



POSÍLENÍ DIALOGU A PARTNERSTVÍ VE SVĚTĚ PRÁCE

**INFORMAČNÍ
PODKLAD**

ČMKOS

POSÍLENÍ DIALOGU A PARTNERSTVÍ VE SVĚTĚ PRÁCE

Inkluzivní a inovativní organizační strategie
jako cesta k důstojné práci

Informační podklad – handout



ČMKOS

Materiál byl zpracován v rámci projektu ČMKOS 2020 „§ 320a ZP 2020

– Budoucnost práce – investice do lidí a posilování sociálního dialogu“, který je financován z prostředků státního rozpočtu ČR prostřednictvím MPSV ČR.

© Českomoravská konfederace odborových svazů

Autoři: Markéta Pavelková, Jiří Klepáč

Praha, říjen 2020

OBSAH

Budte pyšní: Naše hodnoty se nezměnily	4
Vstupte do odborů: Vyplatí se to!	5
Společně silnější: Nemějte strach, jděte do toho!	6
Ukažme, co děláme: Výjezdy do regionů	7
Ukažme, že se umíme připravit: Zábor místa	8
Nebojme se virtuálního prostoru: Online akce	10
Komunikace, která zaujme	12
Kde leží síla: Komunikace se zaměstnanci	13
Řekněme nahlas, co nás pálí: Kampaň	14
Klíč k úspěchu: Aktivní členové	16
Nebojme se budoucnosti: Vytvářejme možné scénáře vývoje!	17
Jsme světoví: Přibližujeme Česko vyspělému světu	18
Kam se dále podívat pro inspiraci	19

BUĎTE PYŠNÍ

NAŠE HODNOTY SE NEZMĚNILY!

„Zlepšování podmínek zaměstnanců skutečně není samovolný proces zapříčiněný jakýmsi automatickým zlepšováním kvality života. Výdobytky, jako je osmihodinová pracovní doba, minimální mzda, právo na bezpečnou práci a podpora v nezaměstnanosti, dnes v Evropě působí samozřejmě (...), ale ve skutečnosti jsou výsledkem neúnavné činnosti, bojů a často i obětí několika generací odborářů a odborárek.“¹⁾

Jakub Raška, historik



Když jsme v roce 1870 začali, bojovali jsme za bezpečnější pracovní podmínky a vyšší mzdy.

Povedlo se nám vybojovat osmihodinovou pracovní dobu, zrušit dětskou práci nebo uzákonit placenou dovolenou.

Stáli jsme za tím, že každý má právo na spravedlivou odměnu za práci, na uspokojivé pracovní podmínky a na rovné zacházení.



Dnešní pracoviště prochází hlubokou proměnou v důsledku vlivu nových technologií a změn v organizaci práce. Jako odboráři a odborářky se stále setkáváme se špatnými šéfy, kteří nechtějí slyšet hlas pracujících.

Přesto se nám daří bojovat proti levné práci, za delší dovolenou nebo za rovné odměňování žen a mužů.

Stojíme za tím, že každý má právo na spravedlivou odměnu za práci, na uspokojivé pracovní podmínky a na rovné zacházení.

¹⁾ Raška, Jakub (2020) Zapomenuté výročí: před 150 lety získali čeští dělníci právo stávkovat. A2larm [online] Dostupné z <https://a2larm.cz/2020/04/zapomenute-vyroci-pred-150-lety-ziskali-cesti-delnici-pravo-stavkovat/>

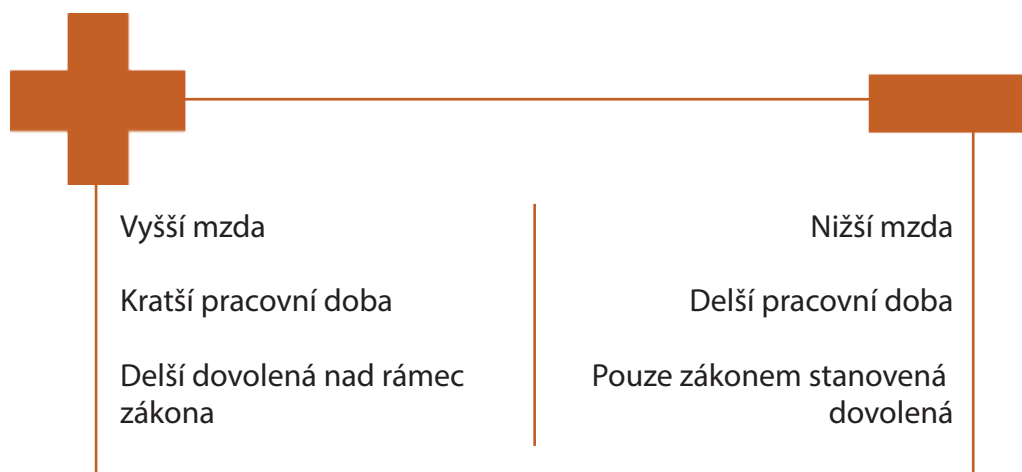
VSTUPTE DO ODBORŮ

VYPLATÍ SE TO!

„Když jsem přijel do České republiky, musel jsem vzít jakoukoli práci, která se nabízela. Nyní je to jiné. Každý na mém pracovišti má garantovaný dobrý plat, dovolenou a bonusy díky naší kolektivní smlouvě.“

Dimitrij, zaměstnanec

KOLEKTIVNÍ SMLOUVA VS. ŽÁDNÁ KOLEKTIVNÍ SMLOUVA



KONKRÉTNĚ V ROCE 2018

- V roce 2018 činila průměrná mzda zaměstnanců pracujících ve firmách s kolektivní smlouvou 37 221 Kč a zaměstnanců bez kolektivní smlouvy 33 790 Kč. Pro rok 2019 byl navíc sjednán mzdový nárůst u více než 70 % firem s kolektivní smlouvou.²⁾
- Téměř 90 % kolektivních smluv zajišťuje zaměstnancům delší dovolenou nad rámec zákona. Týden dovolené navíc je sjednán v 76 % kolektivních smluv.

²⁾ TREXIMA, s.r.o. (2019) Odborové organizace ve firmách a výhody jejich působení pro zaměstnance. TREXIMA, s.r.o. [online] Dostupné z <https://1url.cz/Qzf40>

SPOLEČNĚ SILNĚJŠÍ

NEMĚJTE STRACH, JDĚTE DO TOHO!

„Nemůžeme a nesmíme se uzavřít novým proudům a novým požadavkům.

Často i z protichůdných názorů tu vyslovených může vzejít plodná součinnost, jen když jsou vedeny společnou myšlenkou – posílit a dále vybudovat odborové hnutí.“

Rudolf Tayerle, přední představitel československého odborového hnutí

Nemějte strach, jděte do toho!



Materiál byl realizován v rámci projektu ČMKOS 2020 „320a ZP 2020 – Budoucnost práce – investice do lidí a posilování sociálního dialogu“, který je financován z prostředků státního rozpočtu ČR prostřednictvím MPSV ČR.

UKAŽME, CO DĚLÁME

VÝJEZDY DO REGIONŮ

„Každá akce v regionech je nezapomenutelná. Nejenže potkáte místní představitele odborů, ale seznámíte se s mnoha dalšími lidmi. Slyšíte příběhy, které jsou někdy milé, ale někdy také velmi smutné. Akce v regionech jsou pro nás velmi důležité, přibližují odbory běžným lidem.“

Josef Středula, předseda ČMKOS

CHCETE UDĚLAT VÝJEZD? NEZAPOMEŇTE:

- **Definovat zaměření výjezdu – co chceme na výjezdu prezentovat?**
 - projekt, který realizujeme nebo dlouhodobou strategii, kterou zastáváme
 - výjezd může sloužit také jako nástroj komunikace aktuálních potřeb organizace
- **Ujasnit rozsah výjezdu a lokalitu výjezdu**
 - půjde o jednodenní, nebo vícedenní výjezd?
 - lokalita: navštěvované místo, výskyt cílové skupiny, oblíbené místo atd.
- **Jaká bude cílová skupina našeho výjezdu?**
 - věk, sektor ekonomiky, profesní zaměření
 - lokalita a cílová skupina ovlivňují formu a způsob provedení výjezdu
- **Sestavit realizační tým**
 - hlavní koordinátor, odboroví specialisté podle zaměření cílů výjezdu, regionální odboroví zástupci, osoba zodpovědná za logistiku a IT
- **Technické zabezpečení výjezdu**
 - zábor lokality
 - pronájem techniky, pokud nemáte vlastní (vozidlo, ozvučení atd.)
 - rezervace ubytování pro tým výjezdu
 - nákup propagačních předmětů a příprava odborových tiskovin
 - naplánovat a připravit doprovodné prvky výjezdu – právní poradenství, kvízy, zábava pro děti
- **Vyhodnocení akce**
 - klady a zápory uskutečněného výjezdu, zpětná vazba účastníků výjezdu

UKAŽME, ŽE SE UMÍME PŘIPRAVIT

ZÁBOR MÍSTA

„Pojem zábor veřejného prostranství znamená, že si coby odbory můžete za odpovídající poplatek zabrat určitou část veřejného prostoru neboli prostranství a využívat je ke svým aktivitám, např. petičním stánkům, informačním stanům atd.“

Jiří Klepáč, národní koordinátor sociálního dialogu za ČMKOS

PŘÍPRAVA

- **Výběr místa pro danou akci**

- podle významu (hlavní město, krajské město, okresní město, menší obce)
- podle počtu účastníků (náměstí, ulice, jiná prostranství)
- podle vhodnosti a možnosti pořádání (povolená vs. zakázaná území)
- zakázaná území – vytížené komunikace, okolí významných institucí, např. vládní budovy nebo budovy Parlamentu České republiky

- **Zjištění vlastníka předmětného místa**

- u soukromého vlastníka je vyžadováno povolení (obvykle pronájem plochy)
- u veřejných prostranství je nutná dohoda s předmětnými odbory na radnicích a magistrátech

- **Zjištění volného termínu v dané lokalitě**

- prozkoumejte veřejné portály měst a obcí, aby nedošlo ke kolizi v termínech
- v případě konání jiné akce v dané lokalitě je nutná dohoda s již zaregistrovaným subjektem

- **Ohlášení akce a rezervace termínu**

- akci ohlašujte oficiálně na platném formuláři u relevantních odborů dotčených obecních úřadů

- **Podání žádosti o zvláštním užívání veřejné komunikace přes datovou schránku**

- žádost obsahuje účel akce a způsob provedení, místo a čas konání akce, odpovědnou osobu, počet organizátorů, podrobný plán

- **Vliv záboru**

- v případě dopadu záboru na provoz na veřejných komunikacích je nutná součinnost s policií a odborem dopravy či životního prostředí
- předmětný úřad vydá rozhodnutí o povolení akce (POZOR: správní poplatek 100 Kč)
- přihlášení k poplatku za zábor přes datovou schránku daným formulářem (POZOR: akce může být osvobozena od poplatku, případně je stanoven poplatek podle platných směrnic obce dle využívané plochy)

- **Odpovědná osoba zajišťující zábor**

- osoba zplnomocněná zastupovat organizaci v oblasti zajišťování záboru, pronájmu a aktů s tím spojených statutárním zástupcem pořádající organizace

KONKRÉTNÍ PŘÍKLAD ZÁBORU MÍSTA: VÝJEZD ČMKOS DO REGIONU



NEBOJME SE VIRTUÁLNÍHO PROSTORU

ONLINE AKCE

„Rok 2020 je rokem virtuálních setkání. Nebylo tomu jinak ani v případě tzv. Global Technical Meeting s názvem ‚Reimagining Volunteering for the 2030 Agenda‘.

Více než 4 000 účastníků ze 179 zemí se spojily v rámci této online diskuze uprostřed globální pandemie covid-19. Zúčastnili se jí z pohodlí svých domovů prostřednictvím platformy Zoom.“

Mezinárodní školicí centrum (ITCILO), Mezinárodní organizace práce

KROKY VEDOUcí K ÚSPĚCHU³⁾

Tip 1: Sladit

Organizační tým nemusí být nutně fyzicky v jedné místnosti, ale musí být technologicky sjednocený. Jednotliví vystupující jsou informováni v reálném čase. Tlumočení pro online akci je možné zajistit.

- Vytvořte registrační formuláře a online seznam účastníků
- Najměte profesionální novináře a novinářky pro účely moderování
- Vizualizujte pokyny, které podpoří interakci účastníků s vystupujícími
- Připravte podkladové materiály pro každou část online akce pro lepší informovanost účastníků

Tip 2: Spojit

K úspěšnému průběhu online akce potřebujete technicky zdatný a plně profesionální tým. Produkční tým hraje v celém průběhu aktivní roli. Spojte odborníky na komunikaci s odborníky na produkci. Možná budete pracovat s předem nahranými projevy vystupujících, upravovat je graficky a začleňovat do celého procesu produkce online akce. Zaměřte se na detail.

- Streaming události pro větší dosah
- Střídejte video formáty pro větší interakci – animace, krátké prezentace a formáty podobné TED vystoupením
- Pracujte s rekapitulačním videem

³⁾ Více viz International Training Center (2020) How to create an online event in 2020. International Training Center [online] Dostupné z <https://1url.cz/bzfYW>

Tip 3: Spolupracovat

Dejte o události vědět – vzbudte rozruch. Vytvořte kampaň na sociálních sítích. Maximalizujte registraci a účast pomocí strategických mediálních příspěvků a zpráv. Vytvořte vizuální identitu a strategický komunikační plán pro klíčové příspěvky a zprávy na sociální sítě

- Vytvořte tiskovou zprávu pro média a napište blog o dané online události
- Vytvořte strategii pro sociální média – spolupracujte s kreativci, umělci nebo spisovateli na tvorbě příspěvků
- Vytvořte vizuální report o proběhlé události a sdílejte úspěch s ostatními

KONKRÉTNÍ PŘÍKLAD: REIMAGINING VOLUNTEERING FOR THE 2030 AGENDA



Vizuální report
o proběhlé akci pro další sdílení

15 July
CEST 10:00 - 12:00
EDT 04:00-06:00



Reimagining
Volunteering
for the 2030 Agenda
JULY 2020

Session 4
THE PATH TO A POST-PANDEMIC FUTURE
What does the next generation
volunteering look like?

SPEAKERS

Fine Tu'itupou Arnold Secretary General of Cook Islands Red Cross

Amal Emam Youth and Volunteering Coordinator of the Egyptian Red Crescent Society

Lani Anaya Volunteer at MY World Mexico

Yang Yang Vice Chairperson of the Chinese Young Volunteers Association

Marko Russiver Founder of Namarie Society & Core team at The Global Hack

Ahmed Talib Ali Al Shamsi CEO of the Emirates Foundation

Aarathi Krishnan Humanitarian Futures and Strategic Foresight Advisor

Příklad podkladového materiálu
(téma jednání + vystupující) pro
každou část online akce pro lepší
orientaci účastníků

11

KOMUNIKACE, KTERÁ ZAUJME⁴⁾

„Schopnost komunikace začíná pozorností k lidem.“

Vladimír Lvovič Levi, spisovatel

PŘI TVORBĚ LETÁKŮ, ZPRAVODAJŮ NEBO MAILŮ POUŽÍVEJTE SROZUMITELNÝ A PŘÍSTUPNÝ JAZYK

- ✓ Vyvarujte se žargonu a zkratk
- ✓ Je lepší mít jednostránkový nebo dvoustránkový zpravodaj, který vychází každých pár týdnů, než desetistránkový zpravodaj, který vychází jen jednou nebo dvakrát ročně
- ✓ Distribuuje pokud možno ručně co nejvíce písemné komunikace (letáky, zpravodaje, publikace), abyste zvýšili možnost mluvit s lidmi osobně
- ✓ Vždy se snažte přiložit kontaktní údaje a pokud možno přihlášku do odborů
- ✓ Nemějte za samozřejmé, že každý čtenář nebo příjemce vašeho sdělení bude mít detailní znalost o problému nebo událostech, o kterých píšete
- ✓ Nevěnujte svou (písemnou) pozornost výhradně členům. Dejte vědět všem na pracovišti, zejména potenciálním členům, co odbory dělají!
- ✓ Vždy zvažte použití různých metod komunikace pro stejný problém! Například leták o problematice důchodů bude vyžadovat jiný úhel pohledu pro mladší pracovníky a jiný pro členy, kteří se důchodu blíží
- ✓ Vnímejte aspekt rovnosti. Nikoli každý člen nebo členka má za svůj rodný jazyk češtinu
- ✓ Při přípravě letáku nebo zpravodaje vnímejte, kde si ho dotyčný bude číst a kolik času na přečtení bude mít

⁴⁾ Více viz Trade Union Congress (2018) Organizing at Work. A TUC guide for trade union activists on how to build and maintain strong workplace unions. London: TUC, str. 15–18.

KDE LEŽÍ SÍLA⁵⁾

KOMUNIKACE SE ZAMĚSTNANCI

„Budte dost odvážní na to, abyste začali konverzaci, na které záleží.“

Neznámý autor

Tip 1: Nesnažte se odbory prodávat

Popřemýšlejte o situaci a své reakci, když vás kontaktuje „obchodák“ s tím, že pro vás má skvělý produkt, a udá tisíc důvodů, proč ho musíte koupit. Většina z nás začne jednat defenzivně a vymýšlet tisíc důvodů, proč ho nepotřebuje, a hledat únikové cesty, jak by co nejrychleji zmizela. Je mnohem lepší vést rozhovor tak, aby osoba, se kterou mluvíte, vlastní cestou došla k tomu, že např. vstup do odborů je ta správná věc. K tomu je ale třeba pozorně naslouchat tomu, co daná osoba říká.

Tip 2: Aktivní naslouchání

Není žádným překvapením, že většina lidí dává přednost rozhovoru s někým, kdo projeví zájem o to, co říkají. Pouze při pozorném a aktivním naslouchání lidem zjistíte, co si myslí nebo vědí o odborech a jakémkoli dalším problému, na kterém jim záleží. Pozorně naslouchat samozřejmě neznamená zůstat zticha. Aktivní naslouchání prokážete tím, jak reagujete na to, co vám lidé říkají, a otázkami, které jim kladete.

Tip 3: Správné otázky

Hlavně v klidu! Je pochopitelné, že některé otázky jsou lepší a některé horší. V rozhovoru můžete používat otevřené otázky (většinou začínají: jak, proč, co, když, kdo) nebo uzavřené otázky (je možné odpovědět ano – ne). Dávejte si však pozor. Uzavřenou otázkou riskujete, že konverzace skončí dříve, než začne. Na druhou stranu vás příliš mnoho uzavřených otázek může přiblížit stylu spíše podobnému výslechu. Negativní odpověď dává malý manévrovací prostor, a proto tento typ otázek používejte ve správný moment (např.: Vstoupíte do odborů?). Otevřené otázky podporují diskusi a při rozhovoru spíše vybízejí ke sdílení myšlenek, nápadů a názorů. Tento typ otázek samozřejmě nejvíce vyhovuje situaci, kdy chcete vědět více o osobě, se kterou komunikujete. Typická otázka může znít: „Pracujete zde rád?“

⁵⁾ Více viz Trade Union Congress (2019). The TUC Pocket Guide to ORGANISING & CAMPAIGNING. London: TUC

ŘEKNĚME NAHLAS, CO NÁS PÁLÍ

KAMPAŇ

„Řekněme si o růst mezd, řekněme si o to sebevědomě.“

Josef Středula, předseda ČMKOS ke kampani Konec levné práce

① Každá kampaň potřebuje plán!

② Ujistěte se, že jste vybrali téma relevantní pro dostatečné množství pracujících nebo členů odborů. Zkontrolujte, zda vybrané téma je široce a hluboce vnímáno.

③ Plán!

- definujte si konečné cíle kampaně, protože vám to pomůže držet směr
- identifikujte cíl kampaně, tj. kdo je terčem vaší kampaně
- identifikujte vliv, tj. kdo a co může ovlivnit terč vaší kampaně
- definujte svou kapacitu, tj. jaké zdroje máte, budete potřebovat nebo můžete vytvářet
- určete taktiku, tj. jaké aktivity do kampaně zahrnete; POZOR: taktika by měla vnímat cíle vaší kampaně a vaši kapacitu; vytvořte příležitosti pro své členy k účasti na kampani
- co budou vaše milníky v kampani, tj. čeho a kdy chcete dosáhnout

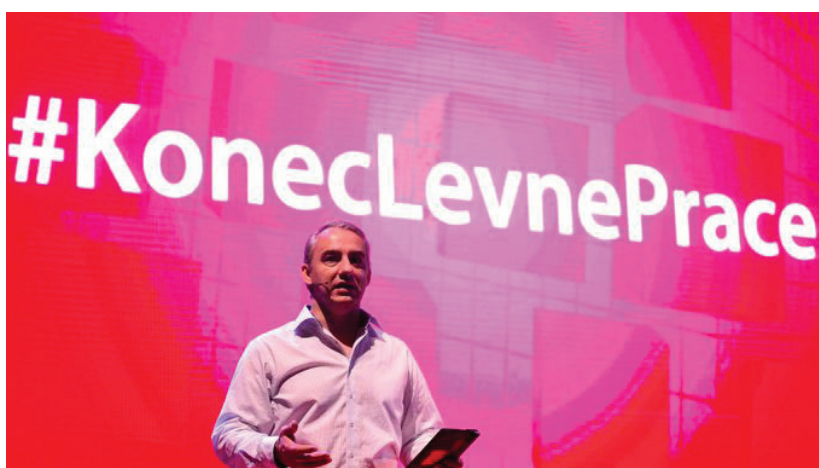
④ Hlídejte, aby vaše kampaň měla promyšlený vzkaz.

- NAŠE POZITIVA: co naše kampaň říká
- JEJICH NEGATIVA: kdo je terč kampaně
- NAŠE NEGATIVA: co může terč kampaně říct o nás
- JEJICH POZITIVA: co může terč kampaně říct o sobě

⑤ Hodnoťte kampaň nejen na konci, ale v celém jejím průběhu.

- Zvýšilo se sebevědomí členů?
- Posílilo se postavení organizace?
- Dosáhlo se cíle kampaně?

KONKRÉTNÍ PŘÍKLAD KAMPANĚ



Manifestační mítink

Kampaň Českomoravské konfederace odborových svazů „Konec levné práce“



Materiál pro sociální síť

Kampaň Evropské odborové konfederace k Evropskému pilíři sociálních práv („Silnější Evropský pilíř sociálních práv“)

KLÍČ K ÚSPĚCHU

AKTIVNÍ ČLENOVÉ

„Když vstoupí noví lidé do odborů a zapojí se do odborových aktivit, chceme, aby toto vše viděli jako způsob, jak si zlepšují svůj pracovní život.“⁶⁾

Trade Union Congress, britská odborová centrála

Registrace nových členů

- Pokud o přihlášce do odborů hovoříte pouze jako o „pojištění“, nesmíte být moc překvapeni, když se vám nové členy nepodaří aktivizovat pro odborovou práci. Proč? Nepodařilo se vám totiž vytvořit spojitost mezi členstvím v odborech, aktivitou v odborech a silou odborů na pracovišti.
- Pokud si od počátku promyslíte, jak budete o odborech při registraci nových členů hovořit, může vám to výrazně zvýšit šanci, že mezidobí mezi registrací do odborů a aktivitou v odborech nebude dlouhé.
- Zkuste se zaměřit na individuální stránku nových nebo potencionálních členů – jaké jsou jejich naděje, obavy, hodnoty nebo jaká témata jsou pro ně důležitá. Tím můžete získat důvěru a vytvořit obraz odborů, který bude pro nové členy silný a pro potencionální členy relevantní.

Co mohou (noví) členové dělat?

Držet v chodu odborovou organizaci je někdy práce na „plný úvazek“. Nezapomínejte však, že mnoho věcí jsou schopni dělat sami (noví) členové. Nevyžaduje to žádné formální školení, nebo dokonce obrovské množství času, přesto jsou to důležité věci a mohou být začátkem aktivizace vaší členské základny.

- | | |
|--|---|
| ① Distribuce odborové literatury | ④ Zeptat se kolegů, zda nechtějí vstoupit do odborů |
| ② Zeptat se kolegů nebo přátel, co si myslí o daném tématu | ⑤ Zeptat se kolegů, zda by nechtěli odpovědět na odborový průzkum |
| ③ Informovat ostatní, co odbory dělají | |

⁶⁾ Více viz Trade Union Congress (2018) Organizing at Work. A TUC guide for trade union activists on how to build and maintain strong workplace unions. London: TUC, str. 9.

NEBOJME SE BUDOUCNOSTI

VYTVÁŘEJME MOŽNÉ SCÉNÁŘE VÝVOJE!

„Ano, svět se mění rychle, ale to není žádná nová věc a neměla by být důvodem k obavám. Novinkou je volatilita, komplexita a nepředvídatelnost těchto změn. Odbory se od svého vzniku úspěšně adaptují na měnící se prostředí a mohou tak činit i do budoucna pomocí nového a mocného nástroje – vytváření možných scénářů vývoje.“

Aida Ponce Del Castillo, Evropský odborový institut

PSANÍ SCÉNÁŘŮ VÝVOJE JAKO CESTA PRO ANTICIPACI BUDOUCNOSTI

- Snaha zachytit znamení (doby) a porozumět jim dříve než později
- Odborům umožňuje poskytovat zlepšené služby svým členům – na výzvy se dívá širší perspektivou, a proto jim umožňuje být efektivnější při kolektivním vyjednávání na všech úrovních

VÝHODY

- ① Umožňuje pracovat s dlouhodobými scénáři spíše než s krátkodobými reakcemi – umožňuje vytvářet predikce vývoje na 30 až 40 let dopředu
- ② Pomáhá odborům objevovat a experimentovat s různými způsoby komunikace a oslovovat nové skupiny na trhu práce – organizování vstupu do odborů je v tzv. gig economy obrovská výzva!
- ③ Umožňuje se lépe rozhodnout, co v odborovém světě „nechat“ a co „změnit“

NÁVOD⁷⁾



⁷⁾ Více viz Ponce Del Castillo, Aida. (2019) Anticipating change, staying relevant: why trade unions should do foresight. A Foresight Field Guide. Brussels: European Trade Union Institute.

JSME SVĚTOVÍ

PŘIBLIŽUJEME ČESKO VYSPĚLÉMU SVĚTU

„Předseda Českomoravské konfederace odborových svazů Josef Středula byl ve zvolen v roce 2019 místopředsedou Evropské odborové konfederace na jejím 14. sjezdu, který se konal ve Vídni.“

www.tripartita.cz

Přibližujeme Česko vyspělému světu

- Naši experti hájí zaměstnance při jednáních v Evropské unii, Mezinárodní organizaci práce (OSN) nebo Organizaci pro ekonomickou a hospodářskou spolupráci (OECD). Toto mezinárodní propojení odborům umožňuje ovlivnit situaci v českých firmách.



Skutečný příklad z roku 2019:

Backer Electro CZ Hlinsko — průměrná mzda 14,5 tis. Kč
Český zpracovatelský průmysl — průměrná mzda 33,4 tis. Kč
Švédský zpracovatelský průmysl — průměrná mzda 74 tis. Kč



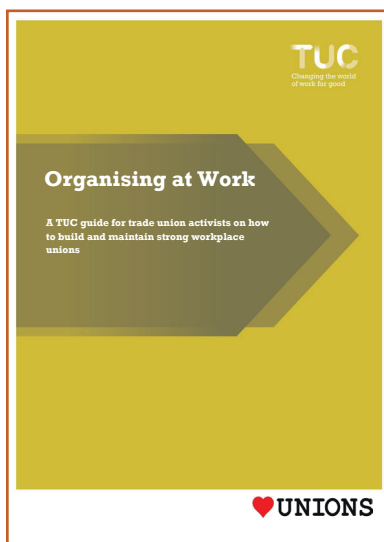
České odbory ve spolupráci s evropskými partnery iniciovaly jednání se švédským premiérem, velvyslancem a tamními odboráři.



Dojednáno se zvýšení mzdy o 15 % zaměstnancům v Backer Electro CZ Hlinsko.

Materiál byl realizován v rámci projektu ČMKOS 2020 „Š320a ZP 2020 – Budoucnost práce – investice do lidí a posilování sociálního dialogu“, který je financován z prostředků státního rozpočtu ČR prostřednictvím MPSV ČR.

KAM SE DÁLE PODÍVAT PRO INSPIRACI?



Trade Union Congress (TUC): Organising at Work. A TUC guide for trade union activists on how to build and maintain strong workplace unions



Českomoravská konfederace odborových svazů (ČMKOS): kapitola s názvem „Nevzdávejte se: Inovativní postupy odborů ve střední a východní Evropě“ ve Sborníku zahraničních textů s názvem „Sociální dialog v budoucím světě práce“

Vydala Českomoravská konfederace odborových svazů
v nakladatelství SONDY, s.r.o.

Editor: Mgr. Jana Kašparová

Markéta Pavelková, Jiří Klepáč

Posílení dialogu a partnerství ve světě práce

Zlom DTP SONDY, tisk TMV Praha

Praha – 2020

Nám. Winstona Churchilla 2, 130 00 Praha 3,
Tel. 234 462 328, e-mail: sondy@cmkos.cz, www.esondy.cz

