

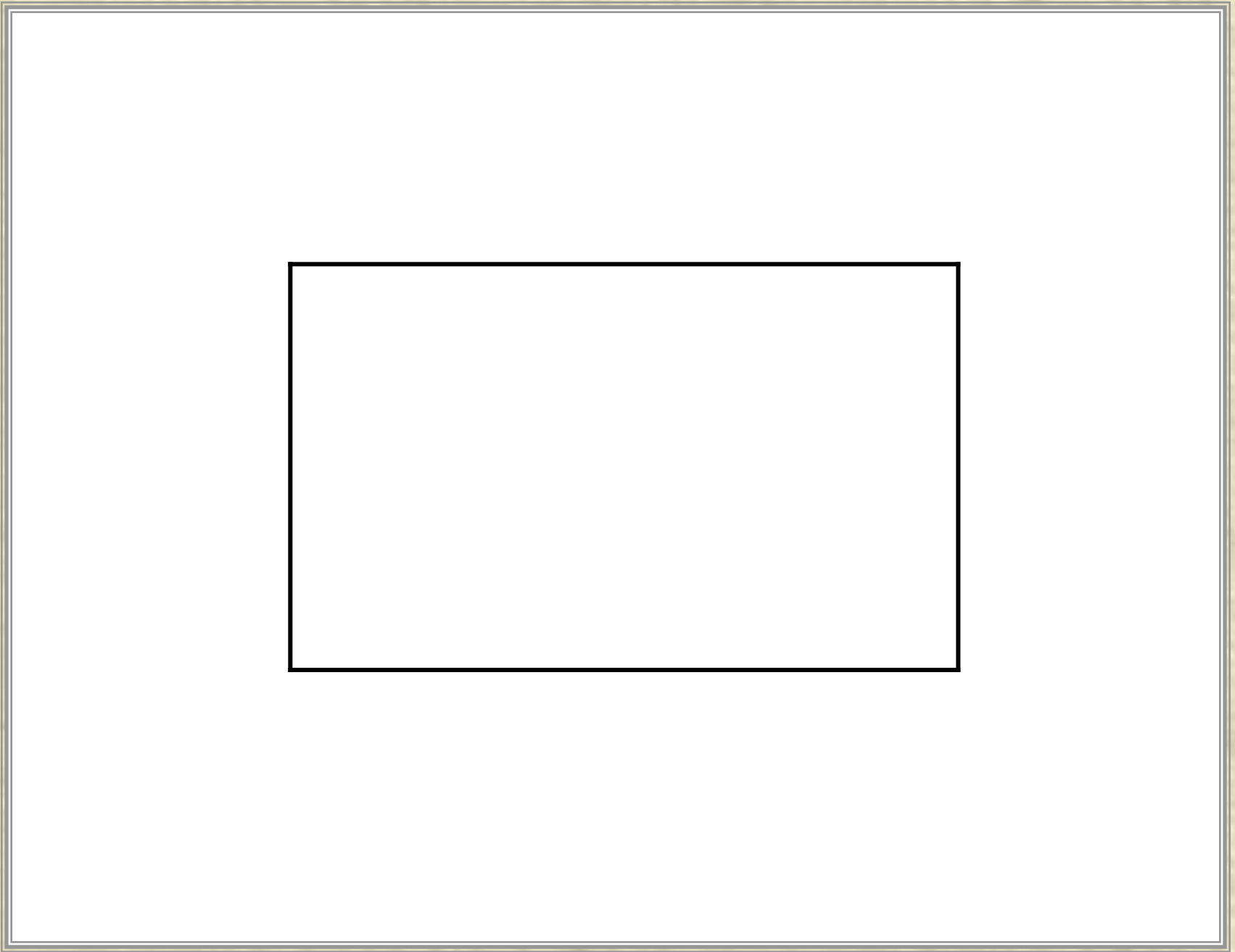
**Управленческие навыки
развития системы
социального партнёрства в
сфере труда**

Глазырин Андрей Владимирович

Институт экономики знаний,

г. Санкт-Петербург





Формы социального взаимодействия

- **Война** (противоборство)

Результат: проигрыш – проигрыш

- **Торг** (компромисс)

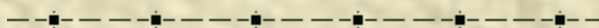
Результат: выигрыш – проигрыш

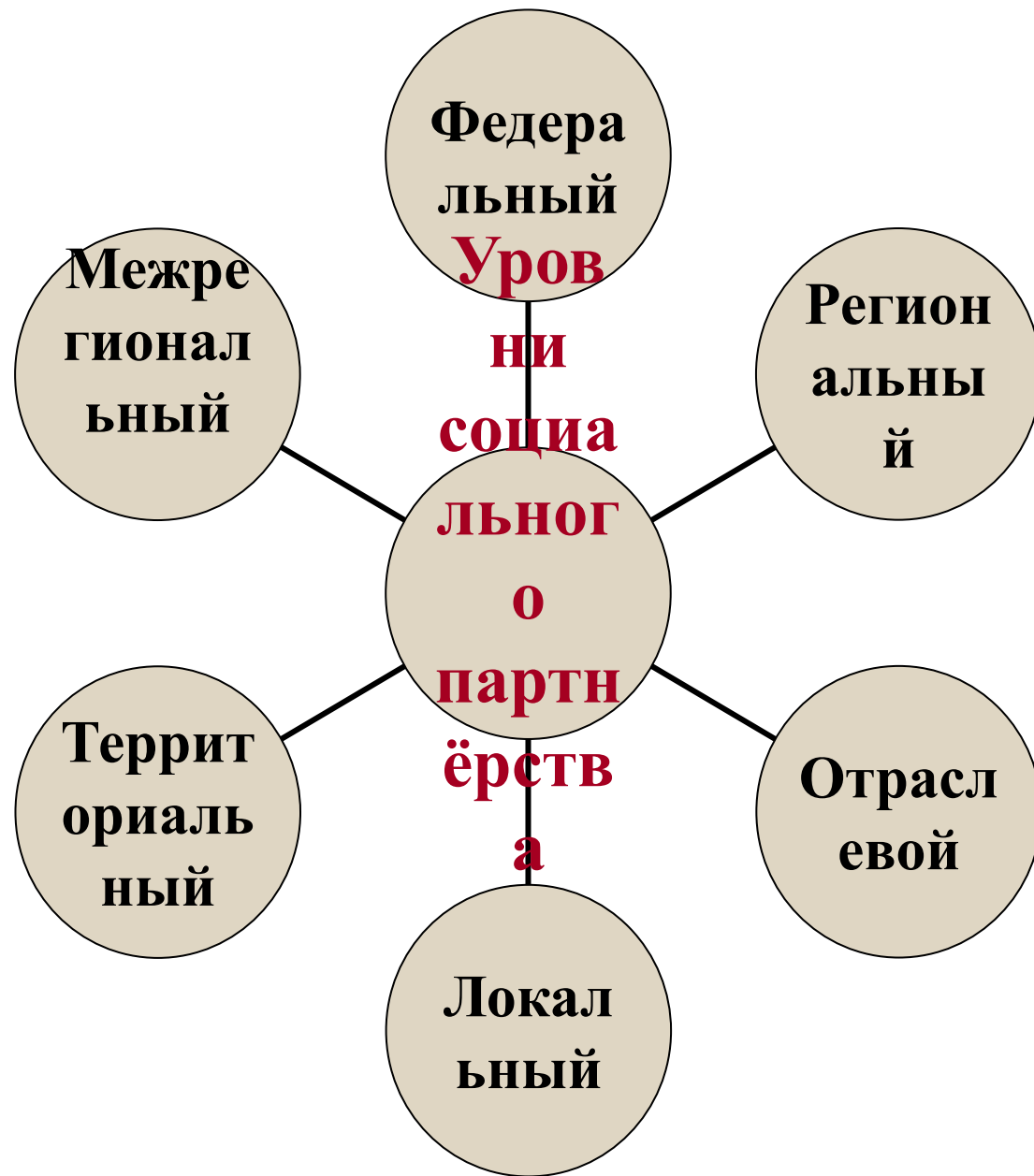
- **Мир** (сотрудничество, партнёрство)

Результат: выигрыш - выигрыш

Социальное партнёрство в сфере труда

система взаимоотношений
между **работниками** (представителями
работников), **работодателями**
(представителями работодателей), **органами**
государственной власти, направленная на
обеспечение согласования интересов
работников и работодателей по **вопросам**
регулирования трудовых отношений и **иных**
непосредственно связанных с ними
отношений.





Принципы социального партнёрства

- соблюдение норм законодательства;
- полномочность представителей сторон;
- равноправие сторон в свободе выбора и обсуждения вопросов, составляющих содержание коллективных договоров и отношений;
- добровольность сторон в принятии на себя обязательств;
- систематичность контроля и ответственность за выполнение обязательств.

Формы социального партнёрства

Коллективные переговоры

Взаимное консультирование

Участие в управлении организацией

Участие в разрешении трудовых споров

Ключевые моменты процесса социального партнёрства

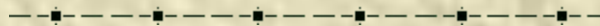
- социальная проблема;
- интересы партнёров;
- правовая обоснованность процесса партнёрства;
- возможности и сильные стороны партнёров;
- правила взаимодействия и взаимного контроля;
- наличие информационного поля, освещающего процессы социального партнёрства;
- постоянство и стабильность процесса социального партнёрства;
- инновационные пути решения социальных проблем.

Узловой момент, вокруг которого
формируется социальное партнерство,
- это **социальная проблема**

Но её выявления и осознания всеми
не достаточно для возникновения
социального партнёрства –
необходимо чёткое определение
интересов сторон

Модернизация – переход от
индустриальной экономики
к инновационной
(или - экономике знаний)

Инновационная экономика, или, точнее,
экономика знаний – это тип экономики, где
основной движущей силой являются **знания**,
сосредоточенные в *человеческом капитале и*
информационном поле
вокруг него



| Область | Индустриальная экономика | Новая экономика знаний |
|--|---------------------------------|---|
| <i>Доминирующая сила</i> | Поставщик | Потребитель |
| <i>Мера успеха</i> | Прибыль | Капитализация (рыночная цена компании) |
| <i>Основные двигатели</i> | Капитал | Люди их знания и способности |
| <i>Требования к образованию</i> | Сертификат или диплом | Непрерывное обучение: как быстро можно узнавать новое |
| <i>Работники</i> | Затраты | Инвестиции |
| <i>Отношения работодателя и работников</i> | Конфронтация | Сотрудничество |

Человеческий капитал

**– знания, умения, навыки,
которые являются источниками
доходов для самого человека,
его семьи, организации,
общества и государства в целом**

Развитие человеческого капитала

Данные МОТ и ОЭСР за 2015 год

- образование и профессиональная подготовка,
- здоровье (физическое и психологическое благополучие),
- трудоустройство и занятость,
- инфраструктура, правовая защита, социальная мобильность

| | | |
|--------------|---------------|--------------|
| □ 01. | Финляндия | 85,78 |
| □ 17. | США | 79,64 |
| □ 26. | Россия | 77,54 |
| □ 64. | Китай | 67,47 |
| □ 124. | Йемен | 40,72 |

Человеческий капитал

Образование

Здоровье

Мобильность

Балансовая стоимость работника

$$БС = П / П+С \times ВС$$

ВС – *восстановительная стоимость*
(обучение, поддержание здоровья,
питание, отдых, хобби, транспорт,
расходы на связь, отпуск/12).

Какие услуги может предоставлять наш профессиональный союз?

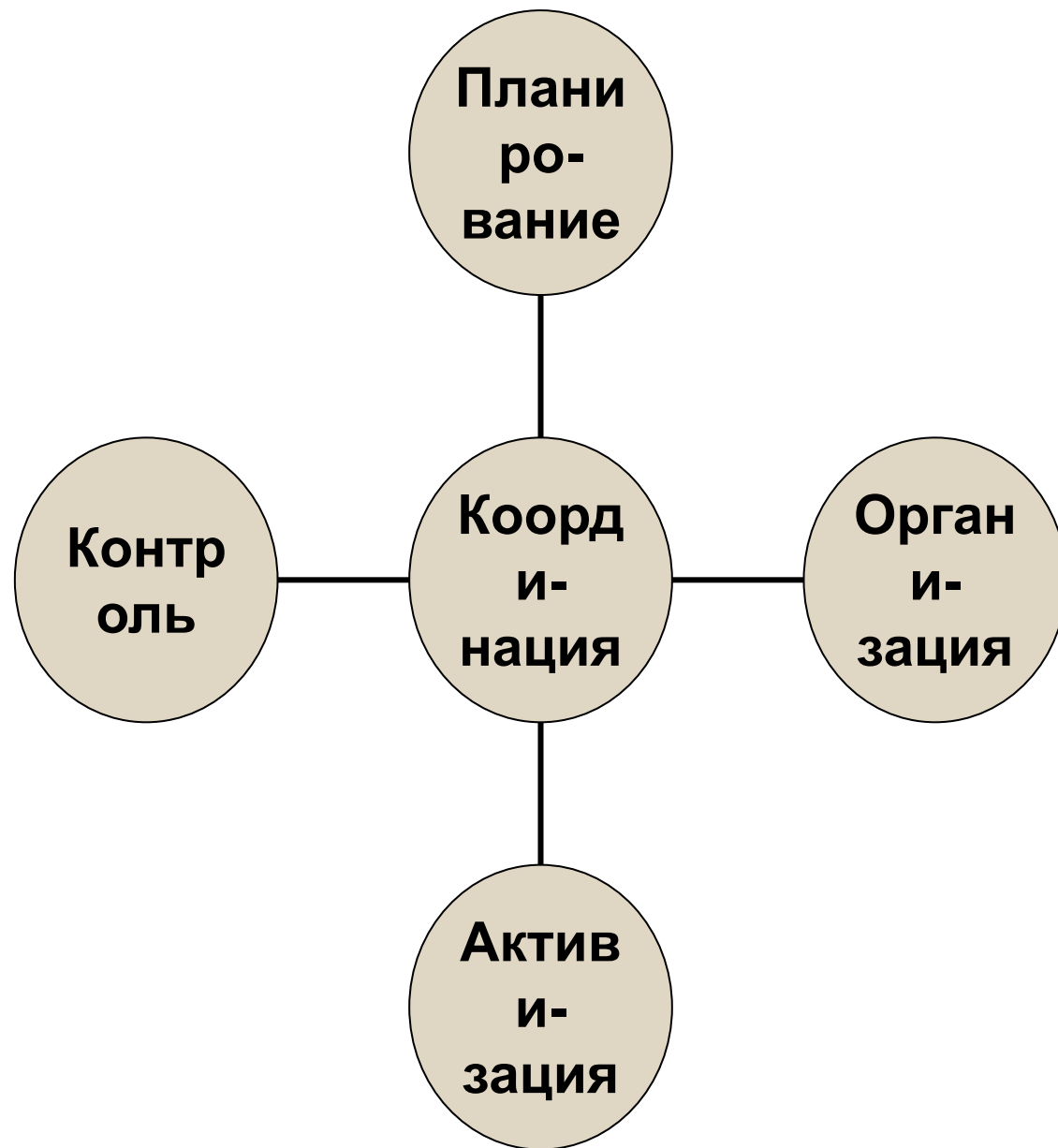
| | |
|-------------------------------------|--|
| Капитал здоровья | |
| Трудовой капитал | |
| Культурно- нравственный | |
| Организационный капитал | |
| Интеллектуальный капитал | |
| Социальный капитал | |

Организация –

группа людей, совместно действующая для достижения поставленной цели

Управление –

это *сознательное воздействие* человека на объекты, процессы и их участников, осуществляемое в *целях* получения желаемых *результатов*.



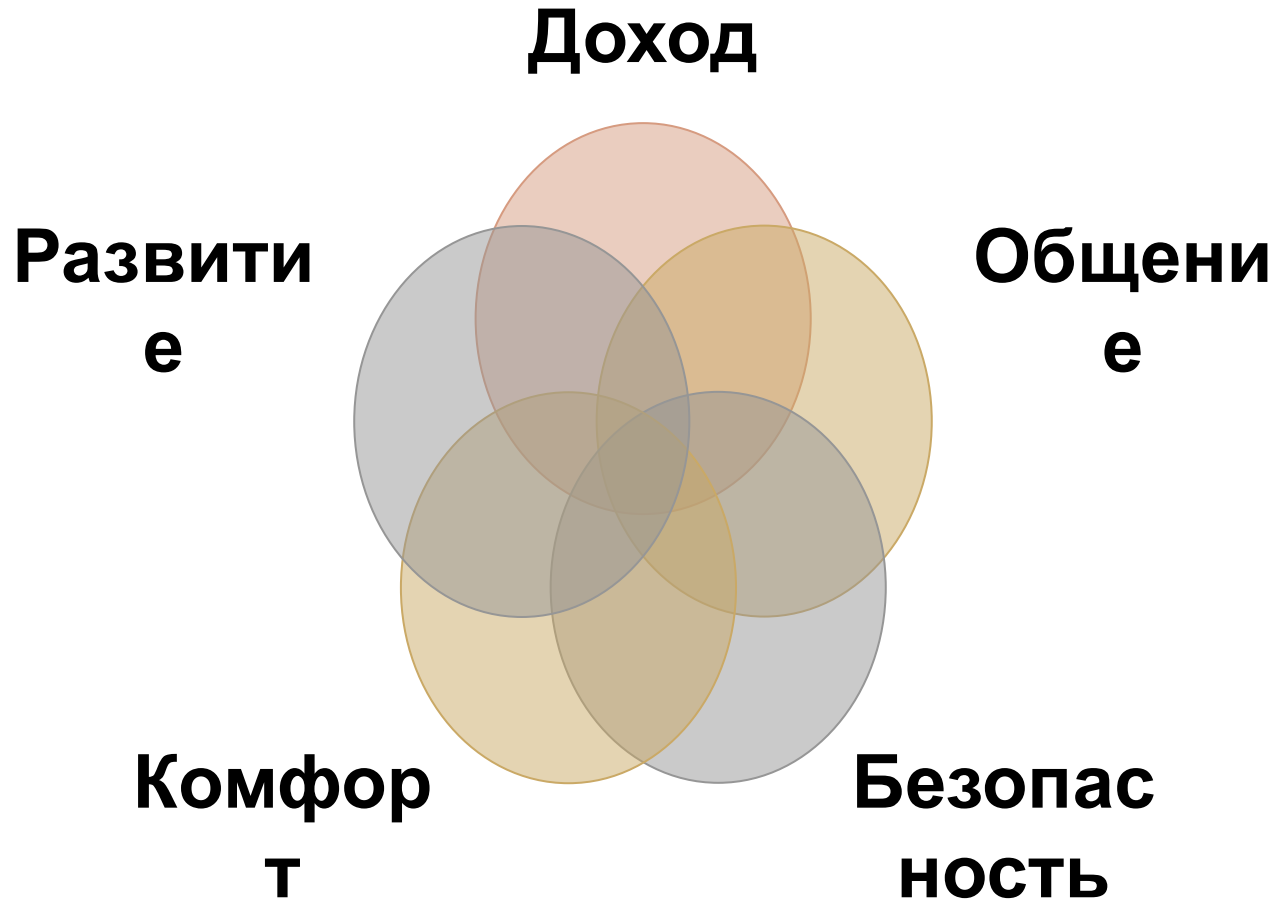
Методы активизации работников

- **Стимулирование**
(поощрение и наказание)
- **Мотивирование**
(работа с потребностями человека)
- **Манипулирование**
(несоответствие целей и результатов)

Стимулирование

| | | |
|---------------------|-------------------|-----------------------|
| <i>Материальное</i> | | <i>Нематериальное</i> |
| <i>Денежные</i> | <i>Неденежные</i> | |
| | Социальные | |
| | Функциональные | |

Основные потребности работника



***Методика оценки результативности
коллективно-договорного регулирования
социально-трудовых отношений в организации:***

- Расчет суммы дополнительных льгот и гарантий (в денежном выражении), получаемые в течение года работниками по обязательствам сторон коллективного договора
- Определение среднего значения в расчете на одного работника
- Доведение информации об оценке эффективности коллективно-договорного регулирования до сведения работников

Расчет экономической эффективности соглашения на работника

| п/п | Льготы и гарантии, получаемые работниками в 2015 году в соответствии с Территориально-отраслевым соглашением | Количество полученных льгот в 2015 году | Среднемесячная заработная плата работника (муниципального служащего) | Сумма |
|-----|---|---|---|--|
| | Пункт 2.9. Соглашения (предоставление женщинам, а также одиноким родителям, имеющим детей в возрасте до 16 лет, предоставляется не менее 2 часов свободного времени в неделю или один свободный день в месяц с сохранением заработной платы.). | 75 дней (предоставлено в год) | Среднедневная з/п работников по организации: 15 000/21= 725 руб. , <i>где 15000 – среднемесячная з/п, 21 – рабочий день в месяце</i> | 75*725= 54 375 рублей |
| | Пункт 4.6. Соглашения (мероприятия, направленные на оздоровление и охрану труда работников) | | | 156 000 рублей |
| | Пункт 6.3. Соглашения (предоставление беспроцентных займов) | 20 | | 20*20 000 = 400 000 рублей |
| | <p>ЭВ(руб.) = Σ : ССЧР</p> <p>- Σ – сумма средств, затраченная работодателем по обязательствам соглашения;</p> <p>- средняя списочная численность работников организации (ССЧР);</p> <p>- (ЭВ) - экономическая выгода, предоставляемая работодателем по соглашению в расчете на одного работника (муниципального служащего).</p> | | | <p>Итого</p> <p>сумма средств (Σ): 610375 рублей</p> |

Итого экономическая эффективность: $610375 / 31 =$ **19690 рублей на одного работника**

Мотивация профсоюзного членства

*побуждение к вступлению и
принадлежности к профсоюзу*

Внешние условия МПЧ – *создание
положительного имиджа организации*

Внутренние условия МПЧ – *результаты и
стиль работы организации*

Имидж организации

- Нормативная база организации (*комплекс документов*)
- Этические нормы (*правила поведения и отношений*)
- Смотры и конкурсы (*проводимые организацией*)
- Организация досуга (*Что? Как?*)
- Аксессуары (*видимые атрибуты*)

Составляющие имиджа профессионала

- Внешность (в соответствии с желаемыми целями)
- Развитая коммуникативная техника
- Поведение (деловой этикет)
- Поддержание здоровья
- Профессионализм

Информационная работа в организации

- *Информационное обеспечение* – это деятельность по организации и обеспечению коммуникации **субъекта** (которым может выступать отдельная личность, целое предприятие, общественная организация, государство) со своей общественностью.
- *Целью* информационного обеспечения деятельности организации является изменение **общественного мнения** в отношении самой организации, её партнеров и оппонентов.

Основные методы достижения целей в ИР

| | <i>PR</i> | <i>Реклама</i> | <i>Пропаганда</i> |
|------------------|---|--|--|
| Цель | Достижение социального партнерства через диалог | Стимулирование и продвижение социальных услуг профсоюзов | Увеличение численности членов организации |
| Способы | Информационная открытость, достигаемая посредством акций (новости, интервью, выступления) | Контролируемые, финансируемые и оплачиваемые мероприятия (согласно «Закона о рекламе») | Навязчивое информационное воздействие, подразумевающее скрытость информации, и дезинформацию |
| Результат | Диалог, партнерство с учётом общественно-значимых интересов всех заинтересованных сторон | Расширение потребительского рынка социальных услуг, оказываемых профсоюзной организацией | Увеличение числа сторонников (членов) организации на определенный срок, изменение общественного мнения об оппонентах |

Приемы повышения эффективности

Убеждение

- Фрагментарность подачи
- Ритуализация
- Персонализация

Внушение

- Свидетельство
- Наклеивание ярлыков
- Яркое обобщение
- Непривлекательный ракурс
- Популизм
- Подгонкам цитат и рейтингов

**Информационное обеспечение
процесса продвижения осуществляется
в рамках
трех основных форм**

- *личные контакты;*
- *электронные средства;*
- *печатные средства.*

Личные контакты

- *Деловая беседа*
- *Совещание (собрание)*
- *Прием по личным вопросам*

Электронные средства

- *Веб-сайт (страницы) в интернете*
- *Группы в социальных сетях*
- *Приложения в смартфонах*

Печатные средства

Информационный
бюллетень (газета)

Листовка (стенгазета)

Доска объявлений (уголок)

Агитационные плакаты

Брошюры, руководства,
справочники, буклеты, памятки

**Общая схема распределения внимания
(100%) при восприятии текстов на
плоскости листа примерно такова:**

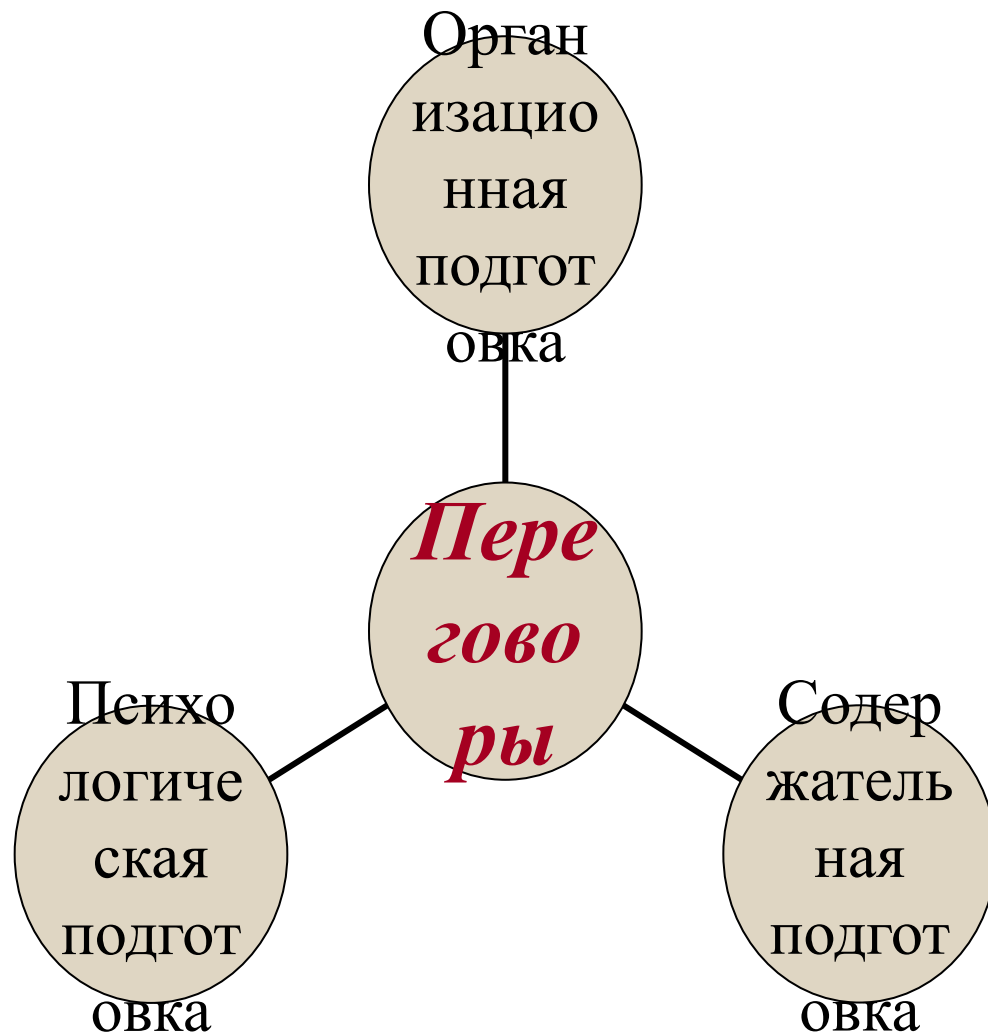
| | | |
|------|------|------|
| 10 % | 20 % | 10 % |
| 5 % | 50 % | 5 % |

Алгоритм презентации

| Этап | Фразы |
|----------------------|--------------|
| Привлечение внимания | |
| Определение интереса | |
| Призыв к действию | |

Виды деловых совещаний

- *Оперативное*
(решение текущих вопросов)
- *Инструктивное*
(доведение инструктивной информации)
- *Проблемное*
(решение проблемных ситуаций)



Общение

Восприятие

Коммуникац
ия
- *вербальная*
-
невербальная

Взаимо-
действие

Коммуникация

- *Вербальная*

Типы вопросов:

- открытые;
- альтернативные;
- закрытые

- *Невербальная:*

- визуальный контакт;
- паралингвистика;
- такесика;
- проксемика;
- кинесика

Репрезентативные системы

| <i>Визуальная</i> | <i>Аудиальная</i> | <i>Кинестети- ческая</i> |
|--|--|--|
| Вижу Покажите Цвет Размер Красиво | Слышу Расскажите Смысл Содержание Функция | Чувствую Почувствуйте Ощущение Удобство Комфорт |