее эффективным способом коммуникации по-прежнему остается личное общение. Однако листовка или газета, более подробно освещающая вопрос, может стать хорошим подспорьем в разговоре или просто поводом для него. Другим достоинством печатного материала является то, что его можно унести с собой, прочитать вновь.

При этом для разработки материалов стоит использовать тот же подход, что и при личных контактах:

- Пусть говорят сами работники: так вы подорвете попытки работодателя представить профсоюз как стороннюю организацию, преследующую исключительно собственные интересы. Включайте в публикации прямые цитаты и фотографии работников, поддерживающих профсоюз, используйте те обзоры речи, которые в ходу на предприятии.

Помните еще несколько простых принципов:

- Не давайте обещаний, которых не сможете сдержать. Наша честность должна быть очевидна.
- Пишите о том, что важно для людей. Покажите, какое отношение к ним и их проблемам имеет ваша информация.
- Пишите от лица работников, а не профсоюза – используйте местоимение «мы», а не «вы».
- Напоминайте о долгосрочных целях – любая свежая информация (объявление о собрании или новости кампании) должна быть преподнесена в их контексте.
- В листовках должна быть одна основная тема. Если есть несколько важных тем, лучше подготовить несколько листовок.
- Не пишите слишком много. Идея листовки в том, что ее хочется прочитать, потому что она короткая и по делу.
- Используйте карикатуры, фотографии, графики и другие иллюстрации. Они помогут сделать листовку интереснее и донести вашу мысль. Графики и схемы хороши для того, чтобы сравнивать зарплату и доходы компании, заработок работников и инфляцию и т.д. Для того чтобы быть эффективными, они должны быть простыми. Сравнение должно проводиться между 2-3 показателями, разница должна быть очевидной.
- Деятельность профсоюза должна чувствоваться на каждом рабочем месте. Если вы не сообщите товарищам о своей деятельности, этого не сделает никто. В худшем же случае, они подпадут под влияние ложной информации, распространяемой администрацией. Ваши публикации должны отражать каждый важный шаг профсоюза и попадать в руки каждому работнику!

Помните, одна из самых распространенных ошибок при подготовке профсоюзной информации – обращение к тем работникам, которые и так уже поддерживают ваши действия. Составляйте материалы в расчете на «средняков» – тех, кто только до некоторой степени поддерживает профсоюз или вообще еще не определился. Листовки, касающиеся общих проблем – это один из доступных способов привлечь людей и пробудить дух солидарности.

В то же время уделите внимание и другим материалам. Профсоюзу необходимо изготовить собственные флаги – они понадобятся для собраний, пикетов или митингов. Также стоит, если есть такая возможность, изготовить чашки, футболки, кепки, наклейки или значки с профсоюзной символикой. Это создает у работников чувство причастности к большому делу, рождает гордость за свой профсоюз. Та-

кими предметами можно награждать членов профсоюза за активную работу. Однако в то же время следите, чтобы люди не стали надевать профсоюзные значки и кепки слишком рано — если администрации удастся заставить хотя бы одного человека снять значок, это вызовет нежелательную реакцию среди рабочих.

КАК ПИСАТЬ ЭФФЕКТИВНЫЕ ЛИСТОВКИ

Комбинация заголовка, рисунков и иллюстраций, а также лозунгов передают основную мысль и заставляют людей читать текст листовки.

Большинство людей посмотрят на вашу листовку в течение всего нескольких секунд, перед тем как бросить её в ближайшую мусорную корзину — а это значит, что они увидят только заголовок, рисунки и лозунг. Эти три элемента должны передать вашу основную идею, даже если больше ничего не будет прочитано. Они также являются вашим единственным шансом захватить внимание читателя настолько, чтобы текст листовки был прочитан.

Установите связь с интересами и чувствами аудитории

Постарайтесь захватить внимание аудитории заголовками, рисунками или фотографиями, а также лозунгами по широкому кругу проблем и ценностей, таких как вопросы охраны здоровья, воспитания детей, семьи, образования и достойного жилья — а не «профсоюзов», «профсоюзных прав» или «прав работников», «приватизации», «переговоров по заключению договора» или «справедливости». Захватите внимание работника, сфокусировавшись на улучшении условий труда, безопасности на производстве и повышении силы и влияния коллектива — а не на «органайзинге» или «росте профсоюза».

Чем короче — тем лучше

Старайтесь ограничивать текст одним — тремя короткими абзацами. Потом перечитайте и удалите лишние слова. Придерживайтесь одной центральной темы. Если есть другие серьезные вопросы, которые вы хотите донести, лучше посвятите им отдельные листовки.

Нужен приковывающий внимание заголовок

Один заголовок, напечатанный крупным шрифтом привлекает больше внимания, чем множество обычных. Чем короче основной заголовок, тем крупнее его можно напечатать, и тем эффективнее он будет смотреться.

Используйте подзаголовки, подчеркивающие основную мысль

В большинстве листовок используются подзаголовки, располагающиеся обычно под основным заголовком для дополнительной иллюстрации основной мысли. Если текст вашей листовки занимает больше чем один-два абзаца, вам

также нужно разбить его подзаголовками, предложениями, выделенными жирным шрифтом или оформить в виде «списка», обозначив его пункты жирными цифрами, кружочками, галочками или другими значками.

Рядом с текстом — выразительная картинка

Ничто так не усиливает эффективность листовки, как хорошая фотография или иллюстрация. Подкрепите свою мысль выразительной силой искусства, но помните, что для этого качество иллюстрации должно быть достойно её центрального места в листовке. Часто хорошей иллюстрацией может служить фотография работника.

Не позволяйте загромождать свою листовку скучным или бессмысленным «кариатурами», сбивающими читателя с толку и отвлекающими от вашей основной мысли. Если у вас нет хорошей картинки, используйте другие способы оживить листовку графически и сделать её интересной. Может быть, стоит попробовать цитату, набранную крупным шрифтом с еще более крупным вопросительным знаком? А как насчет подзаголовка, или выдержки из протокола встречи белым на черном фоне? А может это будет большая, бросающаяся в глаза стрелка, символ доллара, вопросительный знак?

Оставляйте свободное пространство

Незаполненное пространство не является пустой тратой бумаги, если оно помогает привлечь внимание читателя к основной мысли вашей листовки. Его можно эффективно использовать вверху страницы или ниже, с одной её стороны. Главное, чтобы свободное пространство не разрывало элементы листовки, не мешало целостности её восприятия.

Включите в текст призыв к действию

Крупным жирным шрифтом в конце листовки напишите, что может сделать читатель листовки, если захочет принять участие в решении проблемы. Не забудьте разместить контактные данные профсоюзной организации!

КАК ПРАВИЛЬНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЛИСТОВКИ В ОРГАНИЗАЦИОННОМ РАБОТНИКЕ

Что нужно делать

- Помните, что листовка — это всего лишь инструмент, позволяющий организатору завязать разговор. Листовка не может заменить общение один на один!
- Помните, что работодатель тоже прочитает листовку, поэтому нужно заранее подготовить работников к любым возможным последствиям (провести «прививку от работодателя»).
- Пройдите по тексту листовки вместе с работниками, задавая им открытые вопросы о том, что они думают по этому поводу.

- По возможности, составьте список всех работников получивших от вас листовку. Снова свяжитесь с работником через один-два дня, чтобы «прощупать» отклик на листовку.
- Если вы просите работника распространить листовку среди коллег, получите конкретный список получивших (для начала ограничьтесь 5–10 фамилиями).
- Кроме того, прорепетируйте с работником то, как он/она будут предлагать листовку своим коллегам.
- Установите конкретные сроки для распространения листовки и связывайтесь с работником, чтобы узнать, как он справился с заданием.

Чего делать не нужно

- Просто стоять и раздавать листовки, не пытаясь завязать разговор.
- Не стоит оставлять стопки листовок на рабочих местах, ожидая, что работники сами их подберут и прочитают.
- Ожидать, что работники раздадут сотни листовок своим коллегам.
- Ожидать, что работники самостоятельно прочитают листовку и вдруг захотят с вами связаться насчет профсоюза!

КАК НАПИСАТЬ ПРЕСС-РЕЛИЗ

Когда профсоюз ведет компанию или проводит акцию, время от времени назревает необходимость сообщить прессе приятные или неприятные новости. Для подобных случаев используется определенная форма подачи материала, которая называется «пресс-релиз» (англ. *press release* — сообщение для печати).

Ваша информация должна быть:

- **свежа:** пресс-релиз, начинающийся со слова «вчера», к сожалению, скорее всего запоздал.
- **достоверна** (лучше всего, подтверждена документально);
- **интересна, а лучше — сенсационна;** в этом случае даже устаревшая информация может пройти. Если новость «не тянет» на сенсацию, попробуйте подать ее по-другому, выискать хотя бы один-два момента, факта, высказывания и т.д. Подумайте, какого рода сообщение могло бы привлечь ваше собственное внимание.

Описывая событие, сосредоточьтесь в первую очередь на фактах и обстоятельствах, подтверждающих его общественную значимость. Позиция и намерения руководства той или иной организации — это тоже факты. Оценки подкрепляйте цитатами из высказываний экспертов.

Для лучшего восприятия информации пресс-релизы строятся по принципу «пирамиды» — так же, как и большинство статей в газетах — когда в первом абзаце дается краткая и наиболее важная информация о событии, а в последующих приводятся более обширные подробности, разъяснения или комментарии. Но вначале, конечно, идет заголовок.

Заголовок — одна из важнейших частей не только пресс-релиза, но и любой статьи или листовки, поскольку он увеличивает читаемость материала. Первая главная задача заголовка — помочь «продать» материал, послужить приманкой для читателя. Вторая — подвести читателя непосредственно к сути материала, то есть дать ему понять, о чем будет идти речь. При этом надо использовать только ключевые, значимые, точные слова, убирая из заголовка всю «воду», без которой можно обойтись. Однако мало подобрать точные слова — каждому заголовку нужна своя «изюминка», которая и вызовет ответный интерес. Для пресс-релизов особенно хороши заголовки с некоторым налетом скандальности, сенсационности. Хорошо, если заголовок написан в настоящем времени, это помогает создать ощущение сиюминутности.

Лучше всего заголовок оставить напоследок, когда материал будет уже оформлен и написан. Если даже в этом случае с написанием заголовка возникают трудности, то, скорее всего, в тексте неясно выражена главная идея материала. Можно воспользоваться следующим приемом: напишите обычное повествовательное предложение, передающее суть материала, а затем уберите лишние слова.

Первый абзац пресс-релиза (или статьи) называется лид (*англ. lead* — «ключ», «разгадка»). В журналистике существует множество путей написания лида, но в пресс-релизах обычно используется один — типа резюме, в котором описана главная тема материала. Другими словами, в лиде должны даваться ответы на основные шесть вопросов: кто, что, где, когда, почему и как.

После того, как написан лид, необходимо подумать о структуре остального материала. Как уже было сказано, лучше всего подавать текст в виде пирамиды.

Что должно быть в пресс-релизе:

1. Заголовок;
2. Место, дата и лид-резюме с наиболее важными фактами о событии;
3. 1–2 абзаца, в которых эти факты излагаются более подробно;
4. Абзац-предыстория, который связывает эти факты с тем, что происходило ранее, или демонстрирует их значимость;
5. Мнение самой организации (лидеров, экспертов) в виде цитаты;
6. Возможные перспективы развития событий;
7. Позиция и требования организации по этому поводу в виде цитаты.

Важно, чтобы текст поместился на одной странице (так большее количество людей прочтает его до конца), хотя в исключительных случаях, при обилии важной информации, пресс-релиз может выйти и на 2–3 страницах.

Бывает, что по мере развития ситуации необходимо выпускать дополнительные пресс-релизы. В таком случае в них лишь вскользь должны быть упомянуты предыдущие события, а основное внимание уделяется описанию новой ситуации. В случае необходимости проведения информационной кампании пресс-релизы должны выходить регулярно вплоть до окончания событий.

При написании пресс-релизов принято использовать беспристрастный тон, эмоции допустимо высказывать только в цитатах, выражающих личное мнение

людей, хотя и из этого правила бывают исключения. Но не увлекайтесь патетикой, иногда несколько правильно подобранных цифр оказывают большее воздействие, чем эмоциональные заявления, не подкрепленные доказательствами.

Учтите, что ничто так не подрывает доверия, как некомпетентность. Пусть точность станет буквально вашей навязчивой идеей. Вы обязаны не допускать ошибок, особенно в цифрах или технических вопросах. Если в пресс-релизе вы допустили фактическую ошибку, не пытайтесь о ней умолчать! Немедленно распространите текст с ее исправлением и извинениями. Если возможно, объясните, почему ошибка была допущена. Не забывайте о стилистике и возможных опечатках в тексте.

Очень важный момент — оформление пресс-релиза. Он обязательно должен быть напечатан на бланке с названием, эмблемой и контактами организации. Перед заголовком большими буквами должно быть написано «ПРЕСС-РЕЛИЗ». Использование подходящих фотографий или картинок только приветствуется. Заголовок следует выделять заметным шрифтом, возможно также выделение некоторых значимых слов или абзацев в самом тексте, скажем, курсивом, что облегчает восприятие. Если ваши пресс-релизы будут ярко и одинаково оформлены, это повысит их «узнаваемость», то есть даст им больший шанс быть замеченными среди потока другой информации (особенно, приходящей по факсу или электронной почте).

Постарайтесь не планировать проведение акций и выпуск пресс-релизов во время праздников или крупных общественно-политических событий. Все равно они останутся практически незамеченными. Исключение делается только для акций, пресс-конференций и пресс-релизов, непосредственно связанных с тематикой данных событий (например, антивоенные мероприятия в День Победы).

Если исходящие от вас материалы будут свежи, интересны, хорошо оформлены и предельно точны, журналисты будут вам доверять и в какой-то момент сами начнут звонить вам с просьбой предоставить им информацию. В конце пресс-релиза обязательно укажите ответственное лицо в вашей организации и способы контакта с ним, в случае, если журналисту потребуются дополнительная информация или некоторые пояснения. Здесь же можно дать краткое описание вашей организации.

Главные правила написания пресс-релизов:

- Пишется на фирменном бланке организации.
- Текст должен уместиться на одной странице.
- Использовать читаемый шрифт нормального размера.
- Все абзацы начинаются с красной строки либо разделены пустыми строками.
- Пресс-релиз должен иметь заголовок.
- Первая часть текста должна включать всю основную информацию.
- Текст должен быть интересным и не должно быть разночтений.
- Аббревиатуры вначале вводятся полностью.
- Обязательно должны быть указаны контактные координаты организации.

Пресс-релиз должен быть разослан в день написания (сразу же после события, которое произошло, или за несколько дней до события, проведение которого вы запланировали, например, митинга) по факсу или электронной почте в средства массовой информации, контакты которых необходимо собрать заранее. При рассылке пресс-релизов не забывайте про профсоюзные издания.

КАК ПРАВИЛЬНО ПРОВЕСТИ МИТИНГ ИЛИ ПИКЕТ?

Иногда бывает так, что во время профсоюзной кампании необходимо оказать давление на работодателя не только изнутри предприятия, привлечь к проблеме внимание общественности и СМИ — часто многие фирмы опасаются огласки, которая может испортить их имидж. Поэтому уличные акции — митинги или пикеты — могут порой существенно повысить сговорчивость администрации. Кроме того, это способ «психологического давления», поскольку хорошо организованная акция демонстрирует сплоченность профсоюза и коллектива, вашу уверенность в победе, а также наличие у вас союзников среди общественных или политических организаций, которые могут присоединиться к вам.

Чтобы провести митинг или пикет, нужно:

- 1.** Найти **ЕДИНОМЫШЛЕННИКОВ**, обсудить, чего вы хотите добиться, какими будут основные лозунги. Выбрать хорошее время и место для проведения акции.
- 2.** **ПОДАТЬ УВЕДОМЛЕНИЕ** (см. образец) в местную администрацию (обычно — в мэрию или администрацию района). Точную информацию о том, когда и куда принести уведомление, вам дадут по телефону в том же органе власти. Помните: пикет — массовое мероприятие **БЕЗ** использования звукоусиления. Уведомление о нем подается не позднее, чем за 3 рабочих дня до его проведения. Митинг предполагает использование звукоусиления. Уведомления о митингах и шествиях подаются за 10 дней до их проведения. К сожалению, хотя порядок проведения массовых мероприятий в России уведомительный, власти часто используют самые нелепые предлоги, чтобы отказать в проведении неприятной им акции. Стоит быть готовым к этому. Вам отказывают из-за того, что место занято или ограничивают число участников пятью? Торгуйтесь! Просите предоставить другое место, это право у вас есть по закону (продумайте возможные варианты), называйте большую численность участников и ищите «золотую середину».
- 3.** Обязательно убедиться, что по вашему уведомлению издано разрешающее постановление органа власти И **ПОЛУЧИТЬ ЕГО НА РУКИ!** Не забудьте принести его на митинг. Помните, организатор акции и уполномоченные должны присутствовать на ней лично, иметь при себе паспорта!
- 4.** **ЕСЛИ ВАМ ОТКАЗАЛИ:** помните, есть формы акций, не требующие предварительного уведомления! Это одиночный пикет (т.е. пикет из одного человека) и встреча с депутатом (митинг в форме диалога депутата любого выборного органа власти с избирателями — т.е. с кем угодно).
- 5.** После подачи уведомления можно начинать **АГИТАЦИЮ** — приглашать людей на акцию. Это можно делать по телефону, через объявления, можно придумать какую-нибудь необычную форму агитации.

6. НЕ ЗАБУДЬТЕ РАЗОСЛАТЬ ПРЕСС-РЕЛИЗЫ. Электронные адреса и факсы СМИ можно найти в телефонных справочниках и в интернете. Помните: пресс-релиз должен быть коротким, основная информация (что, где, когда и почему произойдет) должна быть изложена в первом предложении! Освещение вашей акции в СМИ — один из основных критериев успешности. Постарайтесь, чтобы участники акции знали все о ее целях и требованиях, тогда они смогут ответить на вопросы прессы.
7. Собираясь на акцию, НЕ ЗАБУДЬТЕ взять транспаранты и флаги, а также ДОКУМЕНТЫ и приходите ВОВРЕМЯ.
8. ПОДГОТОВЬТЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ — даже если это просто пикет без мегафона.
9. ЧТОБЫ СДЕЛАТЬ АКЦИЮ ЯРКОЙ и запоминающейся для участников, прессы и тех, кто ее увидит, можно использовать «шумовые эффекты» — кричалки, свистки, погремушки (пол-литровая пластиковая бутылка с горстью монет внутри), барабаны (если их нет, отлично подойдут пластиковые ведра, например, из-под краски).
10. Заранее распечатайте текст своего ОБРАЩЕНИЯ или требований — для прессы. Во время акции можно передать обращение в орган власти или работодателю, раздавать прохожим листовки, разъясняющие ее смысл.

ОБРАЗЕЦ!

Префекту ЦАО г. Москвы

УВЕДОМЛЕНИЕ О ПРОВЕДЕНИИ ПИКЕТА

На основании ФЗ от 19 июня 2004 года N 54-ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» и Законом г. Москвы от 4 апреля 2007 г. N 10 «Об обеспечении условий реализации права граждан Российской Федерации на проведение в городе Москве собраний, митингов, демонстраций, шествий и пикетирований» доводим до Вашего сведения, что **29 января 2009 г. инициативная группа граждан будет проводить пикет с предполагаемым количеством участников до 30 человек. Место проведения** — Гоголевский бульвар, д. 11 — офис «Дженерал Моторс». **Время проведения пикета** — с 16:00 до 17:00. **Цель:** привлечение общественного внимания к массовому увольнению работников предприятия «Джи Эм — АвтоВАЗ» в Тольятти. **Основной лозунг:** «Нет давлению на профсоюз!»

Обеспечением охраны общественного порядка и оказанием медицинской помощи во время проведения пикета будут заниматься уполномоченные организатором люди.

Организация общественного порядка будет осуществляться путём призывов организатора пикета и уполномоченных лиц непосредственно к работникам милиции.

Медицинское обслуживание в случае необходимости будет осуществляться с помощью вызова скорой медицинской помощи.

Организатор публичного мероприятия:

Уполномоченный по поддержанию правопорядка:

Уполномоченный по медицинскому обслуживанию:

(Укажите ФИО и паспортные данные: номер, кем и когда выдан, адрес регистрации, — а также контактный телефон КАЖДОГО ИЗ НИХ).

Прививкой от работодателя называют в профсоюзной среде предупреждение работников о возможных антипрофсоюзных действиях администрации.

Прививки. Все мы помним их по детскому саду или по школе. Многие их боялись, однако потом спокойно ходили в школу, не обращая внимания на всякие эпидемии.

Вообще-то, цель и механизм прививки — искусственно «заразить», внести болезнь в организм, но не по-настоящему, а так, чтобы организм сам смог с болезнью справиться, выработав к ней иммунитет. Так и при организации профсоюза необходимо выработать у работников «иммунитет» к противодействию администрации, в котором, как мы знаем, можно не только не сомневаться, но и которое примет предсказуемые формы. Для этого мы честно рассказываем работникам, что будет говорить и делать их начальство, чтобы не допустить их объединения в профсоюз.

Для чего мы это делаем?

Дело в том, что для большинства людей сама идея профсоюза является чем-то новым, незнакомым, и, как все незнакомое, одновременно манящим и пугающим. Тем более что, к сожалению, в нашем обществе профсоюзная культура, в настоящем смысле этого слова, пока практически отсутствует, а существующий профсоюзный опыт старшего поколения не всегда будет способствовать желанию людей вступить в такую организацию. Администрация использует это в своих целях и попытается «пугающую» часть усилить, а «привлекательную» свести к нулю. Ниже мы рассмотрим способы, которыми это обычно делается, а пока достаточно сказать, что противостоять им можно, в первую очередь — при помощи «прививки», т.е. честно предупреждая работников о той лжи, которую они наверняка услышат о профсоюзе от своего работодателя. Если люди услышат это сначала от организатора, вред удастся свести к минимуму.

Потом, когда люди увидят, как все, о чем предупреждали организаторы, «сбывается» — и именно так, как вы это говорили, ваш авторитет возрастает, а ложь работодателя не достигает своей цели.

ЧТО ДЕЛАТЬ?

Честно и откровенно расскажите, какие антипрофсоюзные тактики может применить (и скорее всего, применит) работодатель. Не нужно драматизировать, вы

же не хотите напугать активистов и отбить у них желание заниматься строительством организации... Однако, и умалчивать о враждебной реакции работодателя не нужно, она в любом случае будет. Но, кто предупрежден — тот вооружен!

NB

ПРАКТИЧЕСКИЙ СОВЕТ

Существует такой метод: организатор раздает работникам «список» антипрофсоюзных тактик, которые работодатель, скорее всего, будет применять. Когда тактика из списка действительно применяется, работники ставят напротив неё «галочку». Будет особенно эффектно, если работники решатся, как бы невзначай, продемонстрировать или даже открыто использовать эти списки против администрации на одном из «антипрофсоюзных» собраний.

АНТИПРОФСОЮЗНЫЕ ТАКТИКИ

Когда работники организуются в профсоюз, работодателю это, как правило, не нравится. Больше того, он попытается, если возможно, эту инициативу «задушить в зародыше». А как можно это сделать вернее всего? Сделать так, чтобы работники сами не захотели объединяться. За историю профсоюзного движения работодатели накопили множество тактик борьбы с профсоюзами. Они применялись тысячи раз на предприятиях разных стран и континентов и, в принципе, сводятся к стандартному набору подходов и схем, с небольшими вариациями. Приведем описание некоторых, наиболее распространенных из них, с которыми сталкиваются везде, где работники организуются в профсоюз. Все эти тактики можно разделить на две части, которые, однако, взаимосвязаны и дополняют друг друга в стратегии компании по противодействию организации профсоюза. Назовем их, условно, подходы «доброго» и «злого» полицейского.

Обычно компании предпочитают сначала играть в «доброго» полицейского, используя следующие приемы:

«Мы одна семья»

Прежде всего, почему работодатели так яростно сопротивляются организации работников? Потому что боятся, что им придется повысить заработную плату? Конечно, но почему тогда профсоюзу начинают противостоять ДО того, как он выдвинет какие либо требования?

Ответ на это вопрос в одном слове: власть. Работодатель хочет контролировать все аспекты работы компании, включая трудовые отношения. При этом стремление к полному контролю обычно пытаются завуалировать благими мотивами. Например, заботой о работниках как о членах семьи. Работодатель же в этой модели, конечно же, претендует на роль «отца семейства».

Руководство компании собирает работников на общее собрание, на котором продвигает мысль, что компания, работники и работодатель — это одна большая дружная семья, которая должна решать все проблемы «внутри», не вынося сор из избы. Профсоюз же представляется как «третья сторона», чужаки, которые заинтересованы лишь в получении денег от профсоюзных взносов, или продвижении своих лидеров на высокие посты в политических партиях и правительстве. «У нас нет нужды в профсоюзе, — заявляет работодатель, — ведь мы всегда сможем сами обсудить и решить любые проблемы внутри, без посторонних». «Вы всегда можете подойти ко мне или к любому менеджеру, сказать все, что вы думаете, высказать любые претензии, предложения и пожелания». «Наши двери всегда открыты для работников». Вот лишь несколько возможных проявлений такой тактики. Чем на практике заканчиваются индивидуальные попытки недовольных добиться изменений мы знаем, особенно в том, что касается заработной платы: им придётся выслушать и такое: «Не нравится — иди туда, где лучше!» А часто работодатель подкрепит это напутствие делом, уволив «слишком смелых» одиночек. С другой стороны, работодатель действительно выслушает организованных работников, потому что просто не сможет иначе!

«Профсоюзу нужны ваши деньги»

«Все, в чем заинтересован профсоюз — это получить часть вашей зарплаты». «Зачем платить деньги, заработанные тяжелым трудом, профсоюзу?» — говорят начальники, опять-таки исподволь намекая, что профсоюз — это не сами работники, а как бы посторонняя третья сторона. На Западе иногда компании даже публикуют размеры зарплаты руководителей профсоюзов, и задают работникам вопрос, действительно ли они хотят платить взносы на зарплату этих людей. Часто компания приводит сумму взносов, которую средний работник внес бы в течение нескольких лет (сумма, на первый взгляд, выглядит внушительно), чтобы вызвать в людях сомнение или даже жадность (так как на эти деньги можно было что-нибудь купить). О чем умалчивается, конечно, так это о том, что когда на рабочем месте существует боевой профсоюз, то под его нажимом работники добиваются от работодателя повышения заработной платы, многократно превышающего профсоюзные взносы. Вы, конечно, сможете доходчиво объяснить, зачем нужны взносы и что получают члены профсоюза? Тогда можно считать, прививка пройдет удачно!

«Профсоюз все испортит»

«Смотрите, как хорошо мы понимаем друг друга, — говорит компания, в лице менеджеров. — Пусть зарплата сейчас не очень большая, зато мы все одна семья (в одной лодке, делаем одно дело и т.п.) А если появится профсоюз, то так больше уже не будет. Мы не сможем доверять друг другу, как сейчас, а будем как бы врагами. Зачем это нужно? Пусть всегда будет так, как сейчас». Рассуждающие про одну лодку забывают уточнить, что интересы у пловущих в этой лодке разные и их положение в лодке сильно отличаются. Из трюма жизнь выглядит иначе, чем с верхней палубы лайнера. Поэтому, если для них профсоюз действительно может создать проблемы, для работников профсоюз

является решением многих проблем. Это и нужно донести до людей, и могу сказать вам, они это и сами знают.

«Профсоюзы всегда устраивают забастовки»

«Если здесь появится профсоюз, он устроит забастовку. Вы рискуете не получить вашу зарплату или вообще потерять работу». Это, конечно же, не так, но звучит правдоподобно, особенно для работников, не очень хорошо знакомых с принципами работы профсоюза. На самом деле, забастовки случаются не так уж часто, и никогда не «устраиваются» профсоюзом без поддержки абсолютного большинства работников-членов профсоюза. По правде говоря, забастовка для профсоюза — очень сложное и дорогостоящее мероприятие, на него идут, если другие способы добиться важных для работников результатов исчерпаны. Однако часто для этого профсоюзу достаточно продемонстрировать готовность к решительным действиям, в том числе — и к забастовке. И уж конечно, никакой профсоюз не привлекает в свои ряды работников с целью немедленной организации забастовки!

«Профсоюз — это бизнес»

«Профсоюз преследует, прежде всего, свои интересы. Если профсоюзу незачем решать ваши проблемы — он не будет этим заниматься. А поскольку, если есть профсоюз, вы уже не можете говорить о ваших проблемах напрямую со своим руководством, а только с профсоюзным представителем, некоторые проблемы так и не будут решены, или их решение затянется на неопределенный срок». Во-первых, никто не мешает руководителям решать проблемы работников по своей доброй воле. Однако, к сожалению, это не так часто происходит в реальной жизни. Скажу больше, если работодатель не слушает работников и не решает их проблемы, профсоюз тем более нужен. Опять же, профсоюз представляется работодателем как что-то постороннее, не контролируемое работниками и не относящееся к ним. На самом же деле, профсоюз — это, прежде всего сами работники, и цель профсоюза решать проблемы наиболее быстрым и эффективным способом.

Главное — опередить работодателя, честно и открыто рассказав о принципах работы профсоюза, финансировании его деятельности (взносы членов профсоюза идут на финансирование деятельности профсоюза, обучение, выпуск листовок и газет, органайзинг и т.д.), механизме принятия решений и т.д. Нужно ответить на все вопросы работников, особенно касающиеся моментов, описанных выше, так как тактика работодателя основана на недостаточной осведомленности работников о профсоюзах и стереотипах, поддерживаемых самими работодателями.

Еще «мягкие» тактики:

Подарки...

Узнав, что на предприятии работники обсуждают возможность объединения в профсоюз, работодатель может резко «подобреть», например, раскошелиться

на подарки к какому-либо празднику, выдать небольшую внеплановую премию, и т.п. Это сопровождается резким повышением уровня вежливости и предупредительности руководства. Идея та же: мы большая дружная семья, профсоюз может только все испортить (а жизнь-то налаживается). Важно помнить и разъяснить работникам, с чем связано столь резкое потепление... Как только работодатель почувствует, что ему ничего не грозит, ситуация станет прежней или ухудшится.

Психологическая зависимость

Многие работники настолько привыкли зависеть от воли начальства и доверять во всем менеджменту, что охотно вступили бы в профсоюз... при условии, что такое разрешение даст им руководство предприятия.... Например, на «Жи Эм – АвтоВАЗ», первый руководитель предприятия, человек властный, но «харизматичный», сумел внедрить в сознание рабочих мысль, что «на его предприятии никакого профсоюза быть не может». Работники искренне считали, что организовывать профсоюз на частном предприятии – противозаконно. Потребовалось с Трудовым кодексом в руках терпеливо объяснять им, что это не так!

Альтернативный голос

Основная причина, по которой менеджмент борется с профсоюзом, заключается в страхе потерять полный контроль над происходящим на предприятии, поделиться властью, правом принимать решения с трудовым коллективом. Однако в современном цивилизованном мире права трудящихся, в том числе – на организацию профсоюза и ведение коллективных переговоров, закреплены законодательно. Многие крупные компании, особенно – транснациональные корпорации – любят подчеркивать свою приверженность социальной ответственности на примере «социального партнерства» с работниками. Это не значит, что им нужен диалог с профсоюзом. Достаточно соблюсти видимость «диалога». Как контр-меру, и при том весьма эффективную, работодатель может пойти на создание «альтернативного органа, представляющего интересы работников». Это может быть «желтый» профсоюз, созданный по инициативе компании с одним из менеджеров во главе, либо лояльный администрации «совет трудового коллектива», или еще что-нибудь. Такая возможность Трудовым кодексом РФ предусмотрена. Главное, что при этом реального представительства работников нет, а компания ведет диалог по сути сама с собой.

Разделяй и властвуй...

Излюбленная тактика «повелителей» всех времен и народов. Борьба с профсоюзом – не исключение. Работодатель будет противопоставлять одни группы работников другим (молодых – «старым»), дневную смену – ночной и т.п.), чтобы помешать объединению большинства. Ваша задача – объяснить, что, несмотря на различия, интересы всех работников на 90% – общие, и от объединения они все выиграют.

Это из-за профсоюза!

Если тактики доброго полицейского не срабатывают, менеджмент начинает применять тактики давления, цель которых — напугать людей, связать психологически профсоюз с проблемами. Никто не любит проблемы. Большинство работников — не исключение. Повышая давление (придирки супервайзеров, мастеров и менеджеров, ужесточение требований и т.п.), работодатель будет каждый раз давать понять, что причина этого — появление профсоюза. Следовательно, чтобы давление было ослаблено или прекратилось, работники должны забыть о профсоюзе и навсегда подчиниться своим работодателям. Что делать? Нужно понимать, что давление не будет продолжаться вечно, и что чем больше и сплоченнее профсоюз, — тем труднее работодателю на него давить. Иногда это означает «перетерпеть трудные времена», но вы же не сомневаетесь, что оно того стоит?

Если это не помогло, работодатель может перейти к жесткой игре...

Ложь в отношении профсоюзов и профсоюзных активистов

Работодатели стараются дискредитировать лидеров и организаторов профсоюза. Про них распространяют порочащие слухи и сплетни, ложь и клевету. Людям через непосредственных начальников в беседах тет-а-тет пытаются внушить, что профсоюз — это затея аферистов, авантюристов и т.п., которые решают свои проблемы, хотя и нажиться за счет профсоюзных, сделать политическую карьеру и т.п. На некоторых это действует. Ответные меры? Очень просто: будьте честны перед людьми, будьте готовы отвечать на «неудобные» вопросы. Не пытайтесь скрывать что-то, о чем и так станет известно, но от администрации. Безгрешных людей не бывает, в конце концов, люди ждут от вас не этого, а эффективного лидерства в защите их интересов.

Репрессии и увольнения

Работодатель начинает «прессовать» активистов (придираться по всякому поводу, объявлять выговоры и даже увольнять). К этому тоже нужно быть готовым, прежде всего, самим активистам. Не лишним будет помнить, что согласно закону, уволить человека в нашей стране можно пока только по строго ограниченному списку причин (см. ст. 81 ТК РФ). Если вы не опаздываете, не приходите на работу пьяным, не отсутствующе на рабочем месте больше 4 часов подряд без уважительной причины, то уволить вас по закону будет не так просто. Хотя, конечно, «докопаться» можно и до столба. Главное самим не давать повода. «Мы (активисты) должны быть святее ангелов», — говорит по этому поводу председатель профсоюза «Форд Мотор Компани» Алексей Этманов. Случается, что активисты профсоюза, а также сочувствующие профсоюзу работники подвергаются дискриминации с целью принудить их к выходу из профсоюза либо к увольнению. Делайте то, что зависит от вас, выполняйте свою работу качественно и добросовестно, а если уж все равно уволят, у профсоюзов есть способы восстановить справедливость. Доказательство тому — многочисленные победы в судах по восстановлению незаконно уволенных активистов и успешные кампании солидарности.

Словно мухи по углам, ходят слухи по домам...

Начальство не всегда ведет себя настолько глупо, чтобы открыто, при свидетелях, угрожать работникам, вступившим в профсоюз. Достаточно просто дать понять, что вступление в профсоюз «не приветствуется». Слухи и намеки подчас более действенны, чем прямые угрозы. Для противодействия организации профсоюза менеджмент будет распространять слухи о том, что завод якобы закроют из-за профсоюза. Это, конечно, ложь. Никто не закрывает рентабельные заводы только из-за того, что на них появляется профсоюз. По крайней мере, этому нет никаких подтверждений. Однако такие слухи являются частью тактики запугивания, и, если их не «развенчивать», могут удерживать часть людей «на расстоянии» от профсоюза.

Профсоюзы будут существовать до тех пор, пока существуют две группы людей с противоположными интересами — работодателей и наемных работников. Интерес работодателя состоит в том, чтобы выжать из работника как можно больше, заплатив ему как можно меньше. В то же время рабочие заинтересованы в справедливом и достойном вознаграждении за свой труд.

Рабочие полностью зависят от зарплаты, которую дает только работа. Но работа может быть получена и отобрана по прихоти работодателя. Это значит, что рабочий не свободен в своем выборе. Он вынужден служить предпринимателю либо умереть от голода.

Этот конфликт интересов привел рабочих к осознанию необходимости объединения, чтобы сообща противостоять работодателям. Естественным инструментом для решения этой задачи и стал профсоюз.

В одиночку мы не можем защитить себя от произвола работодателей — несправедливых придинок и штрафов, незаконного увольнения. Не можем добиться улучшения условий труда, повышения зарплаты, не говоря уже о принятии справедливых социальных законов.

Но, объединившись, рабочие могут победить свое бессилие. Создав сильный профсоюз, мы получаем возможность общаться с работодателями на равных и возвращаем себе утраченное чувство собственного достоинства людей, трудом которых создается благосостояние общества. Мы восстанавливаем собственный контроль над условиями своей жизни и труда. Отныне мы не будем покорно принимать то, что преподносит нам администрация: сможем предлагать к реализации собственные идеи, добиваться приемлемых условий труда и уровня оплаты, на равных вести переговоры с работодателем.

Успехов вам!

МЕЖДУНАРОДНАЯ ФЕДЕРАЦИЯ МЕТАЛЛИСТОВ

Международная Федерация Металлистов представляет коллективные интересы 25 миллионов работников отраслей металлообработки, состоящих в 200 профсоюзных организациях в 100 странах мира. МФМ — федерация национальных профсоюзов, «профсоюз профсоюзов», в металлопромышленности на мировом уровне. Штаб-квартира МФМ находится в Женеве, Швейцария, где через сеть региональных офисов координируется ее деятельность по всему миру.

Штаб-квартира МФМ:

54bis, route des Acacias
Case Postale 1516
CH-1227 Geneva
Switzerland
Телефон: + 41 22 308 5050
Факс: + 41 22 308 5055
E-mail: info@imfmetal.org
www.imfmetal.org

Региональный офис МФМ в СНГ:

Россия, 129010, Москва,
Грохольский пер., 13,
стр. 2, оф. 211
Телефон: + 7 495 974 6111
Факс: + 7 495 974 1622
E-mail: pocis@imfmetal.org
www.imfmetal.org/cisro

ПРОФСОЮЗЫ РАБОТНИКОВ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ — ЧЛЕНСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ МФМ В РОССИИ

Профсоюз работников автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения (АСМ)

Россия, 119119, Москва,
Ленинский пр-кт, 42
Телефон: + 7 495 938 8413
Факс: + 7 495 938 8615
E-mail: afw@fnpr.ru

Межрегиональный профсоюз работников автопрома (МПРА)

Россия, 197198, Санкт-Петербург,
ул. Саблинская 13-15, литер А
Телефон: +7 812 975 1315
Факс: +7 812 975 1315
E-mail: etman@yandex.ru
www.ford-profsoyuz.ru

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА — КОНВЕНЦИИ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Центральный сайт МОТ

www.ilo.org

Страница Регионального офиса для Восточной Европы и Центральной Азии

www.ilo.ru

САЙТЫ ПРОФСОЮЗНОЙ ИНФОРМАЦИИ

**«Солидарность» — центральная газета
Федерации независимых профсоюзов России**
www.solidarnost.org

Новости и справочная информация о профсоюзах России
www.trud.org

Независимый портал профсоюзных новостей со всего мира
www.labourstart.org

**Институт «Коллективное действие» —
новости профсоюзов и социальных движений**
www.ikd.ru

ЮРИДИЧЕСКАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ И ИНФОРМАЦИЯ

Центр социально-трудовых прав
www.trudprava.ru

Ассоциация «Юристы за трудовые права»
www.llpa.ru

**Полные тексты всех законов и нормативных актов РФ
на сайте «Российской газеты»**
www.rg.ru/documents.html
www.rg.ru/biblio

Международная федерация металлистов

Москва, 2009

