

ЦЕНТРАЛЬНАЯ ПРОФСОЮЗНАЯ ГАЗЕТА

**СОЛИД** **АРНОСТЬ**



АССОЦИАЦИЯ СИЗ

ПРОФСОЮЗЫ  
**XXI ВЕК**  
ИНТЕЛЛЕКТ-  
ФОРУМ 2025  
МОТИВЫ И СТИМУЛЫ



# СЕДЬМОЙ ВСЕРОССИЙСКИЙ ИНТЕЛЛЕКТ-ФОРУМ ПРОФСОЮЗЫ **XXI ВЕК**

**МОТИВЫ**

**И СТИМУЛЫ**

# УЧАСТНИКИ

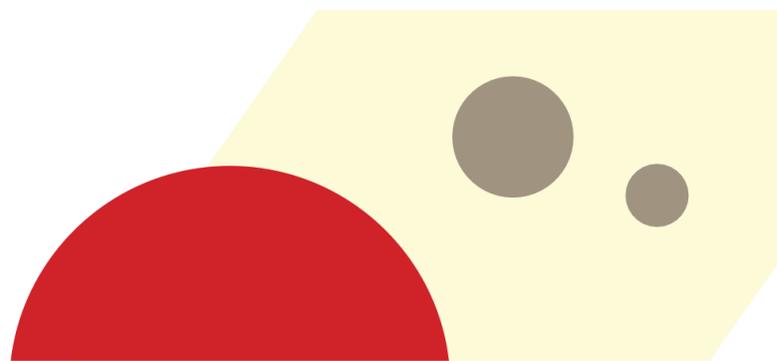


Всего в Форуме приняли участие **210** человек

Из них:

- председатели ТООП и ЦК: **17** человек,
- председатели горкомов и обкомов: **36** человек,
- председатели ППО: **22** человек,

*а также заместители председателей,  
информационные работники, главные  
специалисты и зав. отделами ПО*



# ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ И СПИКЕРЫ



- 1.** «Изменения в стране – реакция профсоюзов – систематизация методов влияния на аудиторию»  
Александр Шершуков, заместитель Председателя ФНПР.
- 2.** Площадка «Постоянно действующее профсоюзное совещание»  
Максим Элик, первый заместитель исполнительного директора негосударственного пенсионного фонда «Благосостояние».
- 3.** «Социальная архитектура. Труд»  
Александр Рябцев, эксперт проекта «Социальная архитектура» в АНО «Экспертный институт социальных исследований».
- 4.** «Бренд работодателя. Применим ли этот опыт?»  
Станислав Сугак — Центр бренда работодателя ОАО «РЖД».
- 5.** «Сегментированные коммуникации»  
Денис Каминский — к.э.н., компания FutureToday.
- 6.** «Мотивация. Первичная профорганизация: наиболее эффективные методы работы с членами/нечленами профсоюзов. Что нужно от вышестоящих?»  
Елена Рамазанова — ППО «ММК «Метиз», Алексей Кукушкин — ППО «ЗВЕЗДОЧКА», Сергей Ошурков — ППО «ПНТЗ».
- 7.** «Жизнь и здоровье как инструмент мотивации профсоюзного членства»  
Анна Галицкая — руководитель проекта «Капитал Лайф Страхование Жизни», Виктор Юдин-Беседин — советник генерального директора «Капитал медицинское страхование».
- 8.** «Мотивация. Территориальный комитет профсоюза: что может предложить первичкам? Что нужно от вышестоящих?»  
Юрий Горанов – Челябинская областная организация ГМПР, Ирина Исламова – Башкирская республиканская организация РОСПРОФПРОМ, Лариса Кочергина – Волгоградская областная организация профсоюза общероссийского профсоюза образования.
- 9.** «Начало века и сейчас (Суждение и мнение членов профсоюза)»  
Сергей Ян — председатель Новгородской областной организации Росхимпрофсоюза.



# ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ И СПИКЕРЫ



**10.** «Исторический опыт профсоюзной агитации и пропаганды»

Александр Симагин — научный консультант АНО ДПО «Учебно-консультационный центр трудовых отношений «Успех»

**11.** «Охрана труда и мотивация профсоюзного членства»

Владимир Котов — президент Ассоциации «СИЗ», Алексей Безюков — руководитель Департамента охраны труда и экологии ФНПР, Наталья Петлеванная — председатель ОППО АО «ЧЕРНОМОРТРАНСНЕФТЬ».

**12.** «Голосовой помощник: стань еще ближе»

Рифдар Хамадьяров — председатель объединенной первичной профсоюзной организации ПАО «Татнефть».

**13.** «Мотивация. Региональное профобъединение: что эффективно работает/не работает? Что нужно от ниже- и вышестоящих структур?»

Елена Кузьмичева — Федерация профсоюзов Республики Татарстан, Алексей Киселёв — Федерация профсоюзов Свердловской области, Иван Панов — Алтайский краевой союз организаций профсоюзов.

**14.** «Система AI Профсоюз»

Владимир Гусарев — главный специалист ОППО «Газпром добыча Уренгой профсоюз».

**15.** «Мотивация. Отраслевой профсоюз: что эффективно работает? Что НЕ работает? Что нужно от нижестоящих структур и ФНПР?»

Ольга Жанкевич — Профсоюз работников здравоохранения

РФ, Юрий Офицеров — Всероссийский Электропрофсоюз, Юрий Борисов — Российский профсоюз работников атомной энергетики и промышленности.

**16.** «Комплекс профсоюзных мероприятий Федерации профсоюзов Самарской области, в рамках празднования Дня Весны и Труда»

Наталья Идиятуллина — заместитель председателя областного союза «Федерация профсоюзов Самарской области».

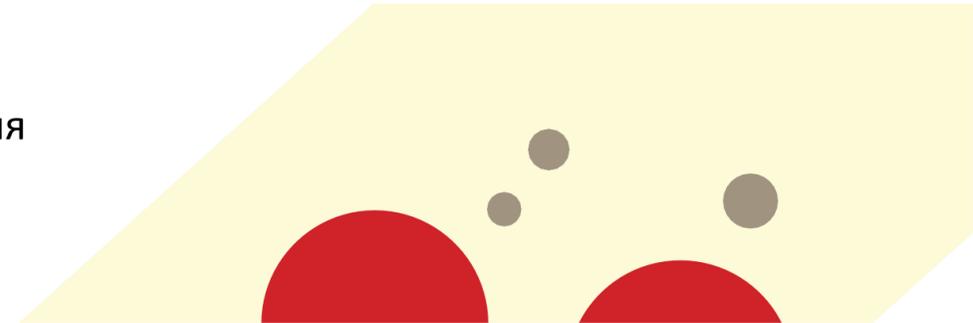
**17.** «Для кого колдоговор»

Ильдар Шамилов — ППО «КАМАЗ», Татьяна Сивохина — Самарская областная организация Профсоюза работников здравоохранения

РФ, Михаил Гризодуб — ППО «Челябинский трубопрокатный завод».

**18.** «МИР»

Маргарита Усова — Всеобщая Конфедерация Профсоюзов, Мурадил Джумадилде уулу — Федерация профессиональных союзов Кыргызстана.



# СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОТИВАЦИИ ПРОФСОЮЗНОГО ЧЛЕНСТВА



## Рекомендации для профсоюзного актива ФНПР

*Проведено Департаментом по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профсоюзного движения Аппарата ФНПР при участии выпускников Всероссийской профсоюзной молодёжной программы «Стратегический резерв», март 2025 г., **17 490** респондентов.*



*Краткие выводы и их интерпретации составлены на основании обработки данных ИИ*

# СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОТИВАЦИИ ПРОФСОЮЗНОГО ЧЛЕНСТВА



- 1. Членство в профсоюзе — это выгодно:** исследование доказало, что члены профсоюзов имеют более высокие доходы, лучше защищены трудовыми правами, реже сталкиваются с их нарушениями и испытывают больше положительных эмоций. Это ключевой аргумент для агитации.
- 2. Цифровизация — это главное:** для молодежи, особенно Z, интернет — основной источник информации и доверия. Низкая узнаваемость профгруппоргов при высокой узнаваемости топ-лидеров у Z доказывает: без эффективной работы в цифре (соцсети, мессенджеры) профсоюзы теряют молодое поколение.
- 3. Стабильность — главный аргумент для не-членов:** любые действия, угрожающие стабильности организации, будут отвергнуты. Главный месседж для этой группы: «Профсоюз — гарант вашей стабильности и социальный лифт».
- 4. Семья — мощнейший мотиватор:** поддержка работников с детьми — один из самых сильных стимулов для вступления и удержания. Не-члены профсоюза с детьми — самая недовольная группой уровнем соцстрахования. Здесь профсоюз может показать максимальную эффективность и пользу.
- 5. Инвестируйте в актив:** это ваш главный ресурс, но он в зоне риска выгорания. Внедряйте материальное и нематериальное стимулирование, обучайте, повышайте узнаваемость руководства и снижайте бюрократическую нагрузку.
- 6. Сегментируйте подход:** нельзя работать со всеми одинаково. У женщин, мужчин, молодежи Y и Z — разные ценности, страхи и запросы. Используйте разные каналы и месседжи для каждой группы.

# СВОДНАЯ ТАБЛИЦА ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ ДЛЯ ПРОФСОЮЗНОЙ РАБОТЫ



Группа / Характеристика	Психологический портрет, ценности и эмоциональное состояние	Ключевые проблемы, боли и экономическое положение	Что хочет от профсоюза? (запрос)	Почему (не) в профсоюзе? / Готовность к действию	Как с ней работать? (каналы, месседжи и акценты)
<b>Молодежь-Z (18-25)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Позитивная</li> <li>•Уверенная</li> <li>•Прагматичная</li> <li>•Усталость низкая</li> <li>•Уверенность в собственных силах — высокая</li> <li>•Присутствует недовольство образованием (пик ЕГЭ/Болонская система).</li> </ul>	<p><b>Внешние:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•рост цен</li> <li>•низкие доходы</li> <li>•Жилье</li> </ul> <p><b>Работа:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•нарушения прав (часто не осознают)</li> <li>•дресс-код (одежда, прическа, тату) — самая заметная проблема</li> <li>•маленький стаж, но уверенность на рынке труда.</li> <li>•Доходы в среднем выше, чем у старшей молодежи.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Понять «что я получу?»</li> <li>•Информирование</li> <li>•Разъяснение механизмов работы</li> <li>•Запрос на позитивные изменения</li> <li>•Обучение по охране труда</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Делегирование (готовы платить за защиту и за результат (взносы).</li> <li>•Видят в профсоюзе профессиональные услуги, а не сообщество.</li> <li>•Высокое доверие к госорганам (Минтруд) и волонтерам.</li> <li>•Низкое доверие к профсоюзам.</li> </ul> <p>Высокий % не определившихся в вопросах соцпакета и соцстрахования.</p>	<p><b>Каналы:</b> соцсети (VK, предпочтительнее Telegram), личные бренды лидеров и активистов.</p> <p><b>Месседж:</b> «Профсоюз — это твой профессиональный защитник и цифровой сервис. Вот конкретные кейсы и польза для тебя (безопасность, права)».</p> <p><b>Акцент:</b> Активная работа в интернете, адаптация под цифровые форматы, он-лайн-обучение.</p>
<b>Молодежь (25-35)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Усталость высокая</li> <li>•Высокая уверенность</li> <li>•Наибольший рост агрессии (7,2%)</li> <li>•Потребность в саморазвитии</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Рост цен</li> <li>- Низкие доходы</li> <li>- Жилье</li> <li>- Проблемы с учетом рабочего времени</li> <li>- Острая проблема — охрана труда</li> <li>- Снижение беспокойства по вопросу безработицы</li> </ul>	<p>Карьерный и личный рост: прокачка навыков, нетворкинг.</p> <p>Запрос на харизматичного лидера</p> <p>Понимание, как работают профсоюзы (орг. и фин. работа, экономика труда).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Готовы бороться за права активнее старших</li> <li>•Высокий запрос на материальное вознаграждение за активность</li> <li>•Низкая потребность в коллективных действиях и влиянии на решения</li> </ul>	<p><b>Каналы:</b> мессенджеры (чаты), соцсети, Telegram-каналы.</p> <p><b>Месседж:</b> «Профсоюз — это карьерная и личная прокачка. Стань лидером, расширь круг связей, получи навыки и влияние. Вот материальные бонусы за активность».</p> <p><b>Акцент:</b> Обучение внутренним процессам профсоюза, развитие лидерских программ.</p>



# СВОДНАЯ ТАБЛИЦА ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ ДЛЯ ПРОФСОЮЗНОЙ РАБОТЫ



Группа / Характеристика	Психологический портрет, ценности и эмоциональное состояние	Ключевые проблемы, боли и экономическое положение	Что хочет от профсоюза? (запрос)	Почему (не) в профсоюзе? / Готовность к действию	Как с ней работать? (каналы, месседжи и акценты)
<b>Женщины</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Чаще испытывают страх и усталость</li> <li>• Ценность заботы, сплочения и безопасности</li> <li>• Уверенность в защите своих прав выросла по сравнению с 2023 г.</li> <li>• В целом довольны своим образованием.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>В приоритете:</b> Безопасность (всплеск тревожности), медицинское обслуживание.</li> <li>• <b>Боли:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Низкий уровень соцстрахования, особенно после рождения детей (размер пособий)</li> <li>• Падение доходов с рождением детей</li> <li>• Проблемы больничных по уходу за ребенком</li> <li>• Харрасмент</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Запрос на коллективизм и поддержку</li> <li>• Юридическая помощь</li> <li>• Взаимодействие с другими организациями</li> <li>• Профлидер — доверенное лицо</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Неохотно делегируют защиту прав</li> <li>• Уверены, что профсоюз защищает их права</li> <li>• Удовлетворенность соцпакетом выше, если в профсоюзе</li> <li>• После рождения детей не-члены профсоюза сильно недовольны уровнем соцстрахования (38,77%)</li> </ul>	<p><b>Каналы:</b> чаты в мессенджерах, группы в соцсетях, официальные сайты.</p> <p><b>Месседж:</b> «Профсоюз — это надежное сообщество поддержки и заботы о тебе и твоей семье».</p> <p><b>Акцент:</b> юридическая помощь, льготы, детские праздники, оздоровление. Демонстрация реальной материальной поддержки семьям с детьми и сравнение с положением не-членов профсоюза.</p>
<b>Мужчины</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Чаще испытывают неуверенность и сомнения</li> <li>• Ценность лидерства, прозрачности и эффективности</li> <li>• Чаще недовольны размером оплаты труда и своим образованием.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рост цен</li> <li>• Низкие доходы</li> <li>• Жилье</li> <li>• Нарушение трудовых прав (сталкиваются чаще женщин)</li> <li>• Чаще ощущают нестабильность экономической ситуации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Запрос на лидерство и ясность: понятный лидер, плотный контакт с работодателем, прозрачность решений, цифровизация</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Более решительно настроены защищать права</li> <li>• Готовы платить за защиту</li> <li>• Чаще выбирают суд и правоохранительные органы</li> <li>• Менее видят работу профсоюза по защите прав</li> </ul>	<p><b>Каналы:</b> мессенджеры (чаты), соцсети,</p> <p><b>Месседж:</b> «Профсоюз — это сильный переговорщик и твой представитель перед работодателем. Вот наши победы и цифры. Вот наш план. Вот лидер, который все организует».</p> <p><b>Акцент:</b> демонстрация силы, экспертизы и результативности в диалоге с работодателем, прозрачность финансовой отчетности.</p>



# СВОДНАЯ ТАБЛИЦА ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ ДЛЯ ПРОФСОЮЗНОЙ РАБОТЫ



Группа / Характеристика	Психологический портрет, ценности и эмоциональное состояние	Ключевые проблемы, боли и экономическое положение	Что хочет от профсоюза? (запрос)	Почему (не) в профсоюзе? / Готовность к действию	Как с ней работать? (каналы, месседжи и акценты)
Работники с детьми	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ключевая боль — падение уровня жизни с рождением детей</li> <li>•Ценность стабильности и поддержки</li> <li>•Более позитивное настроение (рост господдержки в 2024 г.)</li> </ul>	<p><b>В приоритете:</b> Безопасность (всплеск тревожности), медицинское обслуживание.</p> <p><b>Боли:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Низкий уровень соцстрахования, особенно после рождения детей (размер пособий)</li> <li>•Падение доходов с рождением детей</li> <li>•Проблемы больничных по уходу за ребенком</li> <li>•Харрасмент</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Запрос на материальную и социальную поддержку: помощь, оздоровление, подарки детям, льготный отдых</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Сильнейший стимул для вступления — видимая материальная и социальная поддержка от профсоюза</li> <li>•Уверены в соблюдении своих прав</li> <li>•Реже всех сталкиваются с нарушениями трудовых прав</li> </ul>	<p><b>Каналы:</b> любые, но с акцентом на визуализацию практических выгод.</p> <p><b>Месседж:</b> «Профсоюз — это реальная материальная поддержка и социальные гарантии для твоей семьи».</p> <p><b>Акцент:</b> показывать конкретные суммы, путевки, подарки. Сравнить уровень поддержки членов и не членов профсоюза. Работать с запросом на стабильность.</p>
Не члены профсоюза	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Самый высокий запрос на понимание: «Что изменится лично для меня?»</li> <li>•Главная ценность — стабильность организации</li> <li>•Амбивалентны: чаще говорят об уверенности и счастье, но также чаще — о страхе, усталости, агрессии</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Рост цен</li> <li>•Низкие доходы</li> <li>•Сильно волнует стабильность рабочего места, безработица, собственное образование</li> <li>•Доходы ниже, чем у членов профсоюза (+6% у уровня прожиточного минимума)</li> <li>•Чаще недовольны условиями труда и соцпакетом</li> <li>•Чаще сталкиваются со всеми типами нарушений трудовых прав</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Гарантия стабильности — главный аргумент</li> <li>•Понятный ответ на вопрос «Что я получу?»</li> <li>•Запрос на детальное информирование (для женщин — принципиально).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Любые действия, угрожающие стабильности, не будут поддержаны</li> <li>•&gt;40% считают, что у членов профсоюза больше возможностей</li> <li>•Готовы бороться за права и платить за защиту</li> <li>•Настроены более пессимистично по всем экономическим показателям</li> </ul>	<p><b>Каналы:</b> официальные сайты, Telegram-каналы, корпоративные СМИ (чтобы не вызывать подозрений).</p> <p><b>Месседж:</b> «Профсоюз — это гарант твоей стабильности и дополнительный социальный лифт. Член профсоюза имеет больше возможностей, защищен и его права соблюдаются лучше».</p> <p><b>Акцент:</b> Сравнительный анализ выгод, разъяснительная работа через цифровые каналы, акцент на стабильность.</p>



# СВОДНАЯ ТАБЛИЦА ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ ДЛЯ ПРОФСОЮЗНОЙ РАБОТЫ



Группа / Характеристика	Психологический портрет, ценности и эмоциональное состояние	Ключевые проблемы, боли и экономическое положение	Что хочет от профсоюза? (запрос)	Почему (не) в профсоюзе? / Готовность к действию	Как с ней работать? (каналы, месседжи и акценты)
Профсоюзный актив	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Наиболее позитивный настрой</li> <li>• Чаще испытывают уверенность, надежду, счастье</li> <li>• Высокое чувство собственного достоинства от значимости работы</li> <li>• Выше всех удовлетворены условиями труда и соцпакетом</li> <li>• Готовы помогать другим</li> </ul>	<p>Профсоюзная работа:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Чаще сталкиваются с финансово некомпенсируемой нагрузкой</li> <li>• Выгорание от «невидимой» работы (орг. вопросы)</li> <li>• Высокая тревожность о взаимоотношениях с детьми (нехватка времени)</li> <li>• Тревожатся о безработице в целом по коллективу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Запрос на признание и поддержку: Материальное и нематериальное стимулирование, обучение (экономика труда, орг. и фин. работа), видимость результатов их работы</li> <li>• Потребность в профессионализме профкадров.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Уже мотивированы идеей защиты прав коллег</li> <li>• Удержать сложнее, чем вовлечь</li> <li>• Риск выгорания</li> <li>• Низкая известность высшего руководства даже среди актива</li> <li>• Молодые активисты менее знакомы с лидерами</li> </ul>	<p><b>Каналы:</b> Внутренние закрытые чаты, специализированные обучающие платформы, очные семинары.</p> <p><b>Месседж:</b> «Ваш труд ценен и важен. Мы инвестируем в ваше развитие и признаем ваш вклад».</p> <p><b>Акцент:</b> Создание системы грейдов, материальных бонусов, повышение узнаваемости топ-лидеров. Развитие семейных программ для снятия тревожности актива.</p>

