

■劳动时评

“共享用工”只有权益“共享”才能行稳致远

□张智全

面对“共享用工”模式下劳动者权益保障存在的诸多法律风险,确保被“共享”的员工能够“共享”劳动权益,显然势在必行。对此,司法机关、劳动主管部门、行业协会等职能部门,在修法尚待时日的情况下,应及时给出法律适用指导意见,指导企业与员工以及企业间签订好相关协议,约定清楚各方的权利义务、风险责任承担,尽量避免可能带来的风险。

帮老人擦洗身体、喂药、如厕……8点,高娟已经拾掇好,来到老人家里,开始一天的护理工作。在福寿康(上海)医疗养老服务公司从事养老护理的她,

在被“借”去家乐福超市工作了一段时间后,随着居家养老服务的恢复和市场需求增加,近日又回到了护理岗位。因疫情引发的复工复产困境,使得共享用工成为一种调剂用工余缺的风潮,相继为不少企业所采用。(9月28日《工人日报》)

“共享用工”,是指企业和企业之间以“借用”或“外派”方式实现劳动力的流动,以此提高人力资源配置效率的一种灵活用工方式。“共享用工”,其实早就存在。在新冠肺炎疫情未发生前,一些淡旺季明显的企业也采用这种模式调配人力资源。这种灵活的用工模式,不仅可以给员工提供多元化的工作机会,也可以减轻企业用工成本压力,让企业和员工实现多赢。可以预计,即

使疫情过后,“共享用工”也有着更加可期的发展未来。

不过,需要注意的是,作为一种灵活用工模式,“共享用工”与其他“新业态”一样,都有可能因法律规范在其发展初期的缺位而步入失序的发展轨道。由于“共享用工”牵涉其中的劳动关系与传统用工方式有着本质区别,保护被“共享”员工的劳动权益已然不能套用现有的法律法规。因此,如何依法规范“共享用工”,让参与其中的员工能够“共享”劳动权益,无疑是确保“共享用工”模式行稳致远发展必须要解决的问题。

目前,“共享用工”模式中员工权益难以有效保障的弊端已日益凸显。比如在劳动关系的认定方面,因被“共享”的员工与供职

的企业不具有传统劳动关系明显的人身依附特征,一般按照从业次数或者业务量决定报酬,不存在固定的工资保障,员工与供职企业间的劳动关系的认定已成为司法实务难点,致使不少被“共享”的员工沦为权益隐形人。又比如在工伤认定上,由于被“共享”的员工与输出企业的劳动关系处于持续状态,输入企业仅支付工资不承担社保,如在输入企业受到职业伤害,劳动保障部门就会以缴纳社保主体与用工主体不一致,对员工不予认定工伤。

再比如社保方面,按规定,在“共享用工”模式下,社保缴纳的主体只能为输出企业,输入企业不承担缴纳社保的义务。出于利益考量,输入企业通常以最低标准作为社保缴费基数,员工

因此面临因社保缴费基数低而影响将来养老保险待遇的风险。上述这些问题如不能得到及时解决,必然会在损害员工合法权益的同时,让“共享用工”这种灵活用工模式难以赢得未来。

凡事预则立,不预则废。面对“共享用工”模式下劳动者权益保障存在的诸多法律风险,确保被“共享”的员工能够“共享”劳动权益,显然势在必行。对此,司法机关、劳动主管部门、行业协会等职能部门,在修法尚待时日的情况下,应及时给出法律适用指导意见,指导企业与员工以及企业间签订好相关协议,约定清楚各方的权利义务、风险责任承担,尽量避免可能带来的风险。如此,“共享用工”才能规范运行并有着可期的发展愿景。

■每日图评

谨防“接娃神器”埋下安全隐患

开学将近一个月了,每到上学、放学时段,学校门口总是水泄不通的状态。记者调查发现,电动自行车、电动平衡车、老年代步车逐渐成为接送孩子的三件“神器”。然而方便归方便,这三种出行方式不仅不安全,而且可能违法。(9月28日《北京晚报》)

事实上,所谓的“接娃神器”基本都违法。比如,所谓的三轮老年代步车,实际上是机动车,要遵守机动车的相关管理规定;电动平衡车,根据北京市相关规定,在道路上使用动力装置驱动的平衡车、滑板车等器械的,公安机关交通管理部门可以

扣留器械,处200元罚款。当然,更为重要的是,骑行、乘坐摩托车需要按照规定佩戴安全头盔。

不必讳言,“接送神器”虽然有着一定的民生需求,但是其安全性却不能忽视,尤其是这些“神器”上路,不仅会给自身带来安全风险,更会直接给道路交通安全埋下诸多隐患。比如,老年代步车没有取得牌照时不能上路,一旦出现交通事故,车辆肯定会被查扣,如果驾驶员没有驾照,那就会被罚款甚至拘留。

减少“接送神器”带来的风险,关键是家长增强守法及安全意识,不能出现事故后才去后悔。



以媒体记者连续五天在不同学校周边观察为例,几百辆接送孩子的电动自行车、平衡车,骑行的家长和乘坐的孩子,没有一个戴头盔

或者其他护具。这显然是对生命安全的不负责任。于家长,理应认识到依法安全驾驶的重要性,别因为大意而埋下祸根。□杨玉龙

■长话短说

会员“打包卖”权益别打折

一段时间以来,主打价格优惠、“买一得多”的“联合会员”在网上遍地开花,成为互联网企业“拉新”的新玩法。不同平台会员以打包形式进行发售,是平台间打通消费场景,升级用户体验的全新尝试。但打包之后,一些平台会员用不上,部分会员权益“缩水”,引来了不少用户的吐槽。(9月28日《工人日报》)

买一家会员,就能成为N家会员,涵盖电商、视频、音频等多个领域,这样的联合会员看似实惠多多,“血赚不亏”。实际上,会员“打包卖”并没有看起来的那么美。首先,联合会员看似阵容豪华,实则参差不齐,一些平台资源较少、体验度差,会员几乎用不上。有消费者吐槽,“联合会员的‘篮子’越来越大,但‘篮子’里有用的内容却没有变多”。

此外,会员“打包卖”难以掩盖权益缩水的尴尬。以视频网站为例,不少消费者购买会员都是冲着宣传的“充会员免广告”。但在付费成为会员后,还是不得不收看“弹窗广告”“浮动广告”“小剧场广告”等不同名目的多种广告。额外付费和自动续费无提示等问题,也让会员感到权益“很受伤”。

这些问题不解决,会员“打包卖”只能是热闹一时,难以持久。一旦新鲜劲过去,越来越多的消费者发现所谓联合会员“口惠实不至”,自然会选择用脚投票。广大互联网平台应该认识到,组团策略只是营销手段,要想留住用户,平台为用户持续提供价值才是关键。事实上,现在广大网友已经逐渐接受付费服务模式,一些平台却依然感到新用户增长乏力,这就需要平台反躬自省。真正吸引用户的,不只是纸面上计算的性价比,而是实际体验的满意度。货真价实的会员,买一得都照抢。注水凑数的会员,买一得多都嫌贵。一句话,会员可以打包,权益不能打折,否则结果很可能就是打脸。□张涛

■网评锐语

遏制食品标签标识乱象 强化监管执法是根本

李雪:中秋将近,有消费者发现,其于2020年9月6日购买的月饼包装上标注的生产日期为2020年9月10日。如此的“早产”月饼是怎么上市的?媒体记者采访发现,食品标签标识“挂羊头卖狗肉”等不规范现象时有发生,成为老百姓的糟心事。遏制标签标识乱象,强化监管执法是根本。同时,从行业自身来讲,也应增强守法自觉。要知道,在标签标识玩猫腻,终究是自作聪明,到头来也难逃法律制裁。

理性消费才是最精明的消费者

汪代华:还有几天,黄金周即将到来,这是商家们一年里的重要销售时段,各种促销、优惠活动齐上,不少人也已经做好了购物准备、出游计划。作为消费者,应该冷静理性消费,要睁大眼睛,不被“打折”“低价”“红包”“优惠券”迷住双眼。理性消费才是最精明的消费者。

■世象漫说



如何处理

在网络流行语中,有这样一句玩笑话:“你一定是想把我笑死,然后好继承我的表情包、花呗……”玩笑背后,折射出一系列问题:人过世后,QQ、微信、微博、支付宝账号等会怎么样?个人账户、邮件信息等大量数据档案何去何从?网络时代,应该如何处理个人的数字遗产?(9月25日《人民日报海外版》) □老笔

■有感而发

设“1+1”指导员让职工书屋发挥更大效能

江苏滨海县总于2月份出台《关于职工书屋设立“1+1”指导员的实施意见》,从党政机关、事业单位选聘136名政工干部,向县职业中专聘请142名专业技术老师,在学校挑选168名语文教师,在规模企业明确124名有一技之长的工会工作志愿者担任职工书屋指导员,每个职工书屋配备指导员,实行“1+1”服务指导。今年以来,该县职工书屋指导员已帮助职工弄懂173道学习难题,召开267场阅读分享会,开展技术培训168场次,培植139个学习典型,帮助解决128个技术难题,

促进736名下岗职工自主就业。(9月28日《工人日报》)

职工书屋是职工业余时间知识“充电”的重要场所,然而,由于职工的文化层次不一样,需求的技能难易程度不同,单靠职工自身到书屋去学习,常常不知如何选择书籍和从何读起,职工们盼望在学习时能有专人加以辅导和帮助。

笔者以为,滨海县在职工书屋设立“1+1”指导员,确实是个好办法:首先,有了职工书屋指导员帮助职工推荐阅读书籍,能够让职工根据自己的需求,找

到合适的阅读书籍,使学习目标更明确,针对性更强;其次,职工在学习碰到疑惑不解时,书屋指导员可以及时为他们解难释疑,消化阅读内容,提高了学习的效果;再次,由书屋指导员组织阅读分享、开展专项培训、培育学习典型,不仅让职工在交流阅读心得体会中,得到了互相学习和提高,而且专项培训,起到了画龙点睛的作用,让职工从中受到启迪,提升了职工的阅读学习质量,扩大知识在实践中的运用效果。这样的做法,值得学习和借鉴! □费伟华