



JAČANJE SINDIKATA KROZ SINDIKALNO ORGANIZOVANJE

Priručnik za sindikalne povjerenike

DECEMBAR 2022



Sindikat radnika trgovine
i uslužnih djelatnosti BiH

SADRŽAJ

Zakonska regulativa	4
Zašto strategija organizovanja	5
Šta STBIH može učiniti	7
Kako?	8
Naredni koraci	10

Vizija STBIH je stvaranje jedinstvenog i snažnog Sindikata u djelatnosti trgovine i usluga, koji će svojim autoritetom, prepoznatljivošću i brojnošću omogućiti članovima visok nivo zaštite njihovih prava i biti legitiman i dostojan predstavnik u zastupanju njihovih interesa.

Misija STBIH je da predstavlja i zastupa radnike u najdinamičnijem i najprogresivnijem sektoru, te u skladu s tim i definiše svoj osnovni cilj: osiguranje rada dostojnog čovjeka u sektoru trgovine i usluga u BiH. U ostvarenju svoje misije STBIH se opredijelio za rad zasnovan na povjerenju članova i zajednice te transparentan i otvoren pristup.

Sindikata trgovine i uslužnih djelatnosti Bosne i Hercegovine broji 13.637 članova. Iz godine u godinu se ovaj broj povećava. Samo u 2022. broj je povećan za 323 novih članova.

STBIH ne teži samo povećanju snage kroz osiguravanje novih članova, već i osiguravanju ostanka postojećeg članstva, te stalnom stvaranju aktivnog članstva koje se može mobilizirati kako bi se osnažila moć sindikata u pregovorima sa kompanijama i poslodavcima. Stoga je nužno unaprijediti organiziranost, snagu i utjecaj sindikata, što je moguće samo jačanjem solidarnosti i zajedništva, odnosno usvajanjem odgovarajuće strategije i povećanim zalaganjem za sindikalno organiziranje i učlanjivanje radnika trgovine i uslužnih djelatnosti u svim njegovim segmentima.



**Proaktivna strategija organiziranja
zahtijeva zajedničko razumijevanje snaga
i slabosti STBIH uz procjenu utemeljenu
na dokazima gdje postoji najveći
potencijal za rast**



ZAKONSKA REGULATIVA



Primarni cilj sindikalnog organizovanja direktno zavisi od općeg stanja radničkih i drugih socijalnih prava koje radnici i radnice mogu ostvariti, te mogućnosti pristupa javnim uslugama.

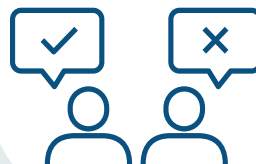
Zakoni o radu Federacije BiH (Član 8.) i Republike Srpske (Član 19.) jasno nalažu zabranu diskriminacije radnika kao i lica koja traži zaposlenje, s obzirom na spol, spolno opredjeljenje, bračno stanje, porodične obaveze, starost, invalidnost, trudnoću, jezik, vjeru, političko i drugo mišljenje, nacionalnu pripadnost, socijalno porijeklo, imovno stanje, rođenje, rasu, boju kože, članstvo ili nečlanstvo u političkim strankama i **sindikovima**, zdravstveni status, ili neko drugo lično svojstvo.

Nadalje, navedeni zakoni u članovima 14 (FBiH) i 209 (RS) omogućavaju radnicima provedbu prava da se po svom slobodnom izboru organizuju u sindikat i da se u njega učlanjuju, u skladu sa statutom i pravilima sindikata.

Članom 18 (FBiH) poslodavac je dužan osigurati odgovarajuće uslove za djelovanje sindikata u skladu sa kolektivnim ugovorom te sindikalnim predstavnicima, koji nisu u radnom odnosu kod poslodavca ali čiji sindikat ima članove kod poslodavca, i omogućiti slobodan pristup kod poslodavca kada je to potrebno za obavljanje sindikalne aktivnosti.

Članom 17 i 214 (RS) Sindikat ima pravo da zahtijeva od poslodavca i druge informacije značajne za ostvarivanje prava radnika, osim informacija koje predstavljaju poslovnu tajnu poslodavca te je isti dužan da sindikatu obezbijedi tehničko-prostorne uslove za njegovo djelovanje, u skladu sa prostornim i finansijskim mogućnostima, kao i da mu omogući pristup podacima i informacijama neophodnim za obavljanje sindikalnih aktivnosti.

Članovima 211 (RS) i 16 (FBiH) poslodavcima i udruženjima poslodavaca, kada djeluju u svoje ime ili putem drugog lica, člana ili predstavnika, zabranjeno je da se miješaju u organizovanje i rad sindikata, ili da, uz davanje materijalne ili druge podrške sindikatu, kontrolišu njegov rad.



Socijalni dijalog u Bosni i Hercegovini je nedovoljno razvijen i nedovoljno iskorišten.

Najugroženije pravo iz oblasti radnih odnosa koji radnici i radnike iz sektora trgovine mogu da ostvare jeste pravo na sindikalno organizovanje. U većini zemalja neophodno je prethodno odobrenje poslodavca kako bi sindikati mogli razgovarati s radnicima o učlanjenjima, dok samoinicijativno organiziranje radnika u sindikate je često predmet napada koji rezultiraju i otkazima i prijetnjama. Radnici i radnice se plaše učlanjivati u sindikate jer taj čin predstavlja visoku mogućnost gubitka posla, premještanje na druge neželjene radne zadatke te rezultiraju narušavanjem međuljudskih odnosa na radnom mjestu.

Ovakve prakse se rijetko spriječavaju od strane nadležnih javnih institucija, kao što su ministarstva rada ili inspekcija rada. Ulazak u sudski spor veoma često ne rezultira željenim ishodom zbog spornosti sistema. Poslodavci, nerijetko, provode procese uspostavljanja i neformalnog upravljanja sindikatima u svojim kompanijama kako bi osigurali kontrolu.

Takvi sindikati ne samo da postoje na nivou kompanije, nego čak i na nivou sektora.

ZAŠTO STRATEGIJA ORGANIZOVANJA

Sektor trgovine prolazi kroz drastične promjene koje transformišu poslovanje velikih i malih kompanija i time uveliko utiču i na radničke odnose. Globalizacija koja postaje ukorijenjena u procesima uspostavljanja globalnih lanaca snabdijevanja, velikom protočnošću robe i ljudi, potom digitalizacija i automatizacija poslovanja, te porast e-trgovine u posljednje dvije godine, najznačajniji su društveni procesi koji mijenjaju sve segmente društva, a time i sektor trgovine i radničke odnose.



Organizovanje i motiviranje članova sindikata da aktivno djeluju predstavlja ključni faktor u izgradnji snage sindikata. Neophodno je da sindikat regrutuje nove članove, da ih mobilise i aktivira kako bi efikasno branio interese radnika. Jak sindikat u stanju je da pregovara oko kolektivnih ugovora, oko unapređenja zarada i uslova rada, u cilju obezbjeđenja sigurnog i zdravog radnog mjesta i rješenja problema kada do njih dođe.

Uticaj ovih društvenih trendova u svakodnevnom životu i radu je evidentan i zahtijeva urgentno i sistemsko prilagođavanje sindikalnog organizovanja.

U takvom kontekstu hitno je potrebno raditi na izgradnji sindikalne moći. To je jedini način da svaki radnik bude u stanju da se bez straha učlani u sindikat, da mu kolektivni ugovor pruži zaštitu i da mu se obezbijedi zarada od koje može da živi.

Polazište strategije treba da počiva na regionalnom pristupu jer odabrana okvirna orijentacija sindikalnog organizovanja u zemljama regije mora da bude regionalno povezivanje i ujedinjavanje sindikalne akcije.

Bez ovakvog pristupa sindikati trgovine neće moći da individualno odgovore na izazove koji se već nalaze pred njima.



Sektor trgovine i uslužnih djelatnosti karakterišu loši uslovi rada. Česta praksa su duže radno vrijeme od onog predviđenog Zakonom, uobičajan je rad nedjeljom, nedostatak redovnih ugovora, nedostatak broja propisanih dana godišnjeg odmora te plate koje nisu adekvatne. Plate su daleko niže od plate koja radniku/radnici i njihovim porodicama mogu da obezbijede pristojan životni standard. Prekovremeni rad često nije adekvatno plaćen. Ovi problemi se pogoršavaju u nastavku lanca snabdevanja gde je nezavisni nadzor manji i pritisak na cijene i rokove isporuke veći.

Neophodno je da Sindikat trgovine i uslužnih djelatnosti kroz strategiju sindikalnog organizovanja osigura da organiziranje bude prioritet u sindikalnom pokretu ali i na tržištu rada uopšte te da naponi i resursi budu usmjereni tamo gdje će imati najveći efekat.

ŠTA STBIH MOŽE UČINITI

Naznačajnija statistika koju svaki sindikat mora efikasno razvijati je evidencija članstva. Usporedno sa ovom evidencijom, neophodno je da STBIH kontinuirano prati tržište rada u području trgovine i uslužnih djelatnosti te mapira potencijalno članstvo. Na ovaj način se dodatno može pratiti i trend na tržištu rada za mlade. Ovakav vid praćenja je ključni za izradu pristupa novim članovima sindikata iz reda mladih.

Organizovanje je uobičajena aktivnost svakog sindikata i sastavni je dio ostalih dimenzija sindikalnog djelovanja. Kolektivno pregovaranje i svakodnevni kontakti s članovima svakako su dio kontinuiranog procesa podrške i očuvanja postojećem i poticanju novog članstva. Međutim, sindikati mogu pokretati posebne inicijative s ciljem širenja doseg a svoje prisutnosti izvan utvrđenih granica zastupljenosti. To znači razumijevanje specifičnih promjena koje se događaju i koje bi mogle biti povezane s mnogim faktorima kao što su digitalizacija, privatizacija i starenje stanovništva.

Javne ili interne rasprave mogu pomoći u identificiranju područja u kojima je potrebna intervencija, čime se oblikuju organizacijske strategije sindikata.

Ipak, nerijetko je da iako dobro organizovani, sindikati nemaju sagovornika u poslodavcima, ili pak imaju sagovornike sa kojima ne mogu pregovarati. Ovakvo odsustvo interesa za pregovaranje onemogućava sindikatu da zastupa prava radnika i radnica promovirajući i boreći se za njihovu ravnopravnost i pravednost na radnom mjestu.

Da li to umanjuje ulogu sindikata? Upravo suprotno, sindikati imaju ključnu ulogu u novim kapitalističkim sistemima u onoj mjeri u kojoj skreću pažnju na ekonomske prilike i zalažu se za prava radnika. Sindikalno organizovanje se u cjeloj regiji pokazalo kao koristan metod za povratak članstva izgubljenog u periodu tranzicije ali i uključivanje novog koji je u tranziciji nastao.

Efikasna sistem evidencije članstva trebao bi sadržavati informacije koje se odnose na opis radnog mjesta, naziv poslodavca, veličinu kompanije, prosjek plate, lične podatke radnika/radnice, te demografske podatke poput starosne dobi, spola i sl.

STBIH kroz angažman mladih u sindikatu omogućava smisleno sudjelovanje mladih u radu sindikata, sistematično bavljenje temama za mlade prema njihovim potrebama i izgrađuje kapacitete mladih sindikalista i ulaže u ljudske resurse što može dovesti do poboljšanja položaja mladih na tržištu rada.

Poželjno je da STBIH ima nacionalni ali i regionalni pregled razvoja radne snage kako bi mogao adekvatno razvijati pristupe i strategije uključivanja novih članova.

STBIH mora kontinuirano pratiti postojeće i mapirati potencijalno članstvo. Kroz promovisanje svojih uspjeha u zastupanju radnika i radnica, STBIH ukazuje na svoju snagu i uspjeh ukazujući gdje se resursi za sindikalno organiziranje mogu najbolje primijeniti.

KAKO?

U svrhu povećanja sindikalnog članstva postoje različite vrste strategija i pristupa organiziranju.

Organiziranje inicijativa na individualnom nivou može uključiti radnike kroz stvaranje ili aktiviranje mreža radnika, ili udruženja, koja se mobiliziraju oko zajedničkih ciljeva i time jasno određuju postojanje kolektivnih interesa i identiteta. Sudjelovanje u takvim aktivnostima daje poticaj za učlanjenje u sindikate, a ne predstavlja trošak. U drugom slučaju, sindikati mogu naglasiti pozitivne razloge članstva u sindikatu i njegovu sposobnost da odgovori na pojedinačne interese radnika.

Navedeno se obično postiže pružanjem usluga koje su rezervirane za članove, za razliku od kolektivnih pregovaranja, od kojega imaju koristi svi radnici koji pripadaju nekoj pregovaračkoj jedinici, u ovom slučaju trgovine i uslužnih djelatnosti, bez obzira da li su članovi ili ne.

Takva individualizacija prednosti vezanih uz sindikalno predstavljanje u svakom slučaju ostaje ugrađena u kolektivni identitet koji čini osnovu sindikata, što potvrđuje neprofitna priroda pružanja usluga i prisutnost solidarnosti među članovima.

Kampanje informisanja i podizanja svijesti još su jedan način da se nedvosmisleno usmjere na ulogu i aktivnosti sindikata i njihovu učin-

kovitost u pogledu zastupanja radnika i radnica. Oglašavanjem prednosti kolektivnog zastupanja i pregovaranja za svakodnevnu radnu praksu u kampanjama usmjerenim prema potencijalnim članovima, sindikati nastoje povećati broj ljudi koji se učlanjuju u sindikate.

Uobičajeni primjeri inicijativa na organizacijskom nivou su osnivanje posebnih odbora ili tijela unutar sindikata koji imaju značajnu ulogu u odnosu na pojedine grupe radnika.

Poželjno je stvaranje ženskih sekcija i odbora za jednake mogućnosti ili onih koji se tiču mladih radnika. Ovaj pristup također može uključivati provođenje određenih procesa za podršku zastupljenosti relevantnih grupa radnika, kao što je rodno osviještena politika ili definiranje kvota u upravnim tijelima sindikata.

Što se tiče povećanja članstva, pretpostavka je u ovom slučaju da je sklonost učlanjenju u sindikat među određenim skupinama radnika direktno povezana s relevantnošću interesa takvih grupa u procesu donošenja odluka tog određenog sindikata.

STRATEGIJA ORGANIZIRANJA - OSNOVE I NIVOI

		Fokus	
		Podaci koji su prikupljeni	Rezultati koji su postignuti
Nivo	Individualni	Utemeljeno na umrežavanju: sudjelovanje pojedinca	Interesno utemeljeni: individualna korist
	Organizacijski	Na temelju grupe: zastupljenost kategorija	Na temelju aktivnosti: sindikalna učinkovitost

NAREDNI KORACI

1 Priprema terena za sindikalno organiziranje



- Osigurati čvrstu saradnjom sa svakim od sindikata iz regije (Hrvatska, Crna Gora, Republika Sjeverna Makedonija) s obzirom na njihov specifičan kontekst u nacionalnim okvirima zemlje.
- Kreirati zajedničku viziju kao produkt mapiranja potencijalnih novih članova i procjena trendova zapošljavanja kako bi se razumjelo gdje se očekuje rast radne snage.

2 Odabrati kompaniju/e i osigurati podršku izvana



- Usmjeriti se na jednu do dvije kompanije koje postoje u svakoj od zemalja kako bi se započeo proces socijalnog dijaloga
- Direktno pregovarati sa UNI Global Union kao globalnom sindikalnom federacijom s podružnicama u 150 zemalja za pribavljanje pomoći pri prvom kontaktiranju odabranih kompanija
- Pribavljanje dozvole ili obezbijedivanje "povoljnog" kontakta unutar kompanije

3 Formiranje odbora i započinjanje socijalnog dijaloga



- Formiranje odbora
- Zapčinjanje bipartitnih i tripartitnih dijaloga
- Obezbijeđivanje podrška sindikalnog vodstva na nacionalnoj razini
- Kreiranje kampanja učlanjivanja u sve četiri zemlje
- Informiranje potencijalnih novih članova o kampanjama učlanjivanja i drugim inicijativama za učlanjivanje
- Izrada posebno ciljanih kampanja za mlade koje su za njih prilagođene (adekvatne) kako bi se obezbijedilo njihovo pridruživanje sindikalnom pokretu
- Razvijanje posebnog plana privlačenja novih članova metodom individualnih razgovora (face to face) kao tehnike sindikalnog organizovanja
- Učvršćivanje partnerstva sindikata i stvaranje međunarodne suradnje



FORTENOVA GRUPA zapošljava oko 50.000 radnika u više od 30 administrativnih sjedišta, 29 proizvodnih pogona te preko 2500 prodajnih lokacija i distribucijskih centara. Vlastitim operativnim poslovanjem izravno sudjeluje u proizvodnji hrane, upravljanju maloprodajnim lancima i poljoprivredi na tržištima Hrvatske, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Srbije i Crne Gore.

KONZUM D.D. je najveći hrvatski lanac supermarketa s nešto više od 700 trgovina i više od 12.000 zaposlenih. Konzum također ima prodavnice u Bosni i Hercegovini, Republici Sjevernoj Makedoniji, te Srbiji i Crnoj Gori gdje posluje pod robnom markom Idea.

MERCATOR D.O.O. posluje na tržištima Srbije, Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Republike Sjeverne Makedonije i Crne Gore sa osnovnom djelatnošću maloprodaja robe široke potrošnje. Mercator grupa posluje na četiri regionalna tržišta u više od 1.000 prodavaonica te zapošljava preko 20.000 ljudi.

LIDL D.O.O. ima svoje maloprodajne lance u Hrvatskoj i Srbiji, zapošljava 6000 radnika te provodi pripremne aktivnosti za otvaranje prvih objekata u Bosni i Hercegovini, Republici Sjevernoj Makedoniji i Crnoj Gori.

JYSK D.O.O. je prisutan u sve četiri zemlje regije sa misijom i vizijom dobrobiti za njihove radnike u trgovinama, ali i na radnike koji su dobavljači širom svijeta. Ima 3200 trgovina u 48 zemalja svijeta i zapošljava 30000 radnika.

H&M D.O.O. H&M Hennes & Mauritz AB (H&M) švedska je multinacionalna tekstilna kompanija koja je poznata po svojim kvalitetnim modnim kreacijama za žene, muškarce, tinejdžere i djecu. H&M posluje u 62 države svijeta sa 4.000 trgovina, a godine 2015. kompanija je brojala 132.000 zaposlenika. Ima svoje trgovine u sve četiri navedene zemlje u regiji.

* Clanovi od toga gdje su je bolje (u dokumentima, bilješkama, firmi, odnosi u drugo, bolje pismu, igrački, istu drugo, u drugo, analize, relativno...)

* Mladi ljudi se više nego ikad su se dali... (odnosno, gdje više angažirani su kroz mrežnu i praktično su više angažirani...)

* Najveći problem je starij... (direktan odgovor na pitanje...)

* Da li UN Global Union može ostvariti svoje ciljeve u B.S.?

H&M (u B.S. ima, ali trenutno nema...)

JYSK (u B.S. ima, ali trenutno nema...)

LIDL (u B.S. ima, ali trenutno nema...)

JM (u B.S. ima, ali trenutno nema...)

Forta Nova (Hercovic, koronavirus...)

IDEA -> Regionalni otkaz... (4000 + 8000 + 10000...)

1. Formirati odbor... 2. Organizirati... (organizirati...)

1) Odlaze u investicijama zbog... (Nesigurnost, mala...)

2) Uvoljavaju se u sindikat... (Potencijal: stvaranje...)

3) Inditex... (Povjerenje...)

* Vredni/bolji... (Vredne u...)

Uključuje... (Potencijalni rast...)

Standardno... (Svećenje...)

INFORMISANJE NOVIH ČLANOVA... (EDUKACIJA...)

BOLJA PODRŠKA ZA RADNIKA... (PRISTUPAČNOST...)

VELIKA JARAJALJA... (POTPISIVANJE...)

SARAJEVA... (SINDIKAT...)

Image of trade union... (Not relevant...)

Let's see... (Outline the region...)

Let the youth be... (Future members...)

Let's see... (Support...)

Ovaj dokument nastao je kao dio zajedničkog rada Sindikata trgovine i uslužnih djelatnosti BiH, Crne Gore, Hrvatske i Republike Sjeverne Makedonije te njegovih članova i članica.

Dokument je rezultat participativnog sudjelovanja svih učesnika na Regionalnom sastanku koji je održan u Bijeljini 04–06.11.2022. koji je vodila i moderirala mr.sc. Ivona Čelebičić, koja je ujedno i kreatorica ovog dokumenta.

SINDIKAT PO MJERI RADNIKA

KONTAKTI:

www.stbih.ba

telefon: 061 144 679

www.facebook.com/STBIH/

Projekat podržao
Olof Palme International
Center (OPIC)

