



**Конвенция №177 и кампания организации HomeNet
International в поддержку достойного труда
Инструментарий для проведения кампании и адвокационной
деятельности**

**МОДУЛЬ 2
ПОДГОТОВКА КАМПАНИИ С УЧЕТОМ СПЕЦИФИКИ
ВАШЕЙ СТРАНЫ**

Перед запуском кампании или анализом ее планов важно оценить ситуацию в стране. Необходимо ответить на вопросы, касающиеся политической, экономической, организационной и правовой обстановки. Следует определить ключевых лиц, принимающих решения, и союзников, а также оценить сильные и слабые стороны своей организации. В этом модуле представлены идеи и практические рекомендации, которые помогут вам провести такую оценку для разработки четких целей и предложений по кампании.



Модуль 2

Подготовка кампании с учетом специфики вашей страны



В данном модуле мы рассмотрим:

- Подготовительные шаги, которые необходимо предпринять для организации кампании
- Идеи и практические инструменты для оценки ситуации в стране

Кому это будет полезно?

- Членским организациям, которым необходимо провести оценку или переоценку ситуации в своей стране, чтобы более эффективно подготовить свои кампании и разработать стратегии по адвокации.

1. Прежде чем начать: этапы кампании

Понимание кампаний

Когда вы проводите кампанию, вы стремитесь добиться изменений, которые важны для ваших членов и которые могут улучшить их трудовую жизнь. Вы пытаетесь убедить тех, кто имеет право принимать решения, принять меры по вопросу, по которому вы проводите кампанию. Вы также хотите изменить отношение и мнение людей. Делайте это с помощью различных хорошо спланированных и скоординированных мероприятий.

Кампании преследуют четкие цели, должны быть реалистичными и проводиться в четко определенные сроки. HNI приняла решение о том, что глобальная кампания будет проводиться в течение четырех лет (2023–2027 гг.). Кампания в вашей стране может начинаться и заканчиваться в немного другие сроки, но должна вписываться в общие временные рамки.

Десять шагов по организации успешной кампании

Вот некоторые из ключевых шагов, которые необходимо предпринять при организации кампаний. Возможно, вам понадобится выполнить все шаги или только некоторые из них. Вы можете изменить порядок шагов в зависимости от обстоятельств. Возможно, вам придется вернуться и повторить какой-то шаг. Кампания редко проходит по линейной схеме.

Шаг 1:	Выявление и анализ проблемы и ситуации в стране
Шаг 2:	Определение лиц, принимающих решения, и степени их влияния (цели кампании)
Шаг 3:	Выявление союзников и степени их возможного влияния
Шаг 4:	Оценка своей правовой и политической ситуации и пробелов в ней
Шаг 5:	Проведение организационной оценки (сильные и слабые стороны)
Шаг 6:	Согласование своих целей, задач, предложений (обзор)
Шаг 7:	Разработка стратегии и тактики кампании
Шаг 8:	Подготовка плана мероприятий и его реализация
Шаг 9:	Постоянный анализ прогресса (мониторинг)
Шаг 10:	Завершение, оценка и планирование следующих шагов

Лидерство и координация

Лидеры играют решающую роль в кампании. Без преданных, сильных, трудолюбивых и вдохновляющих лидеров кампания не пойдет вперед. Необходимо работать совместно с **Координационным комитетом кампании (ККК)**. Создайте его на ранних этапах. В состав ККК должны входить люди, у которых есть время и которые готовы посвятить себя делу. Если ваша организация действует на национальном уровне, то важно, чтобы в ее составе были представители из разных регионов.

Роль Координационного комитета кампании (ККК)

- Детальное планирование и подготовка
- Исследование и сбор информации
- Координация деятельности
- Ответность перед руководством и членами организации и получение от них комментариев
- Развитие потенциала членов, обучение и мобилизация
- Медиа-деятельность: внутренняя и внешняя
- Анализ прогресса и предложение изменений
- Руководство процессом оценки кампании

2. Оценка ситуации в вашей стране

Вам необходимо перенести свою кампанию с глобального уровня на местный. Насколько проблемы, цели и стратегии, которые вы определили для глобальной кампании, применимы в вашей стране? Большинство из вас провели первоначальный анализ ситуации в своих странах и определились с тем, каким путем будет проводиться кампания. (См. Модуль 1)

По мере углубления анализа вы обнаружите новые факты, столкнетесь с неожиданностями, посмотрите на вещи под другим углом. Это может подтолкнуть вас к формулированию новых целей. Затем вы разработаете четкие предложения по изменениям и согласуете подробную стратегию и тактику.

Инструменты оценки

Вот несколько инструментов, которые помогут вам провести анализ. Обратите внимание, что чем больше лидеры и члены участвуют в подготовительных мероприятиях, тем успешнее будет ваша кампания.

Наши обстоятельства: ситуационный анализ

Важно проанализировать, какие факторы в вашем окружении повлияют на вашу способность провести успешную кампанию. Что необходимо учитывать при планировании вашей адвокационной работы и других мероприятий? Также важно четко определить проблему, на которой вы сосредотачиваетесь, и необходимые изменения.

Диаграмма или таблица – полезный инструмент, который поможет вам запомнить ключевые факторы в контексте вашей страны, способные либо помешать, либо помочь вашей кампании. Если вы уже проводили анализ ранее, возможно, вам стоит пересмотреть ситуацию, поскольку политическая обстановка и направления развития политики могут быстро меняться.

Вот пример ситуационного анализа. Его можно составить коллективно с помощью карточек или диаграмм.

Вывод: Политическая ситуация в вашей стране может помочь или помешать кампании.

- В 2009 году, когда была ратифицирована Конвенция № 177, в **Болгарии** было лояльное правительство, однако впоследствии оно сменилось. С тех пор правительство отказывается в полной мере выполнять положения Конвенции № 177.

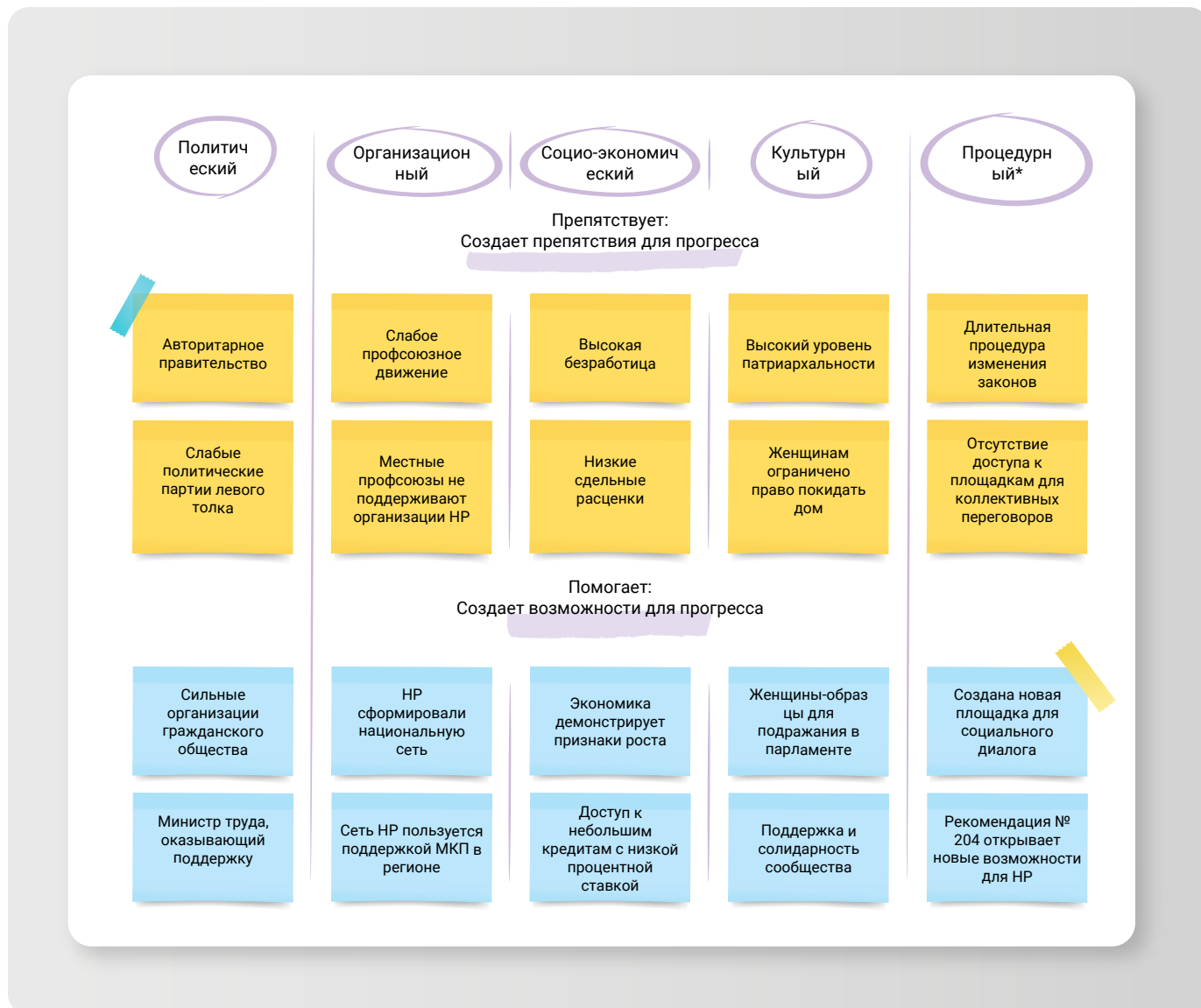
Инструмент 1: Инструмент ситуационного анализа – Пример

Проблема: Надомные работники не признаются в качестве работников, не имеют трудовых прав и не пользуются защитой.

Вопросы: В вашей стране:

Какие факторы, открывающие новые возможности, могут помочь вашей кампании?

Какие факторы, создающие препоны или затруднения, могут помешать вашей кампании?



* Ниже приведены инструменты для оценки правовой и политической ситуации в отношении надомных работников.

Правовые и политические инструменты

Поскольку эта кампания направлена на изменение законодательства и политики, ваш анализ должен быть сосредоточен на выявлении и анализе законов и политики, которые вы хотите изменить. Сначала ознакомьтесь с Модулем 4: «Правовая и политическая среда», а затем выясните, как работает ваша правовая система, ответив на следующие основные вопросы: Какая у вас правовая система? На каком уровне принимаются соответствующие законы и политика? Какие правовые инструменты имеются в вашем распоряжении, например, законы, политика, соглашения? Вот два контрольных списка, которые помогут вам в обсуждениях и подготовке предложений.

Инструмент 2: Контрольный список по законодательству и политике № 1 – Конвенция № 177 и национальное законодательство

Сравните статьи Конвенции № 177 с правовой базой вашей страны. Затем определите существующие пробелы. Это важно, если ваша кампания направлена на ратификацию Конвенции № 177 и реформу трудового законодательства. Воспользуйтесь наводящими вопросами, чтобы облегчить оценку.

Наводящие вопросы	Статья в Конвенции № 177	Положения в вашем национальном законодательстве	Выявленные пробелы/ комментарии
1. Определение термина «надомный труд» и «работодатель» <ul style="list-style-type: none">● Включает ли это определение дом или помещение по выбору надомного работника (кроме рабочего места работодателя)?● Работодатели, которые напрямую или косвенно нанимают надомных работников, считаются ли они работодателями?			
2. Заработная плата и сдельная плата <ul style="list-style-type: none">● Существует ли равенство в обращении между надомниками-субподрядчиками и другими наемными работниками?● Равны ли сдельные ставки/заработная плата надомников-субподрядчиков заработной плате других наемных работников, таких как заводские рабочие?			
3. Образование организации <ul style="list-style-type: none">● Могут ли надомники-субподрядчики создавать организации по своему усмотрению?● Имеют ли они право на ведение коллективных переговоров?			
4. Законодательно установленная социальная защита <ul style="list-style-type: none">● Должны ли работодатели вносить взносы в систему социального страхования?			
5. Охрана материнства <ul style="list-style-type: none">● Имеют ли надомники-субподрядчики право на охрану материнства?● Существует ли равенство в отношении к надомникам-субподрядчикам и другим работникам?			

Наводящие вопросы	Статья в Конвенции № 177	Положения в вашем национальном законодательстве	Выявленные пробелы/ комментарии
6. Статистика <ul style="list-style-type: none"> Включены ли надомники-субподрядчики в статистику по занятости? 			
7. Право на проверку <ul style="list-style-type: none"> Имеют ли инспекторы по труду право проводить проверки на рабочих местах надомников-субподрядчиков или их работодателей? 			
8. Средства правовой защиты и штрафные санкции <ul style="list-style-type: none"> Существуют ли средства правовой защиты для надомников-субподрядчиков в случае нарушения законов и нормативных актов? Включает ли это штрафные санкции? 			

Инструмент 3: Контрольный список по правовым и политическим вопросам № 2 – Разработка национальной политической основы

Наводящие вопросы помогут вам сформулировать предложения по политике или руководящим принципам для надомных работников или соглашениям с работодателями. Эти вопросы в основном взяты из Рекомендации 184 и национальной политики.

Тема	Наводящие вопросы	Для кого
Отношения между работодателем и наемным работником	<ul style="list-style-type: none"> Являются ли дома или места, выбранные надомниками-субподрядчиками (кроме рабочего места работодателя), рабочими местами? Считаются ли надомники-субподрядчики наемными работниками? Есть ли способы установления отношений между наемным работником и работодателем? 	Надомников-субподрядчиков
Оплата и условия труда	<ul style="list-style-type: none"> Получают ли надомники-субподрядчики такую же плату за труд, что и другие работники? Получают ли надомники-субподрядчики оплату регулярно? Существуют ли какие-либо ограничения по времени работы? Имеют ли надомники-субподрядчики право на отпуск? 	Надомников-субподрядчиков

Тема	Наводящие вопросы	Для кого
Право на объединение и коллективные переговоры	<ul style="list-style-type: none"> ● Могут ли надомные работники создавать организации по своему усмотрению? ● Есть ли какие-либо препятствия для объединения? ● Участвуют ли организации надомных работников в коллективных переговорах или переговорных процессах? 	Всех надомных работников
Гигиена и безопасность труда	<ul style="list-style-type: none"> ● Обязаны ли работодатели предоставлять средства индивидуальной защиты и информацию о безопасности и гигиене труда? ● Несут ли работодатели ответственность в случае возникновения проблем с охраной труда или получения производственных травм? ● Имеют ли надомники-субподрядчики право отказаться от работы в случае возникновения опасности? ● Есть ли перевод руководящих принципов и правил? 	Надомников-субподрядчиков Возможно, в политике есть какие-то положения, касающиеся НР.
Социальное обеспечение (социальная защита)	<ul style="list-style-type: none"> ● Должны ли работодатели, нанимающие надомников-субподрядчиков, платить взносы в систему социального страхования? ● Все ли надомные работники имеют доступ к социальной защите? ● Легко ли получить доступ к социальному обеспечению/ социальной защите? 	Надомников-субподрядчиков и самозанятых надомных работников
Обеспечение исполнения	<ul style="list-style-type: none"> ● Существует ли право на проверку рабочих мест? ● Существует ли право требовать предоставления информации и вызывать в суд? 	Надомников-субподрядчиков
Механизмы разрешения споров	<ul style="list-style-type: none"> ● Кто может быть привлечен к ответственности за жалобы, невыплату заработной платы надомникам-субподрядчикам? ● Есть ли такие механизмы? ● Насколько они дороги в применении? ● Кто может представлять интересы надомника-субподрядчика? 	Всех надомных работников
Программы поддержки	<ul style="list-style-type: none"> ● Содействует ли правительство доступу к механизмам кредитования, приобретению жилья, обучению, уходу за детьми? ● Предусматривает ли это создание сетевых центров для надомных работников? ● Имеется ли информация на местных языках? 	Всех надомных работников
Учет и статистика	<ul style="list-style-type: none"> ● Должны ли работодатели, нанимающие надомников-субподрядчиков, вести учет? ● Отражается ли надомный труд и место работы в официальных статистических данных? 	Всех надомных работников

Схема взаимодействий: действующие лица и союзники

Определение основных действующих лиц/заинтересованных сторон в отношении надомных работников является важным этапом в планировании кампании. Вам необходимо знать, кто является лицами, принимающими решения, и кто имеет полномочия изменять законы и политику, которые затрагивают надомных работников. Вам также необходимо знать, кто может влиять на принятие решений. Кроме того, вам нужно знать, кто будет выступать против ваших предложений, а кто будет поддерживать вас и сотрудничать с вами – ваши союзники. Ниже представлены два инструмента для составления схемы взаимодействий, которые помогут вам определить цели вашей кампании и союзников.

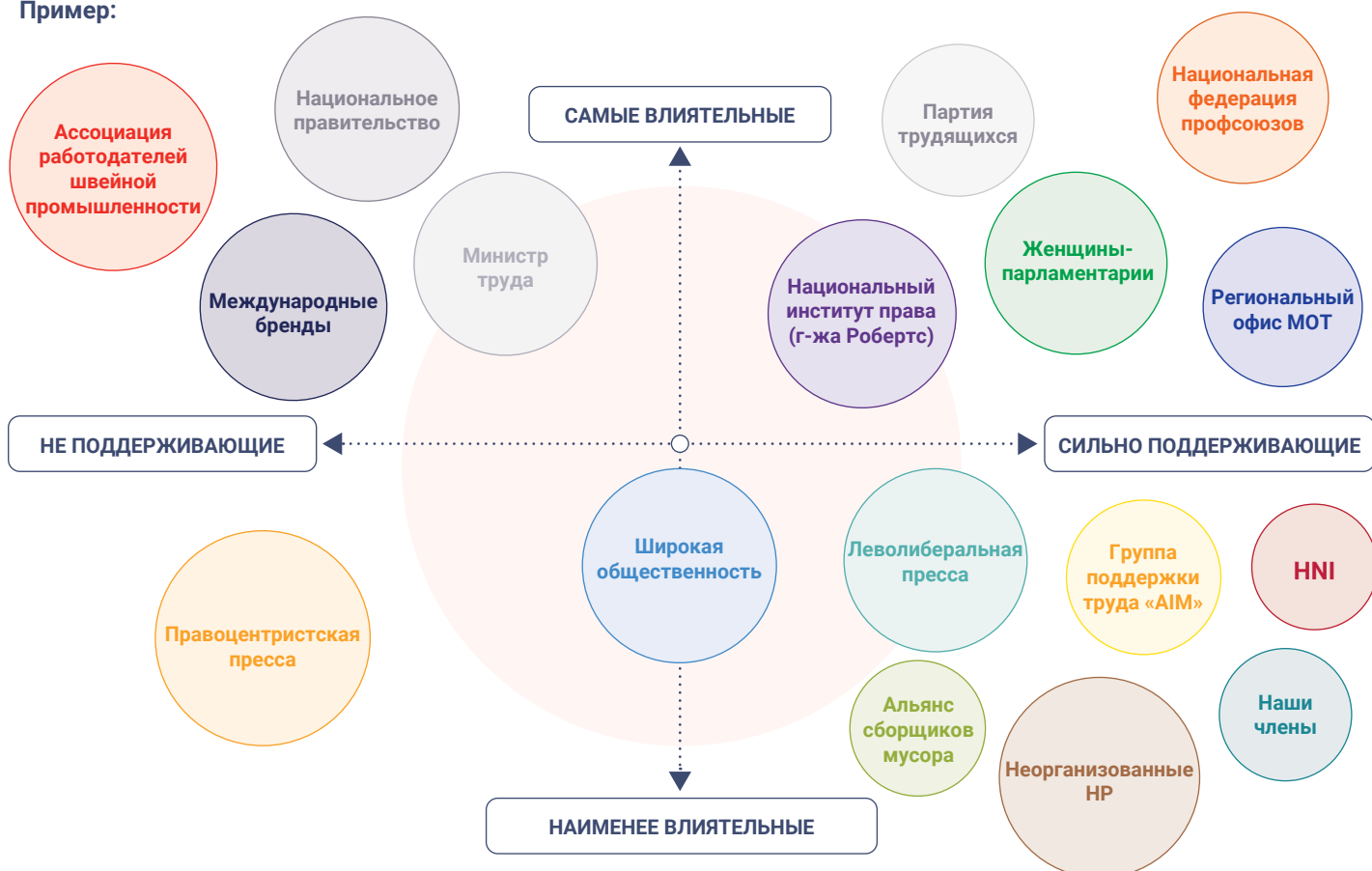
Инструмент 4: Инструмент составления схемы № 1 – Определение действующих лиц

Перечислите основных действующих лиц/заинтересованных сторон в отношении надомных работников. Вы можете сделать это коллективно. Каждый участник может написать на стикере или карточке одно или несколько действующих лиц или заинтересованных сторон.

Инструмент 5: Инструмент составления схемы № 2 – Схема влияния

После того как вы определили ключевых действующих лиц, разместите стикеры или карточки на приведенной ниже схеме влияния. Сделайте это в соответствии с тем, насколько они влиятельны или могут повлиять на достижение целей вашей кампании. Если они влиятельны и, вероятно, поддержат вас, разместите карточку в верхнем правом углу; если они влиятельны, но, вероятно, будут препятствовать вам, разместите карточку в верхнем левом углу. Если они менее влиятельны, но поддерживают вас, разместите карточку в нижнем правом углу; если они вряд ли поддержат вас, разместите карточку в нижнем левом углу.

Пример:





Эдна Симео из Осаско (Бразилия) создает кукол ручной работы и различные поделки у себя на дому, который также служит ей мастерской. Фотография предоставлена Эдуардо Деррико/HNI.

Теперь у вас должно сложиться более четкое представление о ключевых действующих лицах, на которых вы хотите оказать влияние и с которыми хотите наладить сотрудничество, а также о том, с кем следует создавать альянсы. Кто является основной целью нашей кампании? Кто принимает решения? В приведенном **выше примере схемы влияния** это может быть министр труда. Вторичной целью может быть Ассоциация работодателей швейной промышленности. Важно определить потенциальных союзников, тех, кто может оказать сильное влияние на данный вопрос и кого вы могли бы убедить активно сотрудничать с вами. Это может быть Национальная федерация профсоюзов. Есть те, кто может поддержать вас, но не участвовать непосредственно в кампании, например, Группа поддержки труда «AIM» в приведенном выше примере.



Президент HNI Джозефина «Олив» Парилла во время встречи с уважаемым г-ном Пипатом Ратчакитпракарном, министром труда Таиланда, в октябре 2024 года, во время которой они обсудили вопрос важности поддержки инициативы HomeNet-Таиланд и HomeNet International по защите надомных работников, направленной на то, чтобы Таиланд стал первой страной в Азии, ратифицировавшей Конвенцию МОТ № 177.

Лица, принимающие решения



Члены Исполнительного комитета HNI на встрече с министром труда Таиланда в октябре 2024 года.

Важно, чтобы вы выбрали правильных лиц, принимающих решения. Вам нужно будет приложить больше усилий, чтобы точно определить, на кого и где следует ориентироваться: уровень правительства; ведомство и его структура; с кем и как связаться; тип персонала, с которым вам, вероятно, придется иметь дело. Вам также необходимо узнать, кто в ведомстве может выступить против вас. Возможно, у вас есть контакт, который поддержит вас и сможет оказать влияние на высокопоставленных чиновников? Чем больше вы знаете о целях своей кампании, тем эффективнее она будет.

Союзники и сторонники

Вам необходимо заручиться как можно большей поддержкой. Вам нужны солидарные действия, более весомый голос, исследования, выход на авторитетные институциональные форумы, наращивание потенциала членов, дополнительные ресурсы и т. д. Определите, кто имеет сильное влияние на лиц, принимающих решения, или может предоставить ресурсы в дополнение к вашим собственным. Кто, скорее всего, будет тесно сотрудничать с вами, а кто окажет менее активную поддержку?

Общественность

Общественное мнение – это то, на что можно повлиять и что может помочь оказать давление на цель кампании. Чтобы изменить нарратив (то, как воспринимаются и обсуждаются вещи), необходимо постоянно и творчески подходить к представлению ситуации надомных работников и ваших предложений по изменению ситуации.

Члены

Члены должны быть хорошо информированы благодаря участию в подготовительных мероприятиях, наращиванию потенциала и мобилизации. Никогда не забывайте, что члены являются вашей опорой и лейтмотивом для проведения кампании. По окончании кампании вы должны стремиться к тому, чтобы лидеры и члены стали более самостоятельными, а организация – более сильной.

Ваша организация: сильные и слабые стороны

Чтобы кампания была успешной, необходимо понимать сильные и слабые стороны своей организации. Если вы проанализируете свои слабые стороны до начала кампании, то сможете принять меры для исправления ситуации и использовать свои сильные стороны.

**Вывод: Организуйтесь!
Создайте прочную и активную базу.**

- **Пакистанским** работникам нужно было объединиться, чтобы выдвинуть свои требования. Они организовались и создали профсоюзы домашних работников. Затем они вошли в федерацию – Федерацию женщин-надомных работниц (HBWWF).

Инструмент 6: Контрольный список вашей организации – сильные и слабые стороны

Перечислите все сильные стороны вашей организации, а затем расположите их в порядке важности для кампании, где № 1 – самая важная, а № 10 – наименее важная.

Пример:

Наши сильные стороны	Степень важности
Приверженные лидеры	2
Сильная команда, отвечающая за связь с общественностью	3
Чистые офисы	10
И т.д.	

Теперь выберите три или четыре наиболее важные сильные стороны и обсудите их: Как можно использовать и усилить эти сильные стороны при проведении кампании?

Перечислите все слабые стороны вашей организации, которые могут повлиять на кампанию, и расположите их по степени важности, как указано выше.

Пример:

Наши слабые стороны	Степень важности
Неосведомленные члены	1
Занятые лидеры	3
Отсутствие контактов с правительством	6
И т.д.	

Теперь выберите три или четыре слабые стороны, которые могут оказать наибольшее влияние на вашу кампанию, и обсудите их:

Как лучше всего устранить эти слабые стороны, чтобы они не повлияли негативно на вашу кампанию?

Восполнение пробелов

К этому моменту вы собрали много информации. Что вы знаете? Какой информации не хватает? Обобщите имеющуюся информацию и определите пробелы. При необходимости проведите дополнительные исследования и соберите больше информации. Восполните пробелы.

Цели и задачи

Сейчас самое время пересмотреть и разработать или изменить свои цели и задачи кампании, включая внутренние организационные цели. Примите во внимание цели глобальной кампании и путь, который вы выбрали для проведения кампании в своей стране. Используйте информацию, полученную в ходе оценки.

Не забывайте реалистично подходить к тому, чего вы хотите достичь, и использовать кампанию для укрепления вашей организации и расширения прав и возможностей ее членов.

3. Ваши предложения

Убедитесь в том, что ваши конкретные предложения были разработаны при участии ваших членов. Воспользуйтесь текстами Конвенции № 177 и Рекомендации № 184, чтобы сформулировать эти предложения. Вы можете указать, что ваши предложения уже включены в международное право (Конвенция № 177) или руководящие принципы (Рекомендация № 184), чтобы придать им легитимность и усилить свои аргументы. Вы можете привести примеры из опыта других стран.

Ваше предложение будет зависеть от вашего общего подхода и целей. Оно может быть комплексным, например, предложение о ратификации Конвенции № 177 и сопутствующих изменениях в законодательстве в отношении надомников-субподрядчиков. Или вы могли бы сосредоточиться на одном аспекте политики, например, на предложении о доступе к медицинскому обслуживанию для всех надомных работников. Вы также могли бы продумать новые и инновационные предложения, адаптированные к новым реалиям. Ознакомьтесь с информацией и идеями, представленными в модулях 4 и 5, которые помогут вам подготовить подробные предложения.

Ваши предложения станут основой для вашего взаимодействия и адвокации с лицами, принимающими решения. Ваши члены и союзники могут использовать эти предложения в своей адвокационной деятельности и мероприятиях по наращиванию потенциала. Предложения станут материалом для ваших сообщений, адресованных различной аудитории, включая общественность.

Вывод: Предложения должны быть актуальны для ситуации НР.

- **Аргентина:** УТЕР и Федерация работников швейной промышленности пришли к выводу, что дома семей не соответствовали муниципальным нормам, предъявляемым к рабочим местам. Они организовали работников в кооперативы и создали коллективные помещения. Они предложили новый закон, который поддерживал бы коллективную организацию и рабочие помещения. Однако этот законопроект не был принят.

Теперь вы готовы разработать свою стратегию и выбрать тактику!

Полезные ресурсы

Приложение 1 к полному инструментарию для проведения кампаний и адвокационной деятельности: полный текст Конвенции №177.

Приложение 2 к полному инструментарию для проведения кампаний и адвокационной деятельности: полный текст Рекомендации №184.

Amnesty International, 2018 г. «Политика тела» — набор инструментов для кампании

<https://www.amnesty.org/en/wp-content/uploads/2021/05/POL4077642018ENGLISH.pdf>

HomeNet-Южная Азия и Глобальный институт труда, 2012 г., «Продвижение Конвенции МОТ № 177 и прав домашних работников. Руководство для работников-инструкторов и фасилитаторов».

https://www.wiego.org/sites/default/files/resources/files/HNSA_GLI_Promoting_ILO_Convention_C177.pdf

Международная федерация транспортников, «Разработка стратегических кампаний. Руководство МФТ для профсоюзных активистов, инструкторов и организаторов».

https://www.itfglobal.org/sites/default/files/node/resources/files/Strategic_campaigns.pdf



www.homenetinternational.org

