(cc) BY

Шипитько Андрей Борисович
канд. социол. наук, заместитель начальника кафедры
ФГКВОУ ВО «Саратовский военный ордена Жукова
Краснознаменный институт войск
национальной гвардии Российской Федерации»
г. Саратов, Саратовская область

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация*: в статье раскрывается развитие социального партнерства как хозяйственного взаимодействия и определяется, что именно государство в современных условиях должно реализовывать роль социального партнера и контролера возможностей партнерского взаимодействия.*

Ключевые слова*: социальное партнерство, социально-организационный механизм, гуманистические принципы, гуманистический потенциал.*

Переход России на инновационный путь развития предполагает не только демократизацию социально-трудовых отношений, но и достижение социального согласия, устойчивости и динамичности социально-экономического развития хозяйственных организаций. Достижение последнего возможно в результате обновления системы социального партнерства как многоуровневого конструкта, характеризующего систему общественных отношений по проблемам согласования, коррекции и защите социальных и экономических интересов субъектов хозяйствования.

В мировой практике институт социального партнерства развивается как результат глубоких демократических преобразований всего комплекса трудовых отношений. Модернизация в России приводит к росту социальной напряженности и обострению социальных противоречий во внутренней социальной среде хозяйственных организаций. Эффективная социальная адаптация к осуществляемым преобразованиям в комплексе социально-трудовых отношений России требует тесного и творческого партнерского социального сотрудничества различных хозяйственных структур, государства, профсоюзных объединений.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

В то же время реформаторы предполагают модернизировать всю систему социального партнерства, ставят новые социальные цели, создают необходимость активизации партнерского сотрудничества отдельных хозяйственных организаций.

В зарубежных научных социологических источниках мы находим обоснование необходимости развития института социального партнерства в условиях инновационной модернизации хозяйственной организации. Исследователи отмечают, что в 80-е годы XX века активизация инновационной модернизации хозяйственных организаций США и Европы объективно приводит к развитию социального партнерства. Новые технологические научные разработки в современных условиях часто не могут найти своего потребителя, ввиду отсутствия у последнего денежных ресурсов на их покупку. Именно партнерское взаимодействие помогает разрешить данное социальное противоречие. Так, известные компании разрабатывали новые препараты, способные помочь людям, в партнерстве с благотворительными организациями. Данные препараты помогают в борьбе с тяжелыми заболеваниями. Другие проекты помогают внедрению новых дорогостоящих технологий в образование, бытовое потребление. В данных условиях топ-менеджмент вынужден был объявлять и провозглашать главное предназначение компаний, направленное на удовлетворение потребностей людей. По сути, связывались процессы внедрения инноваций с корпоративными ценностями организаций.

Джордж Мерк, архитектор современной Merck, в этой связи заявил, что продукция должна производиться ради людей, а не ради прибыли. «Если мы будем помнить об этом, у нас всегда будет прибыль. И чем лучше мы будем об этом помнить, тем выше будут наши прибыли. Мы не имеем права на покой, пока с нашей помощью не будет найден способ донести наши передовые идеи до каждого» [7, с. 265].

Современные западные хозяйственные организации традиционно выступают с инициативой создавать продукцию для нужд людей, занимаются благотворительностью. Они не могут выполнять данную миссию без поддержки и

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

партнерского взаимодействия с государством, другими организациями, профсоюзами. Приходится также обращаться за помощью к общественным организациям и движениям, благотворительным структурам.

Современные социологи отмечают [1], что рост социального партнерства хозяйственных организаций связан с развитием ценностно-ориентированных организаций. Компании формируют новые принципы инновационной организационной культуры. При этом трансформируются основные цели, задачи, стратегии хозяйственных организаций [2]. Основная ценность организации все в большей степени связывается с сотрудниками организации. Внутриорганизационные социальные проекты должны ориентироваться не на получение прибыли, повышение зарплаты, а на рост социальной ответственности, повышение эффективности деятельности относительно вносимого положительного вклада в социальное развитие внешних социальных систем, с которыми сотрудничает организации. Так, еще в 1996 г. генеральный директор американской хозяйственной организации Austin and Elias Джеффри Шварц заявил, что основная миссия фирмы связана с развитием партнерских отношений с внешней социальной средой корпорации. Деятельность корпорации направлена на обеспечение качественной обувью, на формирование бренда и положительных убеждений о фирме в системе внешней социальной среды. Новую миссию корпорации необходимо отождествлять с процессом слежения обществу, рассматривать как основной компонент корпоративной тактики и стратегии организации. «Чтобы воплотить эту ценность в жизнь, Timberland предоставляет своим сотрудникам 40 оплачиваемых часов в год для участия в деятельности местных общин. Кроме того, компания создала партнерство с молодежной добровольно-благотворительной организацией City Year. Их отношения переросли в стратегический союз, определяющий сегодня все аспекты деятельности компании. Компания глубоко интегрирована в деятельность City Year и обеспечивает членов молодежной организации полной униформой, а генеральный директор Timberland стал председателем совета директоров City Year» [7, с. 266].

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Важно отметить, что начиная с середины девяностых годов, успешные компании США и Европы начинают трансформировать систему социального партнерского взаимодействия. Социальная и экономическая успешность хозяйственной организации отождествляется с развитием инициативно-гуманистических принципов социального партнерства. На практике разрабатываются и внедряются два важнейших принципа инициативно-гуманистического социального партнерства. Первый принцип – стимулирование инициативных процессов заключения партнерских договоров, соглашений, совместных согласований менеджмента, непосредственных работников. Второй принцип – целевая ориентация партнерского взаимодействия на согласование интересов непосредственных работников, менеджмента работодателей. Для реализации данных принципов разрабатываются различные технологии и управленческие проекты. При этом, партнерские взаимодействия не рассматриваются как благотворительные действия корпораций, а трактуются как важнейшая форма социально значимого маркетинга фирмы.

В условиях современной России мы находим социологический анализ практик функционирования отечественных хозяйственных организаций, где раскрываются аналогичные тенденции трансформации внутренних и внешних аспектов социального партнерства, уточняются направления дальнейшего совершенствования партнерских социально-экономических отношений. Так, Р. Злобин отмечает, что в западном понимании социального партнерства как гуманитарной модели социально-трудовых отношений в России не существует. Данная гуманитарная системная модель находится на начальной стадии зарождения. В современных условиях, по-прежнему, профсоюзы не выполняют гуманитарную функцию контроля деятельности работодателя. Модернизация отношений занятости, расширение практик неформальной профессиональной деятельности работников создает новые комплексы формального и неформального труда. Последние профсоюзы не стремятся и не могут регулировать и контролировать [4, с. 162].

Таким образом, в настоящее время необходима активизация инициативно-гуманистических принципов деятельности субъектов социального партнерства

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

хозяйственных организации России. Реализация данных принципов через систему трансформационных социально-организационный механизмов.

Важнейшие из трансформационных социально-организационный механизмов инициативной гуманистической модели социального партнерства следующие.

Первый социально-организационный механизм: формирование гуманистических принципов поведения работников и обновление миссии хозяйственных организаций. Второй социально-организационный механизм: повышение социальной ответственности партнерского взаимодействия на основе новых инновационных ценностей. Третий социально-организационный механизм: стратегическое согласование и интеграция основных компетенций хозяйственных организаций.

Первый социально-организационный механизм является основным. Рассмотрим его реализацию на уровне отдельных хозяйственных организации подробней. На уровне отдельных хозяйственных организаций России традиционно корректируется миссия, обновляется организационная культура в целом. Подтверждается гипотеза, высказанная Э. Шейном о том, что конструирование социальных отношений, в том числе и партнерского типа в современных условиях осуществляется в рамках обновления миссии организации, а также обновления стиля проведения работников организации. Уже новая социальная (социально-экономическая) миссия создает предпосылку модернизации ценностей, норм, принципов внутреннего и внешнего партнерского взаимодействия трудовой организации [9]. Процессы совершенствования миссии, становление новаторских традиций, норм взаимодействия – это процесс формирования новой инновационной организационной культуры [3, с. 162]. Одновременно данный процесс обновляет всю систему трудовых и вне трудовых отношений в организации, определяет переход к новым принципам партнерского взаимодействия.

По данным нашего анализа более 25% крупных организаций России отказываются от традиционных форм основной цели (миссии), связанной с получением прибыли и получения сверх доходов. Современные российские организации констатируют миссию в контексте четкой направленности на социальное

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

развитие общества. Так, ведущие хозяйственные организации России активно принимают и внедряют миссию как социальную цель общественной модернизации. «Газпром» видит свою «миссию в надежном, эффективном и сбалансированном обеспечении потребителей природным газом, другими видами энергоресурсов и продуктов их переработки» [6]. «Лукойл» рассматривает миссию в контексте превращения энергии «природных ресурсов в благо человека» [5]. «Сбербанк» связывает миссию с предоставлением людям уверенности и надежности. «Сбербанк» миссию видит в том, чтобы делать жизнь людей «лучше, помогая реализовывать устремления и мечты» [8]. «Почта России» ассоциирует социальную миссию с обеспечением равного доступа и высокого качества почтовых и информационно-коммуникационных услуг всем жителям страны.

Одновременно современные организации формируют новые гуманистические принципы организационного поведения сотрудников всех уровней. Декларируются и внедряются следующие важнейшие гуманистические принципы: 1) признание творческого потенциала самого непосредственного работника и его семьи как важнейшей ценности и капитализирующегося ресурса хозяйственной организации; 2) интеграция системы взаимоотношений и взаимодействий хозяйственной организации с внешней социальной средой, обществом и отдельным потребителем; 3) достижение выгоды за счет уважения потребителей и субъектов социального партнерства, соблюдение их права на духовное, нравственное и физическое развитие. По сути, новые гуманистические принципы организационного поведения сотрудников направлены на развитие инициативной гуманистической модели социального партнерства. Последняя направлена на рост инновационных накоплений, социальной инициативы, интеграции внешней и внутренней деятельности человека. Нацеленность отдельных групп менеджмента на создание необходимых возможностей для социального развития трудовых коллективов организации.

Таким образом, в современных условиях развитие хозяйственных организаций сопровождается демократическими преобразованиями трудовых отношений. Существенно трансформируется миссия современной организации, обновляется

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

стиль поведения работников организации. Важнейшим ресурсом современной организации является гуманистический потенциал ее сотрудников. Важнейшей формой человеческого капитала организации становятся духовное развитие и способности как самого работника, так и членов его семьи. Постепенно объединяются цели и задачи общества, отдельной организации и семьи работника, систематизируются и развиваются инновационные принципы социального партнерского взаимодействия. В рамках стратегии социально-экономического развития корпораций социальное партнерство формируется в контексте общей деятельности, направленной на реализацию привлечения, стимулирования, формирования инновационного человеческого капитала высококомпетентных и социально ответственных работников. В данном контексте особое внимание уделяется развитию инновационных способностей сотрудников, созданию условий интеграции и объединения профессиональных действий, обязанностей, экономических и социальных результатов, гуманизации социального партнерства, социальной ответственность и гражданскую мораль работников современной корпорации.

Список литературы

1. Austin J.E., Reficco E., Berger G. Social Partnering in Latin America, Cambridge, MA: Harvard University Press, 2004.

2. Revilla J., Perez, F. Posada Amazonas, Harvard Business School Case, SK002, 17 July. Boston. MA: Harvard Business School, 2003.

3. Баландина Т.М. Социальный механизм управления развитием организационной культуры // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2012. – №2.

4. Злобин Р.Р. Обратная связь в практике социальной защиты работников // Вестник СГСЭУ. – 2012. – №2 (41).

5. Миссия Лукойла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://lukoil.ru/Company/CorporateProfile#:~:text=%D0%9C%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F,%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%20%D0%B8%20%D0%BE%D0%B1

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%20%D0%B2%20%D1%86%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%BC

6. О Газпроме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gazprom.ru/about/

7. Остин Дж. К социальному лидерству через социальные партнерства / Ответственное лидерство. – М., 2008.

8. Сбербанк России: миссия и ценности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sberbank.ru/moscow/ru/about/today/mission/

9. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. – СПб., 2002.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)