

■劳动时评

工资集体协商准备工作要做细做实

□张刃

临湘市总工会在调研中发现,快递行业发展迅猛,快递员业务量暴增,劳动强度也随之加大,却没有得到相应的报酬。因此,快递员流失率高,快递企业“天天在招人”。根据行业现状,依托职工入会率超过90%的行业工会,临湘市总促成了这次工资集体协商。在这个问题上,“调查研究”“从实际出发”和“职工入会”成为关键词。

近日,湖南省临湘市总工会发起的一场快递行业工资集体协商,企业与职工双方达成协议,快递员每单增加0.1元提成。一毛

钱,在大多数人的眼里可以忽略不计,但《工人日报》报道时却用“胜利”做了标题。这不仅因为每单增加的一毛钱累计就是一笔“大收入”(以当地水平,按一天送250单计算,一年可增加收入约9000元),而且更因为这个协商结果来之不易。如果不是工会事先准备工作做得细致、扎实,快递员们恐怕连这增加的一毛钱都没有。

工资集体协商增加一毛钱的“胜利”,值得做一番分析。

集体协商是怎样发起的?临湘市总工会在调研中发现,快递行业发展迅猛,快递员业务量暴增,劳动强度也随之加大,却没有得到相应的报酬。因此,快递员流失率高,快递企业“天天在招人”。根据行业现状,依托职工入会率超过90%的行业工会,临湘市总

促成了这次工资集体协商。在这个问题上,“调查研究”“从实际出发”和“职工入会”成为关键词。

协商代表怎么选?一是请“能代表、敢协商”的职工作为协商代表;二是为了让职工代表为所有快递企业职工发声,临湘市总特别提出:要确保每家企业都有自己的职工代表;三是对职工代表进行培训,从协商策略、政策理论、工资结构等方面进行指导,研究调查项目,讨论协商目标、难点、对策等。在这个问题上,“能代表、敢协商”不是唯一条件,培训和研究内容也很有针对性、实用性,特别是“确保每家企业都有自己的职工代表”,照顾到了行业协商的特殊性,保证了协商结果的“最大公约数”。

协商目标怎么定?工会组成

调研组,详细了解快递行业经营状况、投资成本、用工情况和今后的发展规划,并与企业负责人沟通交流。同时通过召开座谈会、发放调查问卷等方式,全面掌握职工的收入状况、休息休假、劳动环境等方面的具体情况,了解职工的意见和诉求……在调查细致入微的基础上确定协商目标,显然更有针对性和可行性,为顺利协商达成共识提供了保证。

协商工作如何推进?快递是微利行业,涨薪并非易事。涨不涨?涨多少?企业方的态度至关重要。临湘快递行业协会算了一笔账:每单快递多提成0.1元,平均到每家企业头上,一年就要多出15万元左右的人力成本。而且,一线快递员的工资涨了,其他人员的工资肯定也要跟着涨。考虑到

企业的实际压力,工会没有急于求成,而是充分协商,逐步推进;企业方也认真论证,“光协调会就开了不下5次”,最终接受了职工方的要求。

由于前期准备工作充分,这次工资协商谈判“格外顺利”。谈判的结果,赢的不仅是职工。由于职工收入增加,稳定了队伍,企业也不再担心招不到人或同行之间相互挖人,正常运转没有了后顾之忧,前景看好。正如一位企业负责人所说:“在协商中,企业老板确实‘出了血’。但是反过来说,只要能留得住人、聚得了人心,一切皆有可能,未来只会更好。”

工资集体协商增加一毛钱的“胜利”,价值不仅在职工增加收入多少,也体现了工会工作到位,扎实有效。

■每日图评

为新就业形态劳动者送上“工”字牌温暖

近日,深圳市宝安区航城街道后瑞社区工联会面向辖区网约送餐员等职工开展“新就业群体专场工会服务宣传活动”,深入走访美团、朴朴等企业站点,了解新就业群体所需所求,向他们讲解工会各类服务及活动,引导新就业群体完成工会会员实名入会操作、关注相关工会信息平台。(9月13日《南方工报》)

外卖小哥等常常是一辆电瓶车、一顶头盔、一只口罩、一个收纳箱……整天不停地忙着为客户服务,具有分散性、流动性和紧迫性等特点。虽然许多外卖小哥也加入了工会组织,但由于对

工会的性质、作用和服务等知识及信息不了解,没有能够充分享受到工会会员应有的权利,成为了新业态企业工会应该补齐的工作。笔者以为,深圳市宝安区积极开展“暖蜂行动”,让工会服务宣传活动走进新就业形态劳动者中间,就是补齐“短板”的好做法。

开展新就业形态劳动者工会服务宣传活动,一是通过和新业态一线工会会员的细心沟通,进一步了解他们的日常工作情况、工作难题和普遍需求,可以为其提供更优质的服务,让他们感受到“娘家”的温暖;二是工会工作



人员上门向新就业形态劳动者详细介绍关爱帮扶、学历提升、法律援助等贴心服务,能够使不少新就业形态劳动者从最初的不了解工会转变到主动咨询和参与工会

活动,增强了工会的凝聚力和影响力;三是有利于鼓励和激发新就业形态劳动者继续发扬勤劳肯干和学习创新的精神,不断提高队伍的整体素质。 □费伟华

■长话短说

回收的旧衣去哪儿了要有“明白账”

近年来,旧衣回收受到不少人青睐,多地居民社区都设置了旧衣回收箱。这本是减少资源浪费、促进循环发展的坏事,但在实施过程中,因为缺乏监督管理,导致出现一些问题。调查发现,部分商家在网络渠道公开售卖旧衣回收箱,而且不要求买家提供公开募捐资质证明。有客服人员还表示:“打着慈善组织的旗号更容易收到衣服。”(9月13日《人民日报》)

旧衣回收俨然成了近年来越做越大的一项慈善事业,但现实是,旧衣回收问题丛生。如有不少从事旧衣回收的企业“挂羊头卖狗肉”,比如有些企业打着“公益”或“政府实事项目”的旗号,收来的旧衣物并没有做到“资源化、无害化、减量化”处理,要么流向了二手市场,要么进了焚烧炉,被回收者拿去牟取不当利益,甚至这些以爱心之名回收的衣物不仅没能行善事,反倒被用于去做传播疾病、污染环境的坏事。如还曾发生过捐赠者在服装展销会买到自己捐赠旧衣的事情。有一些旧衣回收企业,并不具备旧衣回收的资质,却对外打出旧衣回收的招牌。这些都有违了旧衣回收的初衷。

回收的旧衣物去了哪儿,不能成了一笔“糊涂账”,而要有一笔“明白账”。如捐赠者要能对此知情,企业要能保持公开透明,要能公开旧衣的去向,相关部门也要加强监管与监督。而监管部门也需要完善相关标准,如几成新的旧衣服可以再被捐赠出去,哪些旧衣服可以被加工成抹布或劳保用品等等,旧衣服不能被卖给二手市场,烫染后又伪装成新衣卖给消费者等等,这些都应有较为明确的标准,避免旧衣回收被无良商人利用。

□戴先任

■网评锐语

色彩营销进军食品业不能只顾颜值忽视健康

王桂霞:近年来,色彩逐渐成为食品商家的销售卖点,色彩营销也成为吸引消费者的一种差异化销售策略。不过,在口味方面,有些产品并不如颜色那样来得惊喜,有些鲜艳颜色的来源可能也不那么健康。民以食为天,商家需牢记将食品安全放在第一位。食品着色只是一种加工工艺,商家无论是使用合成色素,还是天然色素,都应是辅助功能,不能喧宾夺主,用心将产品质量搞上去,才是发展的正道。

莫让文物遗址再“受伤”

张西流:据媒体报道,针对“圆明园一游客踩踏遗址”的情况,海淀警方会同公园管理处迅速开展调查。经查,2021年9月8日,违法行为人李某(男,39岁)在圆明园遗址公园违规进入远观遗址踩踏、拍照。目前,李某已被海淀警方依法行政拘留。男子擅闯圆明园遗址,损害文物尊严,相关部门要加大对文物的监管和保护力度。

■世象漫说



在线办理

近日,记者跟随国务院第八次大督查第一督查组前往北京市海淀区税务局第一税务所,发现偌大的办税服务厅内纳税缴费群众竟然屈指可数。在与企业座谈过程中,督查组发现,原来是“智慧北京税务”系统让纳税人和缴费人实现了“非接触”纳税缴费流程,大部分业务都实现了在线办理。(9月11日 新华社) □朱慧卿

■有感而发

“爱心驿站地图”体现服务的温度

近来,在甘肃省定西市陇西县的美团骑手手中流行着一张“地图宝典”。“地图”对5条城区街道上的20家工会爱心驿站进行了清晰的标注,用手机一搜便能找到。(9月13日《工人日报》)

爱心驿站,成为我们城市对户外工作者关爱的一道亮丽风景线。但爱心驿站到底在哪儿?有时确实让人感到有点茫然。现在有了“爱心驿站地图”,无疑非常给力。拿出手机,只要

输入关键词——爱心驿站,就可以找到爱心驿站在哪儿,并可以通过导航精准定位。这样的高效搜索,避免了那种满大街寻找的盲目性,非常人性化。首先,骑手可以就近休息。因为长时间户外工作,骑手有时会感到劳累和困乏。根据手机上“爱心驿站地图”的标注,找一个就近休息的地儿,节省了骑手的时间与精力。其次,根据爱心驿站的位置,骑手可以更合理安排自己的工作。每天外卖骑手都有很多派

单计划,根据派单计划和爱心驿站的地图,外卖骑手心中就从从容了很多。他可以事先给自己制定休息的计划。比如,某个地点的单派送完了,可以到附近的爱心驿站喝口水,纳个凉儿,顺便再给手机充个电。

细节是服务的温度。“爱心驿站地图”这样的细节,既体现了信息化时代服务的与时俱进,也让更多的户外劳动者感到了城市的暖意与温度。

□陶象龙