

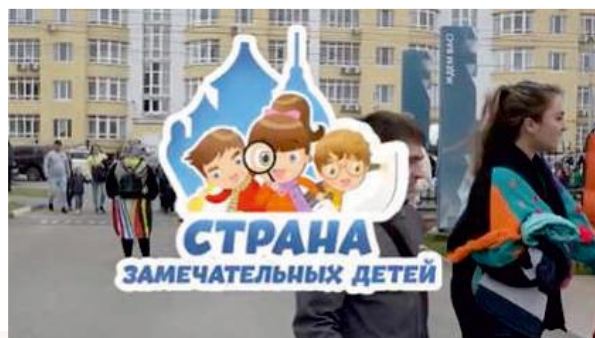


РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ПРОМЫШЛЕННИКОВ И
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

2024
ГОД СЕМЬИ

Корпоративные практики в области поддержки семьи, детства, материнства, сотрудников с семейными обязанностями, многодетных семей

по материалам опроса компаний в 2024 г.



Москва, 2024

***«Семья — это не просто основа государства
и общества, это духовное явление,
основа нравственности»***

В.В. Путин

**Материал подготовлен Российским союзом промышленников
и предпринимателей**

Группа подготовки материала:

РСПП: канд. экон. наук **Феоктистова Е.Н.** (Руководитель группы),
канд. экон. наук **Копылова Г.А., Лискина А.С., ООО «Агентство Эс Джи Эм»**

ВСТУПЛЕНИЕ

Российский союз промышленников и предпринимателей активно содействует продвижению в России стандартов ответственного ведения бизнеса, в том числе в области прав человека в аспекте предпринимательской деятельности. Вопросы корпоративных практик в сфере поддержки семьи, материнства, детства, сотрудников с семейными обязанностями, многодетных семей находятся в фокусе внимания РСПП на протяжении многих лет. Они рассматривались в рамках Социальных форумов РСПП и ряда специализированных круглых столов, а также отражены в Библиотеке корпоративных практик социальной направленности, представленной на веб-сайте РСПП.

Современные вызовы России в сфере демографии и развития человеческого потенциала, особенно с учетом проблемы дефицита квалифицированных работников в стране, ставят перед российским бизнесом новые задачи, включая сферу создания комфортных условий для работников с семейными обязанностями по успешному совмещению профессиональных и семейных обязанностей. В свою очередь социальная политика, ориентированная на семью и решение демографических задач в целом, может повысить производительность труда и сделать компании более конкурентоспособными и устойчивыми к возникающим вызовам.

Усиление внимания к вопросам участия бизнеса в реализации социальной политики, влияющей, в том числе на ее демографические процессы и меры поддержки работников с семейными обязанностями происходит на фоне активизации действий по продвижению к Целям устойчивого развития (ЦУР-2030) и утверждения национальных целей развития Российской Федерации на период до 2030 г. и на перспективу до 2036 г. В качестве одной из национальных целей определено «Сохранение населения, укрепление здоровья и повышение благополучия людей, поддержка семьи». 2024 г. в России объявлен Годом семьи.

РСПП представляет обзор практик российского бизнеса по организации работы в поддержку семьи, материнства, детства, сотрудников с семейными обязанностями, многодетных семей. Обзор составлен на основе результатов масштабного опроса российских компаний, проведенного в 2024 г., а также более ранних исследований РСПП по этой тематике:

- *Опрос компаний по теме «Организация работы в поддержку семьи, материнства, детства, сотрудников с семейными обязанностями, многодетных семей», 2024 г.*
- *Опрос участников Форума РСПП «Развитие человеческого потенциала как фактор устойчивого развития в условиях глобальных перемен», 2024 г.*
- *Опрос компаний-членов РСПП по практике совмещения профессиональных и семейных обязанностей женщин, поддержке женщин с семейными обязанностями, беременных женщин, 2023 г.*
- *Обзор корпоративных практик «Повышение профессионального и трудового потенциала женщин» по результатам опроса РСПП, 2022 г.*

Сегодня многие компании задаются вопросом, являются ли семейные ценности работников важными только для самих работников или это реальная потребность также и для бизнеса, в том числе и с точки зрения минимизации рисков человеческого капитала? Многие компании рассматривают семью и семейные ценности как инструмент для развития бизнеса: поддержание и увеличение лояльности сотрудников, повышение имиджа бренда, фактор успеха в борьбе за кадры, а также способ сплочения коллектива и развития корпоративной культуры.

Необходимо понять, насколько сегодня важна роль бизнеса как одного из ключевых игроков помимо государства и общества в создании комфортных условий работникам с семейными обязанностями, особенно женщинам, для успешного совмещения профессиональных и семейных обязанностей, какие программы и инструменты являются наиболее эффективными.

Международные стандарты, на которые ориентируются российские компании при раскрытии информации в своих нефинансовых и интегрированных отчетах, не включают требований по раскрытию данных о мерах поддержки семьи, материнства, детства. Поэтому не все компании, которые реализуют такие меры, отображают информацию о них в своих нефинансовых отчетах. Исследование Московской биржи по раскрытию информации в

годовых отчетах 60 российских компаний, входящих в индекс Московской биржи¹ в 2024 г. показало, что лидеры по раскрытию данных в области равенства возможностей – это банки и металлургический сектор.

Заметим, что проект стандарта отчетности об устойчивом развитии, опубликованный Минэкономразвития России среди показателей, отражающих вклад компаний в реализацию национальных целей развития Российской Федерации, включает объем расходов на программы поддержки семьи и родительства². В этой связи можно ожидать, что уже в самое ближайшее время степень раскрытия этой темы в нефинансовых отчетах российских компаний заметно вырастет. Вместе с тем, в настоящий момент в рамках изучения подходов бизнеса к поддержке семей, материнства и детства более полную информацию дают опросы самих компаний.

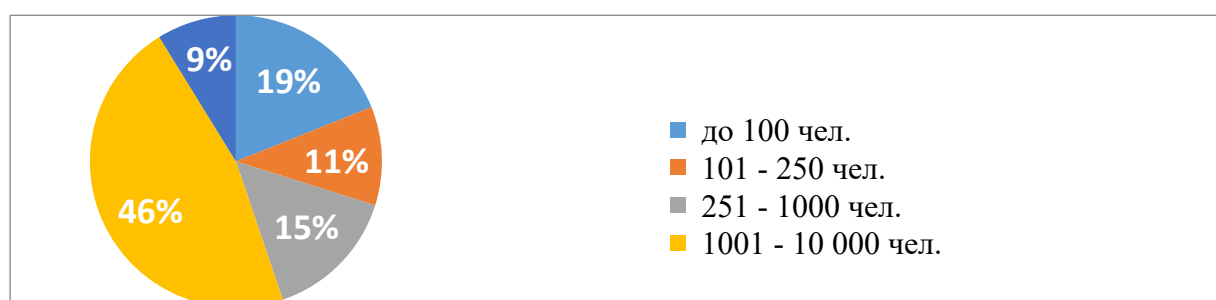
РСПП на протяжении последнего десятилетия включает вопросы по этой тематике в проводимые им опросы российских компаний. Так, опрос РСПП в 2024 г., в котором приняли участие 375 компаний, стал самым масштабным на данный момент исследованием практик российской бизнеса в сфере поддержки сотрудников с семейными обязанностями. Обширная выборка и широкий спектр рассматриваемых инструментов поддержки работников с семейными обязанностями позволяют составить по итогам анализа результатов достаточно целостное представление о текущем уровне вовлеченности российского бизнеса в реализацию задач социальной и демографической политик, поддержку семейных ценностей, а также представить ряд интересных примеров лучших корпоративных практик в этой сфере.

Описание выборки – характеристика компаний, принявших участие в опросе

В опросе, проведенном РСПП в феврале 2024 г., приняли участие 375 компаний, что является достаточно репрезентативной выборкой по отраслевому охвату и по представленности компаний разной величины для исследования вопросов поддержки бизнесом работников с семейными обязанностями и имеющих детей.

Большинство опрошенных компаний являются представителями крупного бизнеса – 70% (в т.ч. - 9% компаний относятся к очень крупным с численностью сотрудников более 10 тыс. чел.). Около трети компаний-респондентов составили представители МСП, в том числе пятая часть респондентов (19%) - к субъектам малого бизнеса (численность сотрудников менее 100 чел.), и почти десятая часть (11%) – среднего бизнеса (численность сотрудников от 100 до 250 чел.).

Рис. 1. Структура выборки по численности сотрудников компаний

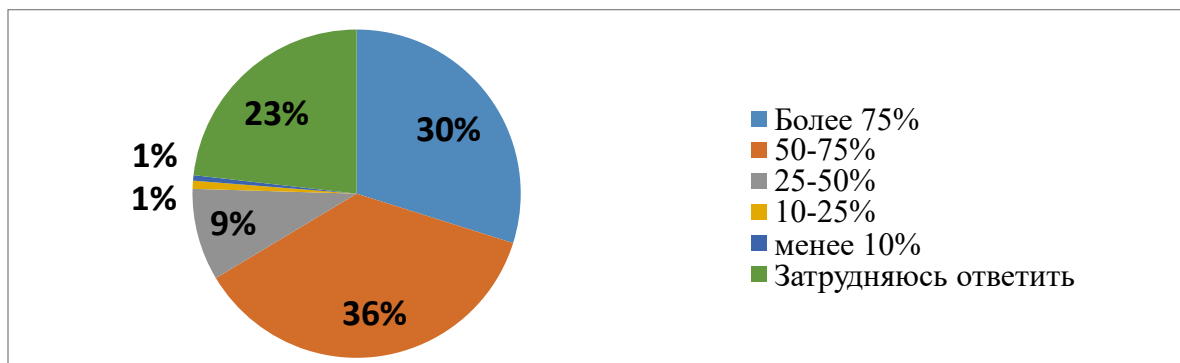


Почти в трети (30%) опрошенных компаний на долю сотрудников, выполняющих семейные обязанности, приходится три четверти (более 75%) от общей численности сотрудников, в чуть более чем трети (36%) компаний-респондентов доля таких сотрудников составляет более половины (50-75%) от их общего числа. Примерно в каждой десятой компании – они составляют более четверти – 25-50%. Отметим, что почти четверть опрошенных (23%) затруднилась с ответом на данный вопрос.

¹ Материалы круглого стола «Равенство возможностей – основа социального и экономического развития», 6.03.2024, <https://www.moex.com/e17957>

²https://www.economy.gov.ru/material/news/minekonomrazvitiya_predlozhilo_biznesu_novyy_standart_otchetnosti_ob_stoychivom_razvitiy

Рис. 2. Доля работников с семейными обязанностями от общей численности компании



Выборка компаний, принявших участие в опросе, включает представителей всех основных отраслей российской экономики. Анализ отраслевой принадлежности организаций свидетельствует, что более 40% из них приходится на долю промышленных предприятий трех отраслей: нефтегазовой (17%), по производству машин и оборудования (14%) и химической/нефтехимической промышленности (12%). Пятую часть (18%) составили организации образования, науки и культуры.

На долю компаний еще пяти отраслей - энергетического сектора, металлургии и горнодобывающей промышленности, транспортно-логистических, телекоммуникационных услуг, а также НКО и общественных организаций приходится по 3% от общего числа респондентов. Компании, относящиеся к отраслям финансовой и страховой отрасли, строительству, сельскому и лесному хозяйству составляют небольшую долю опрошенных - по 2% от участников выборки.

Рис. 3. Отраслевая принадлежность компаний-участников опроса



Кроме того, в опросе приняли участие компании по производству пищевых товаров, общественного питания, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной отрасли, гостиничного хозяйства, текстильного, швейного и обувного производства, сектора ЖКХ, торговли/ритейла, органов власти и управления, которые редко принимают участие в подобных исследованиях. Доля каждой из этих отраслей в выборке не превышает 1% (три - четыре респондента). Также единичные анкеты поступили от представителей СМИ, организаций, работающих в сферах здравоохранения и спорта.

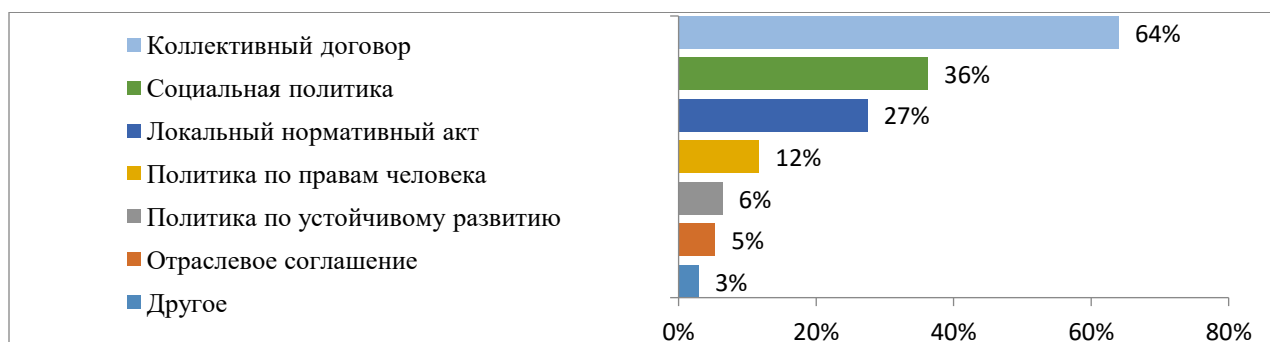
Роль стратегических документов в реализации политики по поддержке материнства, детства, сотрудников с семейными обязанностями

Анализ данных, полученных в результате проведенного опроса РСПП, а также информации из различных источников, включая нефинансовые отчеты и сайты компаний, свидетельствует о том, что крупный российский бизнес уделяет внимание вопросам разнообразия и гендерного равенства, реализует программы женского лидерства и профессионального развития, а также проекты, направленные на обеспечение возможности совмещения профессиональных и семейных обязанностей.

В подавляющем большинстве опрошенных компаний меры по поддержке сотрудников с семейными обязанностями, материнства и детства отражены в коллективном договоре, социальной политике, политике по правам человека или политике по устойчивому развитию. Так, более чем в половине (64%) компаний-респондентов основным документом, регулирующим меры в этой сфере, является коллективный договор, еще в 5% компаний – отраслевое соглашение. Коллективный договор в качестве документа, регулирующего меры поддержки сотрудников с семейными обязанностями, поддержке материнства и детства, отметили преимущественно крупные компании (более 75% компаний с численностью сотрудников более одной тыс. чел.) и более половины от всех компаний с численностью работников более 250 чел.).

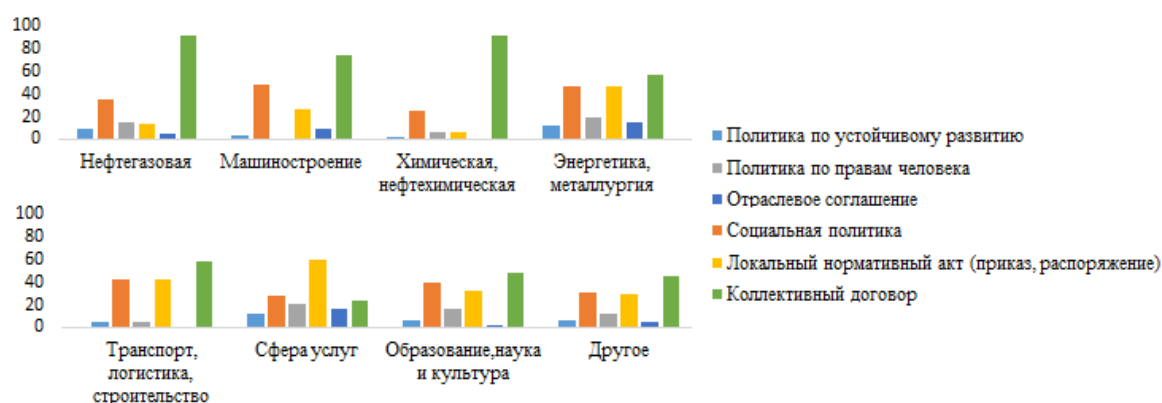
Примерно в трети опрошенных компаний к таким документам относится социальная политика (36%), в каждой десятой организации (12%) – политика по правам человека, в два раза реже (6%) - политика по устойчивому развитию. Политику по правам человека чаще указывали в качестве регулирующего документа респонденты-представители МСП.

Рис. 4. Документы компаний, которыми регулируются меры по поддержке материнства и детства, сотрудников с семейными обязанностями, многодетных семей



Если говорить об отраслевом разрезе, коллективный договор более распространен в компаниях, относящихся к промышленному сектору. Так, по результатам опроса, его наличие отметили более 90% представителей нефтегазовых и химических компаний, а среди организаций образования, науки и культуры - менее 50%, реже (менее 25%) - в организациях сферы услуг. Отраслевое соглашение в качестве регулирующего документа выделили более 15% представителей компаний сферы услуг, металлургических и компаний энергетики.

Рис. 5. Регулирующие документы компаний /в отраслевом разрезе/



Более чем в четверти (27%) организаций действует локальный нормативный акт (приказ и др.), который регулирует меры для сотрудников с семейными обязанностями и имеющих детей. Такой нормативный акт более распространен в средних компаниях (более 40% компаний с численностью сотрудников от 100 до 250 чел.), а в отраслевом разрезе – в компаниях сферы услуг, энергетики и металлургии. Совсем незначительная часть респондентов – менее 3% указала на наличие отдельных положений, соглашений, регулирующих вопросы в данной сфере и др.

Эти данные подтверждаются и результатами опроса, проведенного РСПП в 2023 г.³, согласно которым почти у половины (48,8%) опрошенных компаний в коллективном договоре или социальной политике предусмотрен раздел по оказанию поддержки женщин с семейными обязанностями, беременных женщин.

Меры поддержки работников с семейными обязанностями, в том числе женщин - работниц

Эффективность мер, разработанных в рамках реализации национальной цели «Сохранение населения, здоровье и благополучие людей» на уровне компаний напрямую взаимосвязана с обеспечением разумного баланса между профессиональными и семейными обязанностями работников, особенно женщин-работниц. Важность данной тематики и решение вопросов по совмещению семейных обязанностей работников на корпоративном уровне трудно переоценить, учитывая высокий уровень занятости женщин в экономике страны – из 77,9 млн работающих сегодня в России 49% составляют женщины.

Государственная и корпоративная политика, основанная на отношении к работникам, имеющим детей, как к людям с двойной занятостью, строящим одновременно и профессиональную, и родительскую карьеру, имеет потенциал снижения социальной напряженности для бизнеса.

Вместе с тем, сегодня женщина зачастую стоит перед выбором – работа или семья. По результатам исследования, проведенного среди сотрудников *Промсвязьбанка*, 92% опрошенных назвали семью важнейшей ценностью в жизни. Отметим, что для 62% респондентов для принятия решения о рождении детей важна поддержка работодателя. Это означает, что роль бизнеса в создании комфортных условий для совмещения профессиональных и семейных обязанностей, которая пока еще не очень хорошо изучена, имеют большую значимость наряду с той социальной политикой, которую проводит государство.

Как показывают результаты различных исследований, большинство работающих женщин стараются найти баланс работы и личной жизни, т.е. эффективно совмещать профессиональные и семейные обязанности. Результаты опроса, проведенного в 2023 г. компанией *Strategy Partners*, показали, что почти две трети (62%) опрошенных работающих женщин рассматривают проблему совмещения работы и материнства как главное препятствие для своего карьерного продвижения.⁴ Вместе с тем, как показали результаты другого исследования, опубликованного в 2024 г. *НАФИ и Евразийским советом женщин*, 74% опрошенных жителей России уверены, что женщина может успешно совмещать материнство с карьерой. Причем мужчины и женщины разделяют такое мнение почти в равной степени (72% и 75% соответственно).⁵ Интересно также отметить, что наиболее оптимистично оценивают возможность совмещения материнства с карьерой более молодые респонденты.

Результаты исследования *Московской биржи*, проведенного в 2024 г. на основе анализа отчетов об устойчивом развитии компаний, входящих в Индекс Московской показали, что 80% из них раскрывают информацию о гендерном составе работников в зависимости от уровня должности. Информацию об уровне зарплаты сотрудника в зависимости от пола раскрывают около половины компаний. Еще меньше, 42%, раскрывает данные о разрыве в оплате труда мужчин и женщин. Информация о декретных отпусках показывает 40%, а коэффициент возвращения из декрета – всего 23%. Между тем, все эти показатели могут

³ <https://rspp.ru/activity/analytics/rezultaty-oprosa-kompaniy-chlenov-rspp-po-praktike-sovmeshcheniya-professionalnykh-i-semeynykh-obyaz/>

⁴ <https://strategy.ru/research/research/55>

⁵ <https://nafi.ru/analytics/bolshinstvo-rossiyan-schitayut-cto-zhenshchina-mozhet-sovmeshchat-uspeshnuyu-kareru-i-materinstvo/>

служить в качестве косвенных критериев эффективности реализуемых компаниями инициатив в сфере демографической политики.

Другой аспект данной проблемы освещен в результатах исследования *Счетной палаты Российской Федерации*⁶, где отмечено, что несмотря на равенство трудовых прав и высокую трудовую активность российских женщин, гендерная сегрегация на рынке труда и гендерный разрыв в оплате труда сохраняются и являются наиболее значимыми барьерами участия женщин в общественном процессе. Вследствие более высокой, по сравнению с мужчинами, семейной нагрузки у значительной части женщин формируется установка к выбору менее оплачиваемых рабочих мест, позволяющих совмещать профессиональные и семейные обязанности.

Поддержка компаниями инициатив по совмещению профессиональных и семейных обязанностей работников

Инициативы, направленные на совмещение профессиональных и семейных обязанностей, сегодня реализуют большинство крупных компаний – лидеров российского бизнеса. В целом перечень соответствующих корпоративных программ примерно одинаков у большинства представителей крупного бизнеса, но различается по отраслям и размеру компаний.

Результаты опросов РСПП и анализа социальной политики корпораций свидетельствуют о том, что каждая из опрошенных компаний оказывает довольно широкий спектр мер социальной поддержки своих сотрудников, их семей, детей, ветеранов и пенсионеров, ориентируясь на особенности деятельности и сложившиеся традиции в компании и отрасли.

Реализуемые компаниями меры поддержки можно условно разделить на несколько групп:

- меры материальной поддержки сверх установленных законодательством;
- гибкий график работы и отпусков, обеспечение возможности удаленной работы;
- организация летнего отдыха для детей и семей сотрудников и организация досуга для семей и детей сотрудников, содействие в получении мест в детских садах;
- жилищные программы, ДМС;
- обучение и повышение квалификации после перерыва в связи с рождением и уходом за ребенком.

По результатам опроса РСПП 2024 г., среди ключевых мер поддержки работников для совмещения профессиональных и семейных обязанностей и поддержки семьи большинство опрошенных организаций указали на содействие их компании в организации летнего отдыха детей (58%) и/или обеспечении/содействии семейного отдыха (32%).

Почти в половине компаний (48%) предусмотрены различные меры материальной поддержки сотрудников, более чем в трети (38%) компаний – предоставление дополнительных дней отпуска в связи с семейными обязанностями. Эти данные перекликаются с результатами опроса, проведенного РСПП в 2022 г.⁷, согласно которым 53%, опрошенных крупных предприятий, реализуют программы поддержки, в т. ч., для работающих матерей, а также сотрудниц, планирующих уйти в декрет, для женщин, имеющих детей и/или возвращающихся на работу после декрета.

Отметим, что почти треть (31%) всех респондентов указали, что сотрудникам с семейными обязанностями и детьми в их организациях предоставляется гибкий график работы, еще в четверти компаний предоставляется возможность удаленной (дистанционной) работы. Такие меры как гибкий график работы и удобный график отпусков наиболее активно практикуются в небольших компаниях, их наличие в рамках опроса 2024 г. отметили более 40% компаний с численностью сотрудников до 100 чел.

⁶ Доклад «Анализ реализации мер государственной политики, направленных на поддержку женщин, обеспечение их равных возможностей для развития и включения в общественный процесс»
<https://ach.gov.ru/statements/bulletin-sp-3-2024>

⁷ Обзор корпоративных практик РСПП «Повышение профессионального и трудового потенциала женщин», 2022;
https://rspp.ru/upload/content/f8a/0dp24vyuxxaraz0a53umjrt1evn9gm/Publikatsiya_po-zhenshchinam_s-Bibliotekoy_na-sayt_Finalnyy.pdf

Рис. 6. Меры поддержки работников для совмещения профессиональных и семейных обязанностей и поддержки семьи, действующие в компаниях/наиболее привлекательные для работников



Анализ результатов опроса позволяет отметить различия в отраслевом разрезе. Так, возможность дистанционной работы отметили более половины респондентов из компаний сферы услуг, а также транспорта, логистики и строительства, использование гибкого графика работы наиболее распространена в организациях сферы услуг (68%).

Востребованность жилищных программ среди молодежи и семьями с детьми сегодня в России очень высока, о чем свидетельствуют результаты опросов, очевидно, что они являются одними из самых затратных для компаний. Почти четверть (24%) компаний-респондентов указала на наличие жилищных программ, которые она реализует для сотрудников.

Примерно в каждой четвертой организации женщины имеют возможность обучения или повышения квалификации после перерыва в работе в связи с беременностью, уходом за ребенком. Наиболее распространена эта мера в организациях сферы услуг (52%), транспорта, логистики и строительства (37%), образования, науки и культуры (35%).

Если говорить о других мерах поддержки семейных работников для совмещения ими семейных и профессиональных обязанностей, почти треть опрошенных компаний отметили наличие ДМС. Привлекательность таких мер поддержки семьи как наличие жилищных программ, ДМС имеют прямую зависимость от размера компании. Так, в компаниях с численностью сотрудников более 10 тыс. чел. – наличие ДМС отметили более 60%, а до 100 чел. – 6%

Среди других мер поддержки компаниями-респондентами были отмечены: организация досуга для детей работников, семей с детьми, о чем указали 40% опрошенных компаний, еще 9% (почти десятая часть) отметили содействие в получении мест в детских дошкольных организациях, 6 % - другое (компенсация расходов на детский сад, скидки на обучение в университетах, предоставление дополнительных дней отдыха, организация досуга детей и мероприятия по профориентации, различного рода подарки).

Важно обратить внимание на определенные расхождения в определении компаниями реализуемых ими мер и мер, которые они оценивают, как наиболее востребованные среди работников. Например, 49% респондентов отметили заинтересованность работников в гибком графике работы, 39% - в возможности удаленной работы и 56% - в удобном графике отпусков, но в настоящий момент реализуют эти меры только 31%, 24% и 46% компаний соответственно.

Отметим, что наиболее заметен этот разрыв в выборе мер для крупных компаний. Так, среди представителей компаний с численностью сотрудников более 10 тыс. чел. около 45% отметили заинтересованность работников в гибком графике работы и возможности удаленной работы, и почти в 2 раза меньше (24%) указали, что реализуют эти меры на практике.

В свою очередь, для таких мер как содействие в организации летнего и семейного отдыха наблюдается скорее обратная картина. Компании-респонденты достаточно активно реализуют эти меры, но сами объективно невысоко оценивают их востребованность со стороны работников по сравнению с мерами материальной поддержки и обеспечением более гибких форм занятости и графиков работы. Прежде всего это заметно для крупных компаний и компаний производственного сектора.

В отраслевом разрезе наиболее близкое распределение востребованных сотрудниками и реально реализуемых мер отмечается для компаний нефтегазовой отрасли и для компаний сферы услуг. Обращает на себя внимание тот факт, что наиболее заметно набор мер, востребованных сотрудниками, расходится с реально практикуемыми мерами в организациях сферы образования, науки и культуры. Важно заметить, что представители данного сектора экономики в целом ниже оценивают востребованность практически всех мер поддержки работников для совмещения профессиональных и семейных обязанностей и поддержки семьи по сравнению с представителями других отраслей.

Следует отметить, что похожий вопрос задавался и в рамках опроса участников Социального форума РСПП «Развитие человеческого потенциала как фактор устойчивого развития в условиях глобальных перемен», в феврале 2024 г.⁸ Двумя самыми востребованными мерами для совмещения работниками своих профессиональных и семейных обязанностей респонденты указали возможность удаленной работы (66%) и гибкий график работы (57%), более половины респондентов указали, что реализуют эти меры в своих компаниях.

Также, в рамках опроса НАФИ и Евразийского совета женщин, проведенного в 2024 г., 38% респондентов указали на необходимость расширения возможностей гибкой и удаленной занятости женщин, особенно во время декретного отпуска в качестве наиболее важного направления реализации мер Национальной стратегии действий в интересах женщин.

О востребованности мер материальной поддержки сверх установленных законодательством и жилищных программ указали около половины опрошенных, но гораздо меньшее количество респондентов отметили, что эти меры реализуются в их компаниях (особенно существенный разрыв по жилищным программам – более чем в два раза). В рамках этого опроса находит подтверждение и еще один вывод - меры, связанные с организацией семейного и детского отдыха и совмещением графика отпусков со школьными каникулами респонденты отмечают в качестве реализуемых в их компаниях чаще, чем в качестве популярных и востребованных.

Гибкие формы занятости, популярность дистанционной работы

По результатам опроса РСПП 2024 г. почти половина (49%) респондентов отметили заинтересованность работников в гибком графике работы и более трети (39%) - в возможности удаленной работы, учитывая этот факт, остановимся на этом вопросе более подробно.

Дистанционные формы занятости, получившие активное распространение в период пандемии COVID-19 в целом на сегодняшний день сохраняют популярность в российских

⁸ https://rspp.ru/upload/iblock/9af/xvsiaqxy1bc0pb2kpb2y11coy55orrm/Rezultaty-oprosa-_7-fevralya-2024g._FINAL_.pdf

компаниях. Так, по данным «Мониторинга цифровой трансформации бизнеса — 2023»⁹ Высшей школы экономики, по результатам обследований более 4 тыс. организаций десяти отраслей экономики, более половины (58,6%) российских компаний разрешает своим сотрудникам работать удаленно. В компаниях, которые применяют дистанционный режим занятости, он доступен в среднем для 45% персонала. Как свидетельствуют результаты того же исследования, чем крупнее организация, тем активнее в ней используются дистанционные формы занятости.

Распространенность удаленной занятости в России сегодня заметно различается по отраслям. Чаще всего удаленная занятость практикуется в сервисных секторах с высоким уровнем цифровизации – прежде всего в финансовой сфере, телекоме и ИТ-отрасли. В отраслях экономики, где работа большинства сотрудников связана с управлением машинами, оборудованием и другими производственными активами (энергетике, ЖКХ, сельском хозяйстве и др.), дистанционный формат, что и ожидаемо, распространен слабо.¹⁰

Вопросы предоставления гибких форм занятости и удаленного режима работы женщинам с семейными обязанностями и беременным женщинам были подробно рассмотрены в рамках опроса, проведенного РСПП в 2023 г. среди 150 своих компаний-участников. Половина респондентов, по результатам данного опроса отметили, что их компания использует механизм перевода женщин с семейными обязанностями, беременных женщин на дистанционный режим, гибкие формы организации труда. Вместе с тем, почти 90% из этой группы перевели на удаленный режим или на другие гибкие формы занятости менее десятой части женщин с семейными обязанностями, беременных женщин. Примерно каждая десятая компания (11,4%) указала, что доля женщин, которые перешли на удаленный режим или другие гибкие формы занятости, составила от 10,1% до 30%. Таким образом можно отметить, что такая опция компаниями предусмотрена, но используется она не очень активно.

Важно отметить, что 80% компаний в рамках того же опроса отметили, что не столкнулись с какими-либо проблемами при реализации норм главы 49.1 Трудового кодекса Российской Федерации, регулирующей особенности дистанционного режима, для женщин с семейными обязанностями, беременных женщин. Среди норм регулирования дистанционной занятости, вызвавших наибольшие трудности у компаний, более трети респондентов указали на невозможность исполнения женщинами в дистанционном режиме своей трудовой функции в полном объеме, например, когда речь идет о работе на производстве, и проблемы с контролем соблюдения рабочего времени. Закономерно, что среди тех, кто столкнулся с какими-либо проблемами, было больше представителей МСП, чем крупных компаний.

Примечательно, что как показали результаты того же опроса РСПП 2023 г., для подавляющего большинства компаний (87%) перевод части женщин с семейными обязанностями на дистанционный режим работы не привел к повышению расходов компаний (кроме расходов на приобретение дополнительного оборудования и программного обеспечения). Важно обратить внимание на то, что почти три четверти респондентов, в компаниях которых был осуществлён перевод части женщин с семейными обязанностями, беременных женщин на дистанционный режим, считают, что у них и в будущем сохранится потребность в дистанционной занятости этой группы работников.

Примеры из практики компаний

Интересен опыт российских банков по использованию гибких графиков труда, включая период ухода за ребенком. Так, в «Росбанке» в рамках реализации программы поддержки сотрудников – будущих родителей - #РосбанкМамаПапа предусматривает возможность частичной занятости, гибкого графика и даже смены карьерного направления.¹¹

Другой пример, в «Сбере» всем сотрудникам доступны различные форматы работы: удаленная работа, гибкий график, сменная работа и др. По данным опроса вовлеченности, для 73% сотрудников эти опции позволяют достигать баланса работы и личной жизни.¹²

⁹ <https://issek.hse.ru/digbiz>

¹⁰ Исследование «Дистанционная занятость: масштабы распространения в компаниях. Мониторинг цифровой трансформации бизнеса. Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, 2024

¹¹ <https://rspp.ru/upload/uf/3bf/u03045hiscg17elnlyp30awdpwdlof5p/ROSBANK-OUR-2022.pdf>

¹² ¹² https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/_new_site/com/gosa2023/sber-ar-2022-ru.pdf

Социальные гарантии работникам с семейными обязанностями

Как показал анализ результатов опроса 2024 г. в компаниях используется достаточно широкий набор мер и социальных гарантий работникам с семейными обязанностями сверх установленных российским законодательством.

Указанные респондентами меры поддержки условно можно разделить на три группы:

- единовременные материальные выплаты;
- регулярная ежемесячная материальная помощь;
- различного рода субсидии.

Подавляющее большинство - две трети опрошенных компаний указали на предоставление социальных гарантий работникам с семейными обязанностями сверх установленных законодательством. В целом доля таких компаний несколько выше среди крупных компаний (до 85%) с численностью сотрудников более 10 тыс. чел.). В отраслевом разрезе эта доля варьируется от 50% среди организаций образования, науки и культуры до 80% среди компаний сферы услуг.

Наиболее популярной мерой, является предоставление единовременной материальной помощи в связи с рождением ребенка, на что указало более половины опрошенных компаний (55%).

Среди других социальных гарантий на уровне компаний распространено предоставление материальной помощи семьям, имеющих детей-первоклассников - более трети организаций (37%). Еще чуть более четверти (28%) компаний-респондентов предоставляет ежемесячную материальную помощь женщинам, находящимся в отпуске по уходу за ребенком в возрасте до 1,5 лет, чуть меньшая доля (23%) респондентов – оплачивает ежемесячную помощь женщинам, находящимся в отпуске от 1,5 до 3 лет.

Рис. 7. Действующие в компаниях социальные гарантии работникам с семейными обязанностями сверх установленных законодательством



Отметим, что ежемесячная материальная помощь многодетным семьям практикуется гораздо реже – в каждой десятой организации. Более трети (37%) опрошенных компаний предоставляет семьям субсидии на оплату путевок летнего отдыха детей, еще 24% - на организацию семейного отдыха, т.е. почти половина компаний-респондентов оказывает поддержку в организации отдыха семьям с семейными обязанностями, в т. ч. с детьми.

Эти данные опроса РСПП в 2024 г. в целом перекликаются с результатами опроса, проведенного в 2023 г., в рамках которого 85% компаний, предоставляющих социальные гарантии работникам с семейными обязанностями сверх установленных законодательством, указали на материальную поддержку при рождении ребенка. Заметно меньше (около трети) указали на такие меры как материальная поддержка многодетных семей, субсидии на

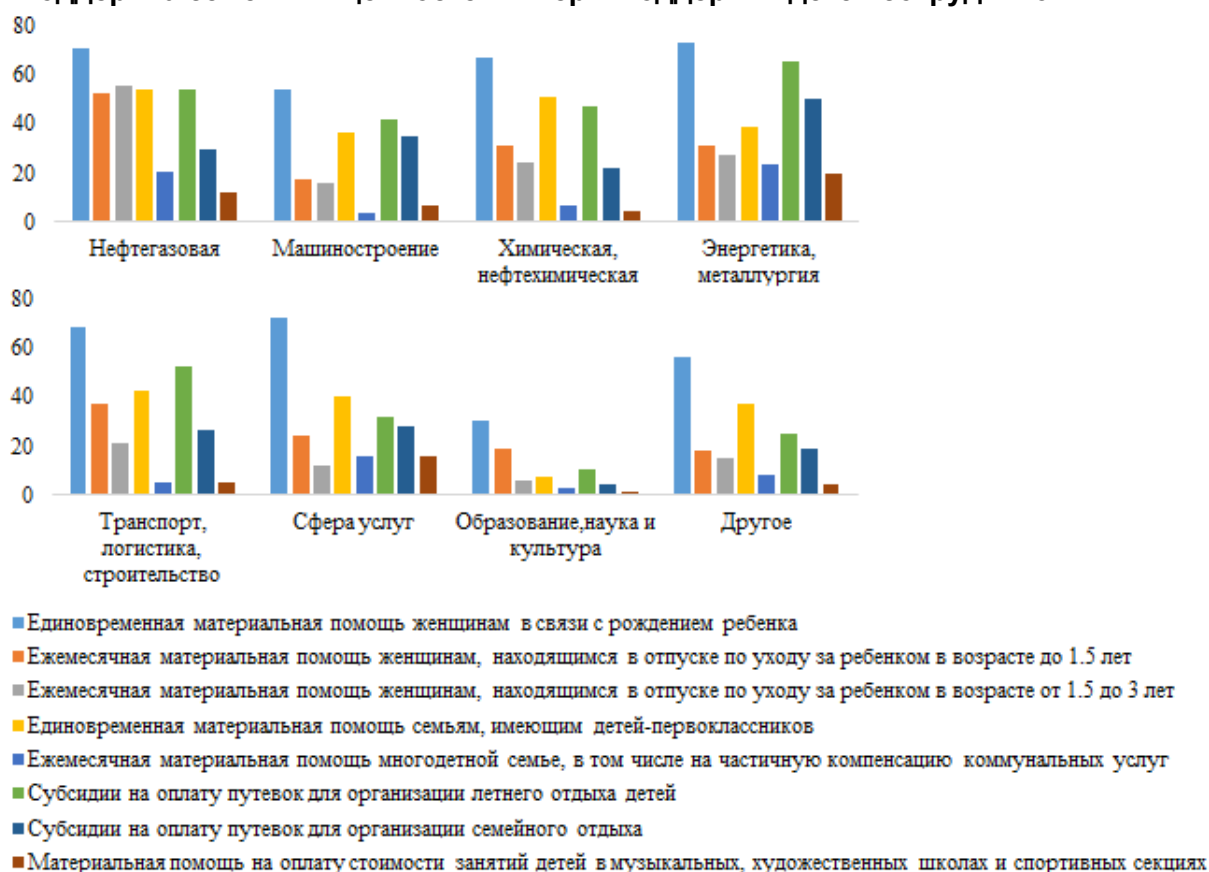
пребывание детей в дошкольных учреждениях, предоставление компенсации по уходу за ребенком до 3-х лет.

Анализ набора реализуемых мер свидетельствует о том, что в небольших компаниях практикуются только единичные меры (прежде всего единовременные выплаты в связи с рождением ребенка), а в более крупных компаниях применяется комплекс мер. Поэтому, если сравнивать использование по отдельности каждой меры, то доля организаций, применяющих их среди крупных компаний в разы выше, чем среди небольших компаний. Например, наличие материальной помощи семьям, имеющим детей первоклассников, отметили 13% компаний с численностью до 100 работников и в четыре раза больше (58%) компаний с численностью более 10 тыс. работников, по остальным мерам этот разрыв меньше, но тоже значительный.

В целом, если говорить об отраслевом разрезе, то выплаты женщинам в связи с рождением ребенка наиболее распространены в промышленном секторе - нефтегазовых, энергетических и металлургических компаниях (более 70%). В два с лишним раза реже данный вид выплат осуществляется в организациях образования, науки и культуры (30%). Предоставление ежемесячной материальной помощи женщинам, находящимся в отпуске по уходу за ребенком в возрасте как до 1,5 лет, так и с 1,5 до 3 лет наиболее активно практикуется в нефтегазовых компаниях (более 50%), помощь семьям, имеющим детей-первоклассников, также чаще применяется в нефтегазовых (54%) и химических (51%) компаниях.

Рис. 8. Социальные гарантии работникам с семейными обязанностями сверх установленных законодательством /в отраслевом разрезе/

Поддержка семейных ценностей и меры поддержки детей сотрудников



Лишь незначительное количество респондентов указали на наличие в их компаниях дополнительных единоразовых или регулярных материальных выплат отдельным категориям сотрудников с семейными обязанностями – многодетным родителям, матерям-одиночкам, опекунам, овдовевшим, супругам мобилизованных. Так, например, ежемесячная материальная помощь многодетным семьям распространена в нефтегазовых, энергетических и металлургических компаниях (около 29%).

В свою очередь, субсидии на оплату путевок для организации семейного отдыха – в компаниях энергетики и металлургии (50%). Субсидии на оплату путевок для организации летнего отдыха детей примерно в равной степени распространены в производственных компаниях и заметно меньше в компаниях сферы услуг, организациях образования, науки и культуры и других организациях.

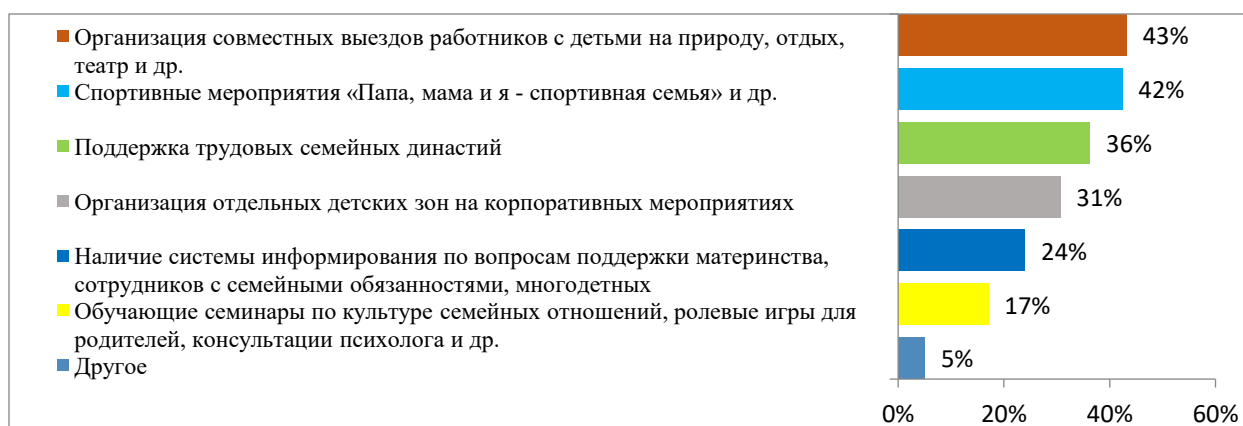
Организация досуга для семей с детьми и содействие в организации семейного отдыха в организациях с численностью сотрудников более 250 чел. применяются гораздо более активно, чем в менее крупных организациях. Для таких мер как содействие в организации летнего отдыха детей и меры материальной поддержки также отмечается прямая зависимость от размера организации. Если среди самых крупных организаций на наличие этих мер указали более 60%, то в организациях численностью до 100 чел. – уже менее 30%. Небольшие компании отмечают низкую заинтересованность своих сотрудников в таких мерах поддержки как содействие в организации летнего и семейного отдыха и досуга для семей с детьми.

Изучение опыта компаний в сфере социальной политики и устойчивого развития показывает, что реализация программ по направлению поддержки семейных ценностей отражено, как правило, в принципах и направлениях работы в рамках развития корпоративной культуры.

Подавляющее большинство - три четверти (77%) компаний-респондентов указали на наличие мероприятий по поддержке семейных ценностей, материнства и отцовства. По мнению респондентов, в качестве наиболее распространенных мероприятий указали на совместные выезды работников с детьми на природу, отдых, театр (43%), организацию спортивных мероприятий (42%), а также организация отдельных детских зон на корпоративных мероприятиях (31%).

В более трети (36%) организаций осуществляется поддержка трудовых династий. Следует отметить, что в отраслевом разрезе такая мера (поддержка трудовых династий) наиболее распространена среди машиностроительных предприятий (62%), а спортивные мероприятия - в нефтегазовых компаниях (71%). Так, чуть менее чем в пятой части (17%) компаний проводятся регулярные семинары по культуре семейных отношений, 5% - указали другие мероприятия, среди которых чаще всего упоминалось проведение различных конкурсов и праздников для детей сотрудников.

Рис. 9. Реализация компаниями мероприятий по поддержке семейных ценностей, материнства, отцовства и детства



Результаты опроса свидетельствуют, что системы информирования по вопросам поддержки материнства, выполнения семейных обязанностей не очень популярны в российских компаниях. Об их наличии сообщили лишь четверть опрошенных компаний.

Доля компаний, реализующих мероприятия по поддержке семейных ценностей, материнства, отцовства и детства, практически не зависит от численности сотрудников. Но есть некоторые особенности в выборе набора этих мер. Так, спортивные мероприятия и организация детских зон на корпоративных мероприятиях в целом более популярны для крупных компаний, поддержка трудовых династий – для крупных и средних компаний, наличие системы информирования по вопросам материнства и семейных отношений наоборот чаще практикуется небольшими компаниями.

В отраслевом разрезе весь комплекс мероприятий по поддержке семейных ценностей в целом наиболее распространен в компаниях нефтегазовой отрасли, особенно это касается таких мер как организация спортивных мероприятий и отдельных детских зон на корпоративных мероприятиях. Поддержка трудовых династий наиболее активно практикуется в компаниях машиностроения (62%), транспорта, логистики и строительства (47%).

Меры информационно-популяризаторского характера (обучающие семинары, система информирования) наиболее распространены, кроме нефтегазовых компаний, также в компаниях сферы услуг, транспорта, логистики и строительства, а также в организациях образования, науки и культуры.

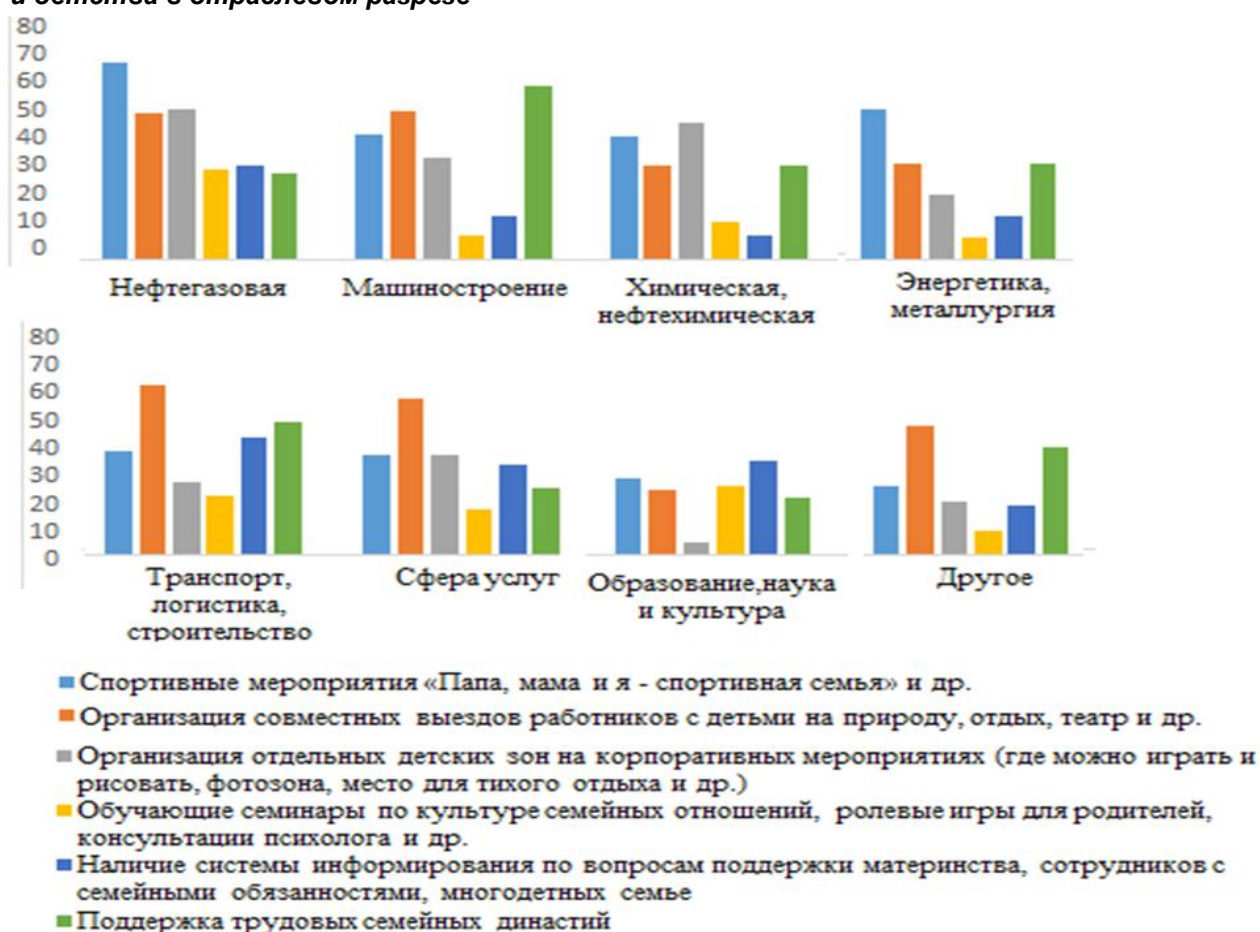
Можно отметить, что уважение семейных обязанностей работников может быть поддержано в разных формах и форматах. Например, это становится возможным через реализацию таких корпоративных услуг как организация образовательной деятельности и досуга детей сотрудников; меры, направленные на поддержание баланса между карьерой и семьей, возмещение расходов на мероприятия по уходу за престарелыми родственниками и членами семьи, требующими особого ухода и др.

Поддержка детей сотрудников

Важный блок мероприятий, реализуемых компаниями в рамках поддержки семейных ценностей, это меры, направленные непосредственно на детей сотрудников. Анализ опыта опрошенных компаний показывает, что более половины из них чаще всего в качестве мер поддержки детей сотрудников практикуют такие меры как организация праздников (57%).

Также популярна организация спортивных мероприятий и детских лагерей (41% и 54% соответственно)

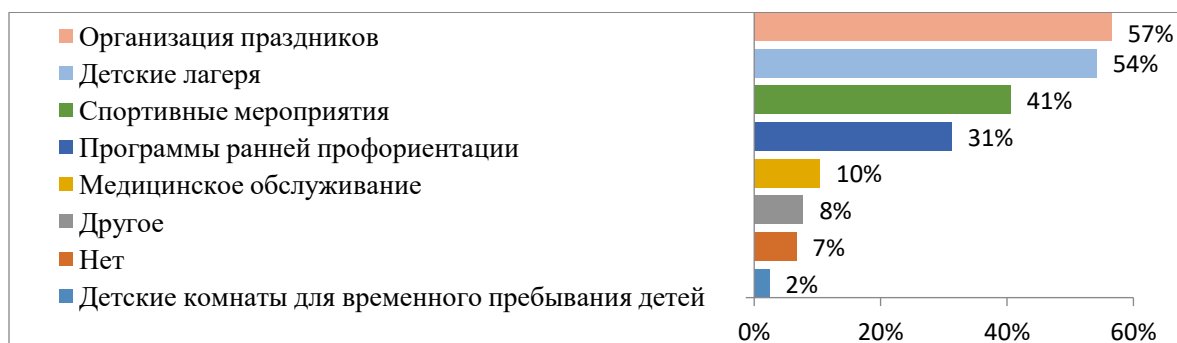
Рис. 10. Мероприятия по поддержке семейных ценностей, материнства, отцовства и детства в отраслевом разрезе



Отметим, что организация праздников и детских лагерей заметно чаще реализуются в крупных компаниях (64% и 79% соответственно от компаний с численностью более

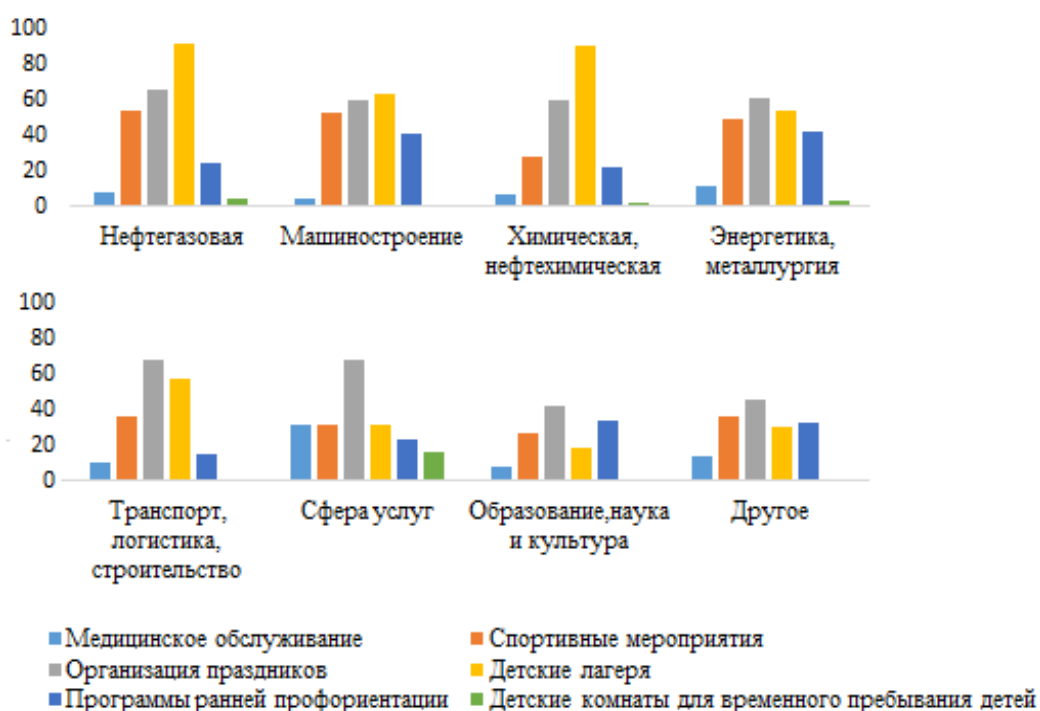
10 тыс. чел.). Обращает на себя внимание тот факт, что в организациях образования, науки и культуры очень редко практикуется организация отдыха детей сотрудников в детских лагерях (менее 20%). В свою очередь, в нефтегазовых и химических компаниях это является почти повсеместной практикой (более 90%).

Рис. 11. Реализация компаниями программ по поддержке детей сотрудников



Почти в трети компаний организованы программы ранней профориентации. Важно отметить, что такого рода программы наиболее популярны в компаниях энергетики и металлургии (42%) и машиностроительной отрасли (41%).

Рис. 12. Программы по поддержке детей сотрудников /в отраслевом разрезе/



Медицинское обслуживание детей сотрудников наиболее распространено в компаниях сферы услуг (32%), в других отраслях эту меру реализуют менее 10% компаний. Еще одна мера, реализуемая практически только в компаниях сферы услуг (16%) – это организация детских комнат для временного пребывания детей. Такой же опыт распространен и в компании Яндекс.

Примерно каждая десятая из опрошенных компаний сообщила о наличии других типов программ, чаще всего респонденты отмечали организацию различных конкурсов, праздников и мероприятий для детей, включая экскурсии на предприятия, сотрудничество с образовательными учреждениями, организацию досуга для детей в период каникул, частичную компенсацию расходов на ДМС и скидки на оплату за обучение. Нет программ по поддержке детей сотрудников в 7% от опрошенных организаций.

Примеры из практики компаний

Компания «Уралкалий» рассматривает полноценный отдых, оздоровление и досуг детей сотрудников как одно из приоритетных направлений своей социальной политики. Организация отдыха детей осуществляется как в собственном детском оздоровительном лагере «Уральские самоцветы», так и в сторонних санаториях. На финансирование отдыха и оздоровления детей сотрудников в 2022 г. компания направила 119 млн руб., детские оздоровительные лагеря посетили 1800 детей сотрудников.

Компания «Металлоинвест» оплачивает 90% стоимости путевок в детские лагеря для детей сотрудников в летний период. В 2023 г. корпоративные оздоровительные лагеря компании посетили 2280 детей.

Компания АФК «Система» реализует комплекс мер поддержки сотрудников, включающий организацию детского отдыха и праздников для детей сотрудников, а также их вовлечение в различные профориентационные проекты. В частности, в 2022 г. 200 детей сотрудников лесопромышленного актива компании приняли участие в ежегодной летней смене проекта «Профильные техноотряды». В рамках смены участники развивали различные компетенции, среди которых «Инженерный дизайн CAD», «Аддитивное производство», «Интернет-маркетинг», «ИТ-решения для бизнеса на платформе 1С», «Эксплуатация беспилотных авиационных систем» и «Промышленная робототехника». Компания полностью оплатила билеты и путевки для участников смены. Также в 2022 г. компания совместно с Лицеом «Вторая школа» запустила первый профориентационный детский проект. В 2023 г. дети сотрудников компаний группы приняли активное участие в проекте. Более 700 сотрудников телекоммуникационного актива группы (МТС) приняли участие в акции Kids Day, в рамках которой их дети ближе познакомились с работой своих родителей и интересными аспектами технологий и телекоммуникаций.

Поддержка многодетных семей

На презентации Года семьи в 2023 г. вице-премьер Татьяна Голикова отметила, что количество семей с тремя и более детьми «за последние 5 лет» увеличилось в России на 27% и их число составляет 2,3 млн¹³.

В России сегодня проживает более 30 млн детей в 24,5 млн семей, из них 2,3 млн являются многодетными семьями, в которых растет 7,4 млн детей. По расчетам Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС,¹⁴ в последние годы на фоне снижения первых и вторых рождений в России существенно вырос – до 25%, вклад третьих и последующих детей, что является максимальным значением за последние 50 лет. Это значит, что каждая четвертая женщина, которая становилась матерью в 2021-2022 гг., имела уже как минимум двух детей.

По результатам опроса РСПП 2024 г., при ответе на вопрос о социальных гарантиях работникам с семейными обязанностями сверх установленных законодательством, такую меру как ежемесячную материальную помощь именно многодетным семьям указали 10% от всех компаний выборки. Отметим, что заметно выше эта доля у крупных компаний с численностью сотрудников более 10 тыс. чел. (30%). Если говорить об отраслевом разрезе, чаще поддержку многодетным семьям оказывают в нефтегазовых, энергетических и металлургических компаниях (около 20%), а также в сфере услуг (16%).

Результаты опроса РСПП 2023 г. дают более оптимистичную картину. В его рамках более трети респондентов указали на материальную поддержку многодетных семей. Следует учесть, что исходя из формулировки вопроса, это подразумевало не только регулярные материальные выплаты, но и различные разовые меры поддержки.

Отметим, что сам размер разовой материальной поддержки при рождении ребенка в ряде компаний также может варьироваться в зависимости от того, первый это ребенок, второй или третий (и следующих очередностей). В свою очередь, более высокие выплаты за третьего и последующих детей по сути тоже можно рассматривать как меры поддержки многодетности. В частности, такой подход практикует Группа «Дело», где выплаты при рождении третьего ребенка составляют 1 млн руб.

¹³ <https://www.kommersant.ru/doc/6465083>

¹⁴ <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2024/04/05/1029996-intensivnii-rost-rozhdaemosti-tretih-i-posleduyuschih-detei-zamedlilsya>

Сегодня лишь небольшое количество российских компаний оказывает поддержку многодетным семьям. Вместе с тем, кто оказывают такую поддержку добились заметных результатов, в частности в сфере повышения лояльности сотрудников и распространения норм многодетности.

Примеры из практики компаний

Компания «ММК» уже около 20 лет реализует поддержку семей с детьми, в т.ч. многодетных¹⁵. Среди мер помощи: единовременные выплаты по рождению ребенка, ежемесячные выплаты женщинам с детьми до 3-х летнего возраста, освобождение от работы с сохранением средней зарплаты женщин с 13-й недели беременности, предоставление психологической, консультационной и медицинской поддержки во время беременности и оздоровления грудничковых детей. Системный подход к поддержке рождаемости и многодетности позволяет достигнуть вполне ощутимых результатов. Так, в группе ПАО «ММК» количество многодетных семей за последние 10 лет (с 2014 по 2024 гг.) выросло почти в 3 раза с 740 до 2125 семей, которые насчитывают более 6,8 тыс. детей – участников программы.

Одним из лидеров среди российских компаний по поддержке многодетных семей в последние два года стала Группа «Дело». Основной мерой, реализуемых компанией для стимулирования рождаемости и многодетности, являются выплаты в 1 млн руб. на третьего и последующих детей.

Подход компании «ОМК», предполагает стимулирование рождаемости среди сотрудников компании за счет комплексного и системного подхода к улучшению качества городской среды в городах присутствия и улучшение условий для проживания в городе в целом.¹⁶ Количество многодетных семей в Выксе, где расположено градообразующее предприятие ОМК выросло в 3,5 раза за 17 лет (с 2007 по 2023 гг.) с 360 до 1248 семей. В ближайшие годы - период в 2024-2027 гг. компания планирует в развитие города. вложить примерно 30 млрд руб.

Угрозы и риски для работников с семейными обязанностями

В качестве основных угроз, которые могут наиболее существенно затронуть интересы работников с семейными обязанностями, по мнению большинства из 375 респондентов опроса РСПП, проведенного в 2024 г., является снижение дохода и увольнение. Высокую значимость риска снижения дохода (4 или 3 балла) отметили почти три четверти респондентов, а риска увольнения – почти 60%. Потери в результате уменьшения предоставляемого работодателем социального пакета или социальных льгот представляются для респондентов менее чувствительными угрозами.

Отметим, заметно выше значимость риска снижения дохода оценивают представители малых и средних компаний. Так, 4 балла этому риску поставили 63% представителей организаций с численностью сотрудников от 100 до 250 человек, среди крупных компаний с численностью более 10 тыс. чел. - почти половина (48,5%). В свою очередь, 1 балл данному риску присвоили почти четверть представителей крупных компаний (более 10 тыс. чел.) и лишь 8% представителей малого бизнеса. В отраслевом разрезе данный риск несколько выше в среднем оценивают представители нефтегазовых компаний, но и по всем остальным рискам представители этой отрасли также выставили более высокие оценки.

Риск увольнения оценивается компаниями примерно одинаково независимо от их величины и отраслевой принадлежности, а риск уменьшения объема предоставляемого работодателем социального пакета - чуть выше, как оценили представители средних компаний с численностью сотрудников от 100 до 250 чел. Три или четыре балла этому риску поставили 61% респондентов из этих компаний, а в среднем по выборке - 48%.

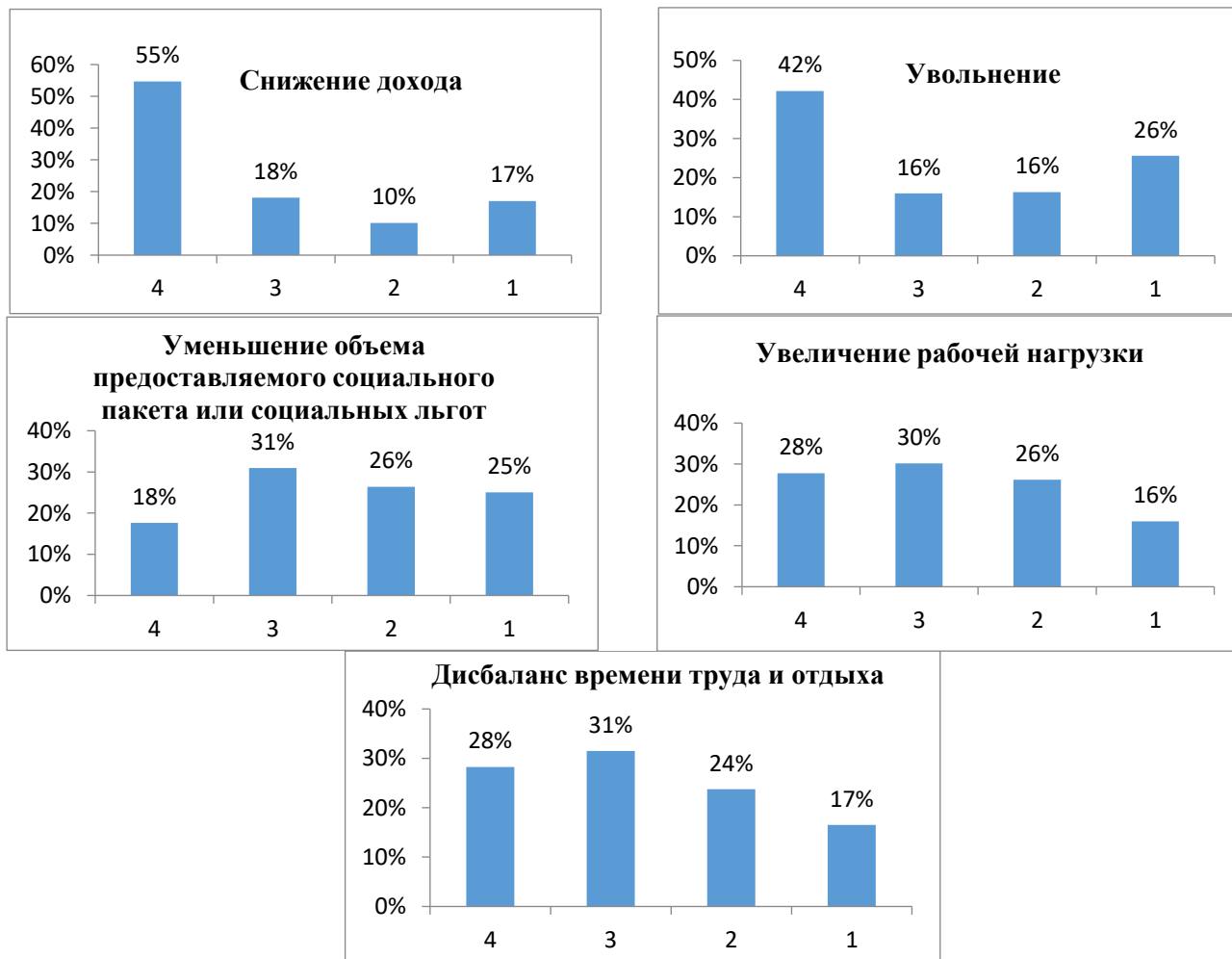
Ответы респондентов на вопросы об увеличении рабочей нагрузки и дисбалансе времени труда и отдыха воспринимаются опрошенными также достаточно чувствительной угрозой, распределение ответов на оба вопроса практически совпадают по значимости. Высокую значимость этих рисков (3-4 балла) отметили около 60% респондентов, четверть респондентов присвоили этим рискам по 2 балла. Риски увеличения рабочей нагрузки и

¹⁵ https://rspp.ru/upload/uf/a65/cbfso3p4y0oblqt0jznaff1ene2kvpgp/MMK_2023_God-semi.pdf

¹⁶ <https://omk.ru/press/news/60230>

дисбаланса времени труда и отдыха оцениваются как наименее значимые компаниями машиностроительной отрасли (1 - 2 балла этим рискам присвоили соответственно 53% и 55% респондентов из этих компаний при 42 и 44% в среднем по выборке).

Рис. 13. Ранжирование угроз, которые будут в 2024 г. наиболее существенными для работников с семейными обязанностями, многодетных семей
(от 4 до 1 по мере убывания значимости)



Жилищные программы

Анализ результатов опроса РСПП 2024 г. показал, что сегодня почти четверть из опрошенных 375 российских компаний реализует жилищные программы.

Отметим, что сами компании очень высоко оценивают востребованность этого инструмента в качестве меры удержания сотрудников и поддержки совмещения профессиональных и семейных обязанностей работников. Так, по результатам указанного опроса среди мер наиболее привлекательных для сотрудников жилищные программы отметили почти вдвое больше компаний (50%), чем реализуют их на практике.

Доля российских компаний, реализующих сегодня жилищные программы имеет прямую зависимость от размера компании. Среди крупнейших компаний с численностью более 10 тыс. чел. – более трети (36,4 %) реализуют жилищные программы, небольшие компании с численностью до 100 чел. такие программы реализуют крайне редко (6%).

В настоящий момент нефтегазовые компании (61,5%) являются лидерами по количеству реализуемых жилищных программ, предприятия которых расположены в различных регионах России. В машиностроении, химической промышленности, энергетике и металлургии их доля заметно ниже – составляет четверть (около 25%). Если говорить про популярность данных программ в компаниях других секторов экономики, то на долю компаний, реализующих жилищные программы в сфере услуг, приходится пятая часть

(20%), чуть ниже эта доля на транспорте, логистике и строительстве (16%). В организациях образования, науки и культуры жилищные программы практикуются в единичных случаях (около 6%).

Набор инструментов в рамках реализации жилищных программ может быть самый разный – жилищные сертификаты, погашение первоначального взноса, льготная ипотека, оплата арендного жилья, строительство новых домов и др. В большинстве опрошенных компаний данные программы были запущены относительно недавно – в последние пять лет.

Примеры из практики компаний

В Госкорпорации «Росатом» программа, направленная на улучшение жилищных условий, носит комплексный характер, включает широкий набор инструментов: компенсация процентной ставки по кредиту или стоимости аренды, предоставление целевого займа на первоначальный взнос по кредиту сотрудникам. В среднем общая сумма компенсации работникам «Росатома» расходов на возмещение процентной ставки по кредиту на улучшение жилищных условий составляет почти 0,5 млрд руб. в год. Большой популярностью у сотрудников, прежде всего до 35 лет – доля которых составляет более половины участников, пользуется программа предоставления целевого займа на первоначальный взнос по кредиту. В 2022 г. объем выделенных средств на этот вид помощи в «Росатоме» составил 195 млн руб., число участников насчитывает более 10 тыс. работников¹⁷.

Предприятия «Росатома» расположены в 28 российских городах и, как следствие еще одним важным видом помощи в жилищной сфере является компенсация стоимости аренды (проживания) в общежитии, служебном или арендованном жилье. Участниками Программы являются преимущественно молодые работники и высокопрофессиональные специалисты, а также работники с риском высокой текучести. На данный вид помощи в 2022 г. было выделено 333 млн руб.

В ряде компаний реализуются льготные ипотечные программы. Так, в компании En+ существует льготное ипотечное кредитование и жилищная программа, которая была запущена в 2020 г. Участники программы получают ипотечный кредит на покупку жилья у банка-партнера на особых условиях. Фактическая ставка по ипотеке составляет около 10%, а сама ипотека предоставляется на 10, 25 или 20 лет. Работникам не нужно платить первоначальный взнос, а 50% ежемесячного платежа компенсируется им за счет компании. Средний возраст участников программы – 34 года.

ОАО «РЖД» также предоставляет своим сотрудникам ипотеку по льготной ставке и практикует погашение части субсидируемого ипотечного кредита за счет компании при рождении или усыновлении ребенка.

«Ростех» с 2016 г. реализует «Жилищную программу», которая предусматривает компенсацию/субсидирование работникам процентов или первоначального взноса по ипотечным кредитным договорам, а также арендных и коммунальных платежей. В 2023 г. была запущена новая программа «Квадратные метры Ростеха», которую компания реализует совместно с ПСБ. Программа позволит снизить на 20-35% относительно рыночной цены стоимость квартир, приобретенных работниками организаций.

В группе «ЛУКОЙЛ», в соответствии с корпоративными «Основами жилищной политики» работники могут получить помощь от компании в приобретении жилья, в т.ч. в виде частичного погашения процентной ставки по банковскому кредиту. В 2022 г. участниками программы были 395 чел. (в 2021 г. – 490 чел.).

Следует иметь в виду, что во многих регионах в небольших городах присутствия, где расположены основные предприятия компаний, например, металлургических, отсутствует первичный рынок жилья, поэтому компании вынуждены сами заниматься строительством жилых домов и последующим предоставлением квартир в них своим сотрудникам. Подобного рода программы требуют привлечения значительных средств и, поэтому компании реализуют их в том числе в партнерстве.

Ярким примером строительства жилья для своих сотрудников является компания «ОМК», которая реализует комплексное развитие одного из городов присутствия компании в г. Выкса и планирует в ближайшие четыре года развернуть в городе жилищное строительство, построив 5,5 тыс. квартир для сотрудников нового завода. В ближайшие 5 лет (период в

¹⁷ <https://report.rosatom.ru/3474>

2024-2027 гг.) компания вложит примерно 30 млрд руб. в развитие города в соответствии с дорожной картой и планирует привлечь около 4 тыс. новых высококвалифицированных специалистов.

Строительство жилья в своих городах присутствия (Березниках и Соликамске) осуществляет и компания «Уралкалий», где работники имеют возможность приобрести квартиры в новых домах на льготных условиях. В 2022 г. работники «Уралкалия» получили 175 квартир по жилищной программе, а затраты компании за год составили 70 млн руб.

В качестве интересного примера реализации жилищных программ в совсем небольших населенных пунктах можно выделить опыт реализации корпоративного проекта «Полюс Алдан» по строительству нового арендного жилья. В поселке Нижний Куранах, где расположено одно из предприятий компании более 70% жилья признано аварийным. Дефицит предложения из-за отсутствия нового строительства привел к значительному увеличению стоимости квартир и арендной платы. В 2024 г. компания в рамках реализации Президентской программы арендного жилья по линии «ДОМ.РФ» построила в партнерстве два дома. Первый – на 35 квартир введен в эксплуатацию в марте, второй дом (на 85 квартир) будет введен в 4 квартале 2024 г. Строительство компанией «Полюс Алдан» двух новых домов, в которых квартиры сдаются с отделкой, мебелью и техникой, будет способствовать привлечению и закреплению сотрудников, а также улучшению условий проживания сотрудников и членов их семей, а также семей с детьми.

Программы по расширению прав и возможностей женщин, развитию карьерного роста

Результаты опроса, проведенного компанией Strategy Partners (2024 г.) показывают, что только 40% респондентов – женщин считают, что в России в современных условиях женщины и мужчины имеют одинаковые возможности в карьерном плане, среди мужчин так считают – 62%. Опыт крупных компаний показывает, что сотрудники-женщины в подавляющем большинстве выступают не столько за особые привилегии для себя, сколько, прежде всего, за соблюдение в отношении их равных прав и возможностей по сравнению с мужчинами.

В частности это касается преодоления некоторых законодательных ограничений работы женщин на производственных предприятиях. Как известно, в 2022 г., вступил в силу приказ Минтруда России, снявший ограничения с 365 профессий¹⁸, ранее недоступных женщинам, что свидетельствует об усилиях стороны государства по постепенному сокращению дисбаланса в карьерных возможностях мужчин и женщин.

Опыт работы компаний-лидеров российского бизнеса в сфере корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития свидетельствуют, что компании уделяют важное внимание соблюдению гендерного равенства и созданию равных условий для всех сотрудников. Например, в «Северстали» был проведен в 2023 г. опрос среди сотрудниц, чтобы понять, как себя чувствует женщина в производственной компании. В нем приняли участие 2769 женщин – более четверти, работающих в компании. Подавляющее большинство из них 91% ответили, что они обладают такими же правами и амбициями на построение карьеры, как и мужчины, а 82% не ожидает никакого «особого подхода» к себе по гендерному признаку со стороны руководителей и коллег.

Женские клубы, ассоциации и женские советы

В России сегодня лишь небольшая часть компаний - лидеров бизнеса создает дополнительные возможности в компаниях и на предприятиях для различного рода объединений женщин для обмена мнением, отстаивания и продвижения своих интересов, создания по их инициативе дополнительных возможностей продвижения женщин по карьерной лестнице. Так, в рамках опроса *Strategy Partners*, проведенного в 2022 г., только 12% респондентов отметили наличие в их организациях каких-либо женских клубов. Заметим, что в организациях, где они есть, 84% опрошенных отметили их эффективность¹⁹.

¹⁸ Приказ Минтруда России № 313н от 13 мая 2021 г. <https://mintrud.gov.ru/docs/mintrud/orders/2002>

¹⁹ <https://strategy.ru/research/research/55>

В рамках опроса РСПП в 2024 г. лишь единичные компании при ответе на открытый вопрос о реализуемых социальных программах в интересах женщин заявили о наличии различного рода объединений женщин и специальных мероприятий по продвижению их интересов: проведение женских форумов, конференций, бизнес-завтраков; наличие женсоветов, женских клубов и по интересам.

Примеры из практики компаний

В «Северстали» с 2017 г. действует первый в российской металлургии и самый крупный среди отечественных компаний Женский клуб, который оказывает содействие в построении карьеры через обмен опытом, консультации, обучение²⁰ (идею клуба предложили сами сотрудницы «Северстали» в 2017 г.). Женский клуб создали с целью поддержки самореализации женщин и помочь участницам в карьерном развитии за счет освещения ролевых моделей в компании, создания обучающих программ и развития сообщества для поддержки и обмена опытом между участниками. Сегодня в нем 2,2 тыс. участниц, причем 363 из них присоединились в 2023 г. За год клуб провел более 25 мероприятий²¹.

Интересен также опыт энергетической компании EN+. В компании во всех регионах на протяжении последних двух лет действуют «Женские советы» – представительский орган по защите прав женщин. Кроме того, что эти органы следят за соблюдением прав женщин на предприятиях. «Женские советы» проводят мастер-классы, встречи со спикерами, профориентационные встречи, иницируют проекты по благоустройству города в рамках ГЧП проектов, а также ежемесячно организуют семейные культурные и спортивные мероприятия.²² В «Женские советы» входят как работницы - женщины, так и жены работников (которые в ней не работают). Роль Советов следует отметить в оказании определенной помощи в ситуациях, когда специалист компании переезжает с женой в другой регион, где у нее возникают проблемы с поиском работы.

Возможности для карьерного роста и гендерный баланс в российских компаниях – отраслевые особенности

Гендерный баланс российских компаний имеет существенные отраслевые различия. Так, по данным Росстата выше всего доля женщин в сферах образования, здравоохранения, социальных услуг, культуры, спорта, досуга и развлечений, а также в торговле (более 60%). Самая низкая доля женщин в строительстве и добывающих отраслях (менее 20%). Для крупного бизнеса эти данные подтверждаются и результатами опроса, проведенного РСПП в 2022 г. По данным опроса, женщины составляют меньше половины сотрудников основных горно-металлургических, химических, нефтегазовых компаний. Так, например, в компании «Полиметалл» доля женщин среди всего персонала составляет 20%, в «ОМК» – 25%, в «ММК» – 28%, «СИБУР», «Уралкалий» и «АЛРОСА» – 30%, «ЛУКОЙЛ» – 41%.

Следует отметить, что сегодня компании этих секторов работают над увеличением числа женщин в кратко- и среднесрочной перспективе, в том числе на руководящих позициях. При этом отмечается, что новая производственная культура и цифровизация существенно влияют на трансформацию промышленности, доля женщин здесь постепенно растет.

Характерной особенностью в мире и в России в частности, является то, что общая доля женщин среди сотрудников организаций пока остается в большинстве крупных компаний существенно выше доли женщин на руководящих отраслях. Самая низкая доля женщин отмечается на управленческом уровне, например, в советах директоров компаний. Так, по данным исследования Deloitte, в 2021 г. она составляла всего 8,4%, в два с лишним раза меньше, чем в мире в целом (19,7%). По данным опроса, проведенного Ассоциацией менеджеров России в 2023 г.²³ среди 200 компаний 34% отметили, что женщины составляют более половины их управленческой команды. В рамках того же опроса треть респондентов отметили, что фиксируют рост общего количества женщин среди состава руководителей.

²⁰ <https://severstal.com/rus/media/archive/2021-11-30-severstal-prisoedinilas-k-assotsiatsii-women-in-miningrussia/>

²¹ https://rspp.ru/upload/uf/11d/8lvjs930mnfk0sb7hvlkw86xph24fspu/Severstal_Sustainability_Report_2023.pdf

²² <https://enplusgroup.com/ru/sustainability/sustainability-report/>

²³ <https://amr.ru/press/publications/10388/>

Примеры из практики компаний

Известно, что ряд российских компаний включают рост доли женщин в управляющих органах в число своих целевых ориентиров. Например, компания «СИБУР» в которой женщины составляют 13,3% от состава Правления (2 из 15) и 10% от состава Совета Директоров (1 из 10) поставила цель удвоить эти показатели к 2025 г.²⁴

В качестве одного из лучших примеров соблюдения гендерного равенства сегодня в России является Госкорпорация «Росатом», которая насчитывает сегодня более 330 тыс. сотрудников в 400+ организациях, расположенных в 28 городах России и в 60 странах присутствия. Среди сотрудников «Росатома» составляет почти треть (32%). Доля женщин в организациях Росатома составляет почти треть от численности работников (32%), пятая часть (20%) - женщины руководители, в резерве управленческих кадров - 11%, в составе Наблюдательного совета - одна женщина из 9 членов.

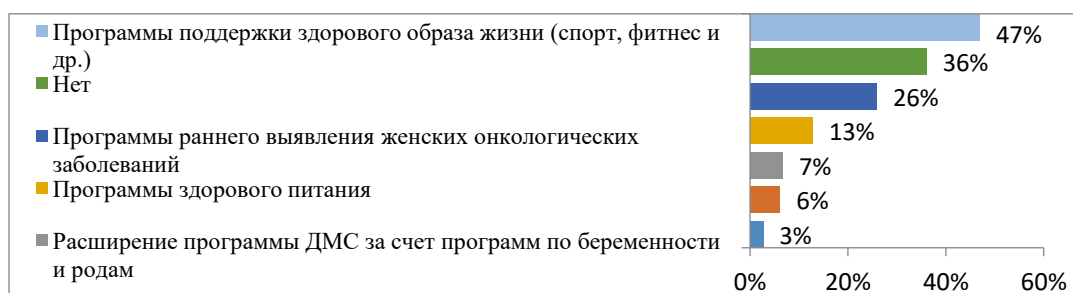
Компания «ФосАгро» также демонстрирует результаты успешного стремления к достижению гендерного равенства на всех уровнях управления. В отчете компании указано, что основаниями для повышения в должности, найма, установления размера заработной платы, предоставления льгот и компенсаций являются квалификация, производительность, навыки и опыт сотрудника, оценка результата проводится беспристрастно и справедливо по отношению ко всем категориям сотрудников, всем сотрудникам предоставляются равные возможности. Ведется учет соотношения численности женщин и мужчин в руководящих органах, обращая особое внимание на права и возможности женщин. Доля женщин в общей численности персонала составляет 34%, среди руководителей всех уровней - 21,5%, в кадровом резерве ТОП-40 - 16%. В отчете компании приводится статистика по участию работников в различных программах, в которых доля женщин среди участников каждой из программ в целом соответствует общей доле женщин в коллективе компании. Так, в программе «Молодые талантливые специалисты» - 36% (2022 г.) 38% (2021 г.); в мероприятиях по внутрикорпоративному обучению - 33% (2022 г.), 30% (2021 г.); в Суперфинале конкурса «Молодой руководитель - 2022» - 9 мужчин, 3 женщины; в суперфинале общекорпоративного конкурса «Наставник года - 2022» - 10 мужчин, 3 женщины.

Забота о здоровье женщин

Важно обратить внимание еще на одно направление в рамках реализации корпоративных социальных политик и демографических практик – это медицинские программы для сотрудниц. Более чем в половине опрошенных компаний (64%) реализуются различные медицинские программы по поддержке женского здоровья и здорового образа жизни.

По результатам опроса 2024 г. почти половина (47%) компаний реализуют программы поддержки здорового образа жизни, четверть (26%) – программы раннего выявления женских онкологических заболеваний, в 13% компаний предоставляются расширенные программы ДМС за счет программ по беременности и родам, 3% компаний указали на другие типы медицинских программ, прежде всего, на профилактические осмотры и диспансеризацию. Незначительное количество респондентов также указали на такие меры как наличие меню здорового питания в корпоративной столовой и обеспечение сокращенного рабочего дня для беременных сотрудниц.

Рис.14. Реализация компаниями медицинских программ по поддержке женского здоровья и здорового образа жизни, материнства



²⁴ <https://rspp.ru/upload/uf/896/5q69qpoklsz8hllbv3azcnscsf0341ixp/SIBUR-IO-2022.pdf>

О наличии медицинских программ по поддержке женского здоровья и здорового образа жизни среди респондентов чаще упоминают наиболее крупные и небольшие компании, а в компаниях средней величины эта практика менее распространена.

В отраслевом разрезе наибольшая доля компаний, реализующих программы по поддержке женского здоровья и здорового образа жизни, в нефтегазовой сфере (более 60%), наименьшая - в сфере услуг, организациях образования, науки и культуры и в других организациях. Конкретные меры применяются примерно с равной частотой в компаниях любой численности и отраслевой принадлежности за исключением программ раннего выявления женских онкологических заболеваний, которые заметно чаще практикуются в самых крупных компаниях (43%), а в отраслевом разрезе – среди химических компаний (44%), а также программ поддержки здорового образа жизни, более распространенных в нефтегазовых, энергетических и металлургических компаниях (более 60%).

Рис. 15. Медицинские программы по поддержке женского здоровья и здорового образа жизни, материнства /в отраслевом разрезе/



В рамках опроса РСПП 2024 г. на вопрос о медицинских программах для женщин, респондентам не предлагался вариант ответа о программах психологической поддержки, поэтому сложно оценить распространенность такой практики в российских компаниях. Но, как показывают внутренние опросы самих компаний, часть сотрудниц хотели бы получать такую поддержку. Так, анализ опроса, который проводился компанией «Северсталь» среди своих сотрудниц были выявлены ряд направлений, по которым женщины хотели бы получать большую поддержку от компании: работа со стрессом, вопросы оптимальной рабочей нагрузки, а также построения карьеры, при этом наибольшее количество запросов поступило со стороны женщин в возрасте до 30 лет.

Образовательные программы и программы переобучения

Данные исследований международных консалтинговых компаний свидетельствуют, что более половины женщин с детьми в возрасте до 5 лет ощущают снижение своих профессиональных компетенций после рождения ребенка. В свою очередь, согласно исследованию НИУ «Высшая школа экономики», «штрафу за материнство» больше подвержены высококвалифицированные женщины: они несут наибольшие потери в заработной плате, даже если возвращаются на рынок труда²⁵.

Важный вывод был зафиксирован по результатам опроса московской школы управления «Сколково», который проводился среди женщин-предпринимателей и женщин-руководителей в 2024 г. В рамках данного опроса на вопрос о наиболее существенных

²⁵ https://www.hse.ru/data/2017/04/14/1168190360/2017_AprilConf_Бирюкова_Макаренцева.pdf

барьерах на своем карьерном пути большинство его участниц ответили, что им не мешают мужчины, не мешают гендерные стереотипы, а основная проблема – в совмещении семейных и рабочих обязанностей.²⁶

Обращает на себя внимание, что по результатам опроса РСПП 2024 г. лишь четвертая часть компаний-респондентов отметили, что реализуют специальные социальные и образовательные программы в интересах женщин. Заметим, что в рамках опроса РСПП 2023 г. были получены схожие результаты. Так, более четверти (26%) компаний указали на программы дополнительного обучения и переобучения для женщин с семейными обязанностями и 18% - на программы профессиональной подготовки женщин после перерыва в связи с рождением ребенка (значения не суммируются, т.к. компании могли одновременно выбрать оба ответа).

Подавляющее большинство опрошенных РСПП компаний в 2024 г. не указали на наличие специальных программы для женщин, прежде всего потому, что их образовательные программы направлены на всех сотрудников. Анализ ответов респондентов показывает, что в компаниях отдается предпочтение образовательным программам (обучение, повышение квалификации, освоение 2-й смежной профессии) как в корпоративных университетах, так и вузах, а также посредством обучения на корпоративных курсах, вебинарах и др.

Наличие социальных и образовательных программ в интересах женщин в среднем чаще отмечали представители наиболее крупных (30%) и небольших компаний численностью до 100 чел. (31%), реже всего представители средних компаний численностью от 100 до 1 тыс. чел. (около 13%).

В отраслевом разрезе социальные и образовательные программы в интересах женщин заметно более распространены в непроизводственных компаниях – в сфере услуг и сфере образования, науки и культуры (36%). Среди производственных компаний такие программы наиболее активно реализуются в нефтегазовых компаниях, а реже всего - в машиностроительных.

Интересны в данной связи результаты опроса, проведенного в 2023 г. Сберуниверситетом совместно с HeadHunter. Большинство опрошенных женщин в период декрета проходили какие-либо образовательные курсы для поиска новой работы или повышения квалификации, причем три четверти из них предпочитали онлайн-обучение²⁷. Подавляющее большинство (82%) женщин, прошедших образовательные курсы и программы в декрете, отметили, что считают приобретенные знания «весьма или скорее полезными для своей дальнейшей профессиональной карьеры». Таким образом, отдельные корпоративные программы для обучения женщин, находящихся в декрете или имеющих маленьких детей, представляются вполне востребованной практикой.

Примеры из практики компаний

Как показал анализ нефинансовых отчетов, в России сегодня многие крупные финансовые компании уделяют большое внимание вопросам развития компетенций или переобучения сотрудниц, желающих к моменту выхода из декретного отпуска сменить вектор карьерного развития и перейти в другие подразделения компании. Так, например, «Росбанк» реализует программу поддержки сотрудников - будущих родителей #РосбанкМамаПапа. Реализация программы предусматривает доплаты за добровольный досрочный выход из декретного отпуска, возможность частичной занятости молодых мам (пап) и сервис внутренней мобильности для сотрудниц, желающих сменить карьерное направление и перейти после декретного отпуска в другое подразделение, в случае, если использует свободное время во время декрета для переобучения.

В «Сбербанке» реализуется программа «Сбер для детей и родителей», в рамках которой для сотрудников, находящихся в декретном отпуске, сохраняется доступ к корпоративной почте и платформе «Пульс», чтобы они могли оставаться на связи с компанией и продолжать развитие своих компетенций. Предусмотрена возможность получения дополнительного дохода для сотрудниц, находящихся в отпуске по уходу за ребенком, посредством выполнения заданий на платформе разметки данных Elementary²⁸.

В единичных компаниях существуют специальные курсы по получению дополнительных знаний в сфере ухода за детьми и их воспитанию. Например, такие инициативы

²⁶ <https://www.skolkovo.ru/researches/zhenshiny-rukovoditeli-i-predprinimateli-professionalnoe-i-lichnoe-razvitiye/>

²⁷ <https://tass.ru/obschestvo/17816425>

²⁸ https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/_new_site/com/gosa2023/sber-ar-2022-ru.pdf

реализуются в рамках деятельности Женских советов отдельных компаний. Компания Северсталь по данным вопросам сотрудничает с экспертами корпоративного благотворительного фонда «Дорога к дому».

Инициативы, непосредственно связанные с реализацией демографических задач в рамках корпоративной социальной политики

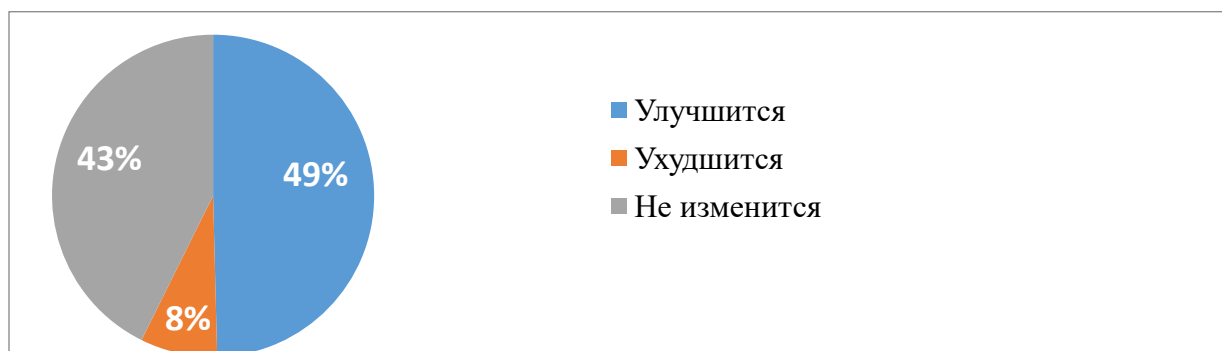
В России распространено убеждение о том, что количество детей в семье – «внутреннее дело» самой семьи. Особое внимание государства к демографическим и семейным вопросам в последние годы заставляет задуматься о том, что дети нужны не только семье. Действительно, каждый ребенок – это будущий участник рынка труда, будущий потребитель товаров и услуг, будущий налогоплательщик.

В целом реализация корпоративной социальной политики компаний, в рамках которой ставятся и решаются демографические задачи, может успешно решать следующие задачи: улучшение социально-психологического климата на предприятии; усиление трудовой мотивации и создание условий для трудовой активности работников одновременно как в сфере профессионального труда, так и в семейно-родительской сфере; снижение показателей текучести персонала, повышение лояльности работников; улучшение состояния здоровья работников и их детей.

В настоящий момент можно привести единичные примеры российских компаний, которые реализуют специальные демографические программы или политики семейной поддержки. Подход, предполагающий возможность и целесообразность рассмотрения предприятий как субъектов демографической политики, является относительно новым для российской экономики. Для бизнеса, ориентированного на эффективную работу в перспективе, выстраивание социальной политики, нацеленной не только на стимулирование профессионального труда, но и поддержку выполнения работниками их родительских функций, может оказаться стратегически важным.

В России предоставляется большой комплекс мер социальной поддержки семей с детьми, многодетных семей, в том числе в рамках национального проекта «Демография». Это объясняет тот факт, что почти половина (49%) представителей опрошенных организаций считают, что в текущем (2024 г.) ситуация с правами работников с семейными обязанностями и многодетных семей улучшится, чуть менее – 43%, что ситуация не изменится, почти каждый десятый (8%) указали, что ситуация ухудшится.

Рис. 17. Оценка респондентами ситуации с правами работников с семейными обязанностями и многодетных семей в России в 2024 г.



Оценки представителей компаний разной численности сотрудников и отраслевой принадлежности при ответе на этот вопрос в целом совпадают, наиболее оптимистичную оценку дают представители машиностроительных и транспортных компаний, из которых около 60 % считают, что ситуация с правами работников с семейными обязанностями и многодетных семей в 2024 г. в России улучшится.

Примеры из практики компаний

Сегодня среди российских компаний – лидеров бизнеса наиболее системный подход к стимулированию рождаемости и многодетности среди сотрудников демонстрирует *Группа «Дело»*. В основу программы, которую компания запустила в 2022 г. заложены два

принципа: прогрессивность – зависимость размера льгот от количества детей (резкое увеличение с третьего ребенка) и позитивная дискриминация – сотрудники, имеющие двух и более детей, пользуются преимущественным правом при получении льгот. Для организации работы с сотрудниками в рамках этой корпоративной программы в компаниях Группы внедрена должность «социальный менеджер». Среди основных мер для стимулирования рождаемости и многодетности - выплаты по 1 млн руб. на третьего и последующих детей, дополнительные выплаты по больничному в период беременности и при досрочном выходе из декретного отпуска, компенсации расходов за детский сад и путевки в детские лагеря, компенсацию санаторно-курортного лечения, расширение программы ДМС для сотрудников и программу ДМС детям сотрудников, возможность работы по гибкому графику для сотрудников с детьми. Внутренний опрос работников компании «Дело», получивших выплаты при рождении ребенка, показал, что они планируют потратить деньги на улучшение жилищных условий, погашение ипотечных кредитов, приобретение автомобиля. На основе опыта компании по реализации демографической политики разработан корпоративный демографический стандарт – полноценное методическое пособие для бизнеса, включающее образцы документов для юридического оформления мер, реализуемых в рамках корпоративных демографических программ²⁹.

В стандарте обозначена позиция главного инициатора его разработки - председателя Совета директоров Группы С. Шишкарева «Корпоративная демографическая политика является сравнительно новой формой социальной ответственности российского бизнеса. Несмотря на её новизну, она имеет все шансы стать одним из ключевых и важнейших элементов национальной корпоративной культуры, где цель - повседневная забота о своих сотрудниках, что, по сути, и является одним из драйверов демографического развития страны»³⁰. По его мнению, последовательно реализуемая корпоративная политика может придать государственным программам характеристики полноты и цельности на уровне компании.

Среди компаний финансового сектора продвижением тематики корпоративной социальной политики, направленной на решение демографических задач, наиболее активно занимается *Промсвязьбанк*. Банк определил поддержку семьи одним из своих основных социальных приоритетов, а в качестве главного принципа своей социальной ответственности перед работниками - уважение их семейных обязанностей. Среди реализуемых мер - возможность удаленной работы для матерей во время болезни ребенка, устройство специальных локаций для детей в офисе компании, развитие семейного волонтерства, возмещение расходов на оплату детских дошкольных учреждений детям до 1,5 лет, материальная помощь многодетным семьям при подготовке ребенка к поступлению в первый класс, материальная помощь на нужды ребенка-инвалида. Коэффициент удержания сотрудников, ушедших в отпуск по уходу за ребенком, в банке достаточно высокий - 76%. Кроме того, Промсвязьбанк выступил одним из инициаторов подготовки рекомендаций для российских компаний по организации работы по поддержке материнства, работников с семейными обязанностями, многодетных семей.

Меры государственной поддержки - ожидания компаний

Если посмотреть на ожидания самих компаний по мерам поддержки от государства, то наиболее актуальными в настоящий момент можно назвать программы льготного кредитования и налоговое стимулирование, на что указали 73% и 64% респондентов соответственно. Около 40% опрошенных организаций считают, что важными мерами поддержки также являются меры административной поддержки, выдачи лицензий, почти такая же доля респондентов указала на важность поощрения компаний в рамках проводимых конкурсов.

Актуальность мер налогового стимулирования выше оценивается самыми крупными компаниями (72%), программы льготного кредитования - компаниями с численностью от 250 до 1 тыс. чел. (80%). Меры административной поддержки наименее актуальны для средних компаний с численностью сотрудников от 100 до 250 чел. (24%), а поощрение в рамках конкурсов наименее актуально для самых крупных компаний (30%).

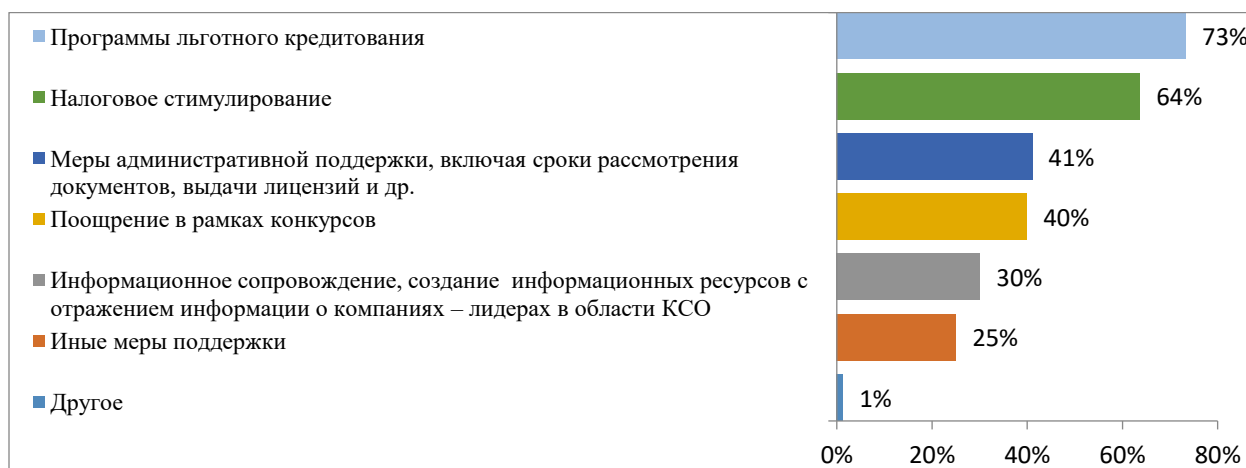
²⁹ <https://smarteka.com/practices/korporativnyj-demograficeskij-standart-v-gruppe-kompanij-delo>

³⁰ Корпоративный демографический стандарт: на пути становления». Методическое пособие для бизнеса. М., 2023 г.

В отраслевом разрезе можно отметить повышенный интерес к мерам льготного кредитования со стороны компаний машиностроительной отрасли (88%) и сферы услуг (84%), к налоговому стимулированию – со стороны компаний сферы услуг (84%), транспорта (78,9%), энергетики и металлургии (76,9%), а к информационному сопровождению со стороны нефтегазовых компаний (43%) и компаний сферы услуг (40%).

Почти треть опрошенных (30%) отметили важность качественного информационного сопровождения. Четверть респондентов указали такие меры как бронь от мобилизации, предоставление гибкого графика работы и отпусков, удаленная работа, выплаты пособий и жилищные программы для многодетных и др.

Рис. 16 – Актуальные меры господдержки компаний, реализующих корпоративные программы профессионального развития, проводящих мероприятия, направленные на обеспечение совмещения профессиональных и семейных обязанностей



Внешние программы на территориях присутствия

Социально-экономическое воздействие компаний в рамках реализации внешних социальных и благотворительных программ направлено на развитие городской и социальной инфраструктуры в регионах своей деятельности, создание новых рабочих мест и развитие человеческого капитала, поддержку некоммерческого сектора и социального предпринимательства. Компании за счет реализации внешних социальных программ отчасти могут влиять на миграционные настроения населения и уровень удовлетворенности жителей качеством жизни на территориях присутствия. В свою очередь, в городах, жители которых более удовлетворены качеством жизни в них, формируется более благоприятная среда для создания семей, рождения и воспитания детей.

В малых и средних городах, где предприятия крупных компаний являются градообразующими, значительная часть внешних социальных программ компаний прямо пересекается с функциями местных властей. В таких городах работники градообразующих предприятий и члены их семей составляют значительную долю населения. Наиболее популярным сегодня форматом взаимодействия региональных, муниципальных властей и компаний является заключение соглашений о трехстороннем сотрудничестве, то есть речь идет о развитии партнерств, которые формируют модели развития территории на долгосрочную перспективу. Кроме того, в малых и средних городах бизнес заинтересован в удержании квалифицированных кадров, сокращении оттока населения и сохранении человеческого капитала.

Опыт развития городов присутствия компаний, в т.ч. моногородов, показывает, что качество жизни сотрудников и членов их семей, а также их удовлетворенность условиями жизни оказывает заметное влияние на принятие решения – остаться всей семьей в этом городе и на данном предприятии или нет, включая реализацию их намерения по рождению детей. Опыт заметных социальных инвестиций компаний в развитие городов присутствия демонстрирует важное влияние данного фактора на демографию в городах присутствия, повышающий общий уровень привлекательности этих территорий для семей с детьми.

Особенно это проявляется, если действуют комплексные программы развития городской среды: строительство, модернизацию или оснащение новым оборудованием и инвентарем объектов социальной сферы (больниц, школ, детских садов), формирование удобных общественных пространств, организацию культурных инициатив.

Среди других важных направлений работы следует отметить меры адресной поддержки отдельным социальным категориям граждан в рамках благотворительной деятельности, реализацию программ профориентации для школьников и студентов, программы по развитию волонтерства.

Известно, что в последние пять лет крупные российские компании – лидеры российского бизнеса, демонстрируют не только стремление проводить оценку эффективности социальных инвестиций, но и желание комплексно оценить свой вклад в развитие территорий присутствия и разработать наиболее эффективные меры на краткосрочную и среднесрочную перспективу. Поэтому компании заинтересованы в развитии качественных инструментов, позволяющих оценивать уровень жизни и актуальные проблемы в городах своего присутствия для приоритизации внешних проектов и программ в территориях присутствия и оценки их эффективности. Для этого могут проводиться как опросы жителей, работников и других заинтересованных сторон, так и использоваться более комплексные инструменты в виде индексов/рейтингов, предполагающие в том числе и мониторинг статистических данных. Особый интерес использования таких инструментов демонстрируют компании, предприятия которых расположены в нескольких территориях.

Приведем в качестве примера опыт компании «РУСАЛ», которая в 2022 г. внедрила систему оценки (рейтингования) социального воздействия своих программ и проектов на города присутствия – «индекс устойчивого развития городов ответственности». Составление этого индекса для 21 территории предполагает сравнительную оценку привлекательности территорий для работы и проживания в них сотрудников, определение наиболее приоритетных направлений для социальных инвестиций в каждой из них, а также оценку их эффективности на протяжении средне- и долгосрочного периода. В рамках индекса города присутствия сравниваются по таким направлениям как жилищные условия, доход и работа, здоровье, образование, мобильность, благоустройство, экология, безопасность, общество, работа и отдых, гражданские права и удовлетворенность. Результаты расчета индекса нашли отражение в проекте социальных инвестиций компании до 2035 г.

Опыт «РУСАЛа» по комплексной оценке своего вклада в развитие городов присутствия заинтересовал и ряд других крупных российских компаний. В 2023 г. по схожей методике для участников Национального ESG-Альянса был разработан и построен Индекс оценки качества жизни малых и средних городов России.³¹

Примеры из практики компаний

Если говорить об интересных примерах компаний, которые пытались оценить эффекты своей деятельности на демографическую ситуацию в городах присутствия, то, прежде всего, стоит упомянуть опыт компании «ОМК», ключевое предприятие которой расположено в г. Выкса (72 тыс. жителей). За последние два десятилетия компания направила на развитие социальной сферы Выксы 27 млрд руб. Один из основных результатов этой работы – город на протяжении последних 3 лет имеет положительный миграционный прирост населения. Количество многодетных семей в Выксе выросло с 2007 г. в 3,5 раза. Подавляющее число горожан, по результатам опроса, считают город красивым и ухоженным (88%), безопасным (62%). Турпоток в город за последние четыре года вырос в 2 раза.

За два десятилетия была проделана большая работа по развитию городской и социальной инфраструктуры города: обновлен его исторический центр (реставрация объектов культурного наследия); были реализованы проекты капитального строительства (гостиницы, жилье для сотрудников, детские сады, реконструкция базы отдыха); созданы новые общественные пространства (музей, библиотека и арт-пространство, арт-резиденция и культурный центр); профинансированы проекты в сфере медицины, образования, спорта, развития городской инфраструктуры (модернизация инженерных коммуникаций: чистая вода, новые котельные; ремонт и строительство дорог). В среднесрочной перспективе (2024-2027 гг.) «ОМК» планирует реализацию новой стратегии «Выкса – город, в котором хочется жить». В развитие инфраструктуры города планируется вложить 30 млрд руб.

³¹ https://esg-a.ru/ru/press-center/esg_alyans_zapustil_Indeks_ocenki_kachestva_zhizni_malyh_srednih_gorodov_rossii

В качестве примера успешной профориентационной работы бизнеса в регионах присутствия следует упомянуть опыт компании «ФосАгро» по реализации комплексной программы «ДРОЗД» («Детям России образование, здоровье и духовность»)³². Ее особенностью является объединение внешних и внутренних социальных проектов в рамках единой платформы, охватывающей все уровни образования – от дошкольного до высшего, с возможностью трудоустройства выпускников на предприятиях Группы. В рамках этой программы реализуется проект по развитию «ФосАгро - школа», который обеспечивает приток в компанию высококвалифицированной, мотивированной, подготовленной молодежи. Для этого была разработана система непрерывной профориентации через многоступенчатую программу «Школа – колледж/университет – предприятие», которая подразумевает целенаправленную профессиональную ориентацию, сопровождение обучения в вузах, привлечение на практику в компанию, трудоустройство в компанию.

Представляет также интерес и другой проект компании – программа «Связь поколений», направленная на сохранение памяти об истории страны, отрасли и конкретного предприятия, а также традиций уважительного отношения к старшему поколению, ветеранам и представителям слабозащищенных слоев общества. В рамках этой программы во всех основных городах деятельности Группы «ФосАгро» созданы профориентационно-выставочные центры, которые представляют собой конгломерат современного мультимедийного корпоративного музея и инновационного интерактивного познавательного центра для школьников, где проводится показ профориентационных и обучающих фильмов, установлены сенсорные киоски с тестом для выбора профессии. В центрах есть лаборатории, позволяющие получить различные виды химических соединений, мультимедийные микроскопы, интерактивный сад, где можно проводить лабораторные опыты. Они пользуются огромной популярностью среди школьников как места знакомства с профессиями, точки притяжения подростков, культурного и интеллектуального досуга.

Компания «Северсталь» с 2006 г. реализует в городах своего присутствия программу «Дорога к дому», которая включает в себя такие направления, как профилактика социального сиротства, поддержка семей, воспитывающих детей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью, профилактика противоправного, саморазрушающего и суицидального поведения, социализация несовершеннолетних. За один 2023 г. в рамках программы более 20 тыс. граждан получили бесплатную профессиональную психологическую, юридическую и материальную поддержку, почти 1,5 тыс. семей получили адресную помощь по обеспечению безопасных и благоприятных условий для жизни, здоровья и развития детей.³³

Компания «Металлоинвест» реализует в городах присутствия комплексную программу социальных инвестиций «Вместе». Все проекты программы разделены на шесть направлений: развитие городской инфраструктуры, поддержка городских инициатив; корпоративное волонтерство; развитие образования; развитие массового и профессионального спорта; развитие культурных событий и организация городских событий; поддержка здоровья и забота о социально незащищенных группах. Формирование и реализация программ устойчивого развития компании происходит в три этапа. Сначала выявляются социально значимые проблемы, затем выстраиваются партнерства с заинтересованными сторонами и на третьем этапе осуществляется реализация технологии соучастного проектирования.

Важно отметить, что при реализации проектов по развитию городской инфраструктуры компания стремится к прямому диалогу с жителями городов присутствия и ориентируется на то, чтобы реализуемые проекты способствовали повышению привлекательности городов для молодежи. Компания уделяет большое внимание профориентации школьников и стремится создавать в городах присутствия сообщества лидеров изменений образовательной среды, знающих современные подходы в сфере профориентации школьников. С 2014 г. в г. Старый Оскол работает созданное по инициативе компании многофункциональное экспозиционно-образовательное досуговое пространство «Выставка «Железно». В 2023 г. в мероприятиях центра приняли участие около 7 тыс. чел.

³² <https://www.phosagro.ru/sustainability/drozd>

³³ https://rsp.ru/upload/uf/11d/8lvjs930mnfk0sb7hvlkw86xph24fpu/Severstal_Sustainability_Report_2023.pdf

ВЫВОДЫ

На основе анализа результатов, проведенных РСПП опросов в 2022-2024 гг., корпоративных практик в сфере социальной политики, направленной на решение демографических задач, поддержку семьи, сотрудников с семейными обязанностями, можно сделать следующие выводы:

1. Российские компании достаточно активно используют различные инструменты поддержки работников с семейными обязанностями. Однако информация мало освещается и популяризируется как СМИ, так и самими компаниями. Недостаточно внимания уделяется информационному продвижению практик, которые реализуются бизнесом по вопросам поддержки семьи, материнства и детства, семейных ценностей, мер социальной политики, в том числе направленной на решение демографических задач.

2. Основными регулирующими документами, в которых отражены положения о поддержке семей, являются коллективный договор, социальная политика, политика по правам человека или политика по устойчивому развитию (коллективный договор - отметили преимущественно крупные компании, социальную политику, политику по правам человека - малые и средние компании).

3. Представители всех компаний примерно одинаково оценивают востребованность работниками мер материальной поддержки сверх установленных законодательством Российской Федерации. Среди крупных компаний почти все, кто оценивает эту меру как востребованную, реализуют ее и на практике, среди небольших компаний - таких менее половины. Характерным для крупных является использование одновременно комплекса мер социальной поддержки работников с семейными обязанностями, небольшие компании делают акцент скорее на отдельных единичных мерах (чаще всего это единовременные выплаты в связи с рождением ребенка).

4. Существуют определенные расхождения в распространенности реализуемых компаниями мер поддержки работников с семейными обязанностями и мер, которые сотрудники оценивают как наиболее востребованные. Так, крупные компании признают востребованность сотрудниками более гибких форм занятости (гибкие графики работы, удаленная работа, удобный график отпусков) и жилищных программ, но пока не готовы в полной мере удовлетворить такой запрос работников.

5. Следует отметить, что сами компании считают одним из наиболее востребованных со стороны работников инструментов социальной политики жилищные программы. Данный вид программ реализуют четверть всех опрошенных компаний и треть среди наиболее крупных (более 10 тыс. работников). Чаще других жилищные программы практикуют нефтегазовые компании.

6. К наиболее распространенным мерам поддержки работников с семейными обязанностями относится содействие со стороны компании в организации летнего отдыха детей и/или семейного отдыха, а также меры материальной поддержки сотрудников сверх установленных законодательством норм и предоставление дополнительных дней отпуска в связи с семейными обязанностями. Такие меры как гибкий график работы и удобный график отпусков в большей степени практикуются в небольших компаниях. Возможность дистанционной работы чаще предоставляется в компаниях сферы услуг, а также в транспортно-логистических и строительных компаниях. Использование гибкого графика работы наиболее распространено в организациях сферы услуг.

7. Почти две трети компаний-респондентов, участников опроса указывают на наличие у них медицинских программ, направленных на поддержку женского здоровья и здорового образа жизни. При этом основной акцент делается на поддержание здорового образа жизни в целом, и лишь небольшое количество компаний включают программы ведения беременности и родов в программу ДМС для своих сотрудниц.

8. В настоящий момент можно привести отдельные примеры российских компаний, которые реализуют в рамках корпоративной социальной политики специализированные комплексные демографические программы или политики семейной поддержки, имеющие своей целью влияние на демографическое поведение сотрудников через стимулирование рождаемости. Подход, предполагающий возможность рассматривать компании в качестве субъектов демографической политики, является относительно новым. Таковую практику нельзя назвать массовой, но она может иметь последователей при должном информационном сопровождении и поддержке со стороны государства.

9. Одними из критериев эффективности программ поддержки работников с семейными обязанностями можно рассматривать коэффициент возврата и коэффициент удержания сотрудников после использования отпуска по уходу за ребенком. Крупные компании, реализующие комплексный и системный подход к поддержке сотрудников с семейными обязанностями, в целом демонстрируют более высокие значения этих показателей.

10. Женские клубы, советы и ассоциации пока не получили широкого распространения в российских компаниях, об их наличии сообщают лишь единичные компании. В свою очередь, опыт крупных компаний, где подобные объединения женщин существуют, показывает, что их деятельность достаточно востребована со стороны сотрудниц.

11. В части образовательных программ и программ переобучения для сотрудников компании придерживаются принципа равных возможностей для сотрудников, вне зависимости от их пола. При этом не акцентируется внимание на том, создаются ли дополнительные условия для того, чтобы определенные категории сотрудниц (молодые мамы, например) могли реально воспользоваться предоставленными равными возможностями для обучения и развития карьеры. Только около четверти компаний реализуют отдельные образовательные программы в интересах женщин с учетом специфики их положения.

12. Как показывает опыт отдельных российских компаний, реализующих программы поддержки сотрудников с семейными обязанностями на многолетней основе, ощутимый эффект в долгосрочной перспективе дают такие как - прямая материальная поддержка семей с детьми и комплексная работа по улучшению качества жизни и городской среды в территориях присутствия.

13. Реализация внешних корпоративных социальных программ, направленных на повышение качества жизни и удержание населения в городах присутствия компаний, может в перспективе оказывать влияние на репродуктивное поведение сотрудников, включая повышение рождаемости. Системная профориентационная работа со школьниками и студентами позволяет вовлекать в кадровый резерв компании в том числе и детей сотрудников и повышать их уровень лояльности, формировать и развивать семейные династии и преемственность кадров.

14. Компании ожидают от государства в качестве наиболее востребованных мер содействия их программам поддержки сотрудников с семейными обязанностями предоставления различных финансовых стимулов, таких как программы льготного кредитования, налоговое стимулирование, поощрение в рамках специальных конкурсов. Меры административной и информационной поддержки более востребованы со стороны средних и небольших компаний.

В целом, подводя итог, необходимо отметить, бизнес, работодатели играют важную роль в достижении национальных целей, направленных на поддержку семьи, решение задач демографического развития и улучшение ситуации в этой сфере. В большинстве компаний крупного бизнеса и во многих компаниях малого и среднего предпринимательства существуют специальные программы или наборы мер, направленные на содействие работникам в совмещении профессиональных и семейных обязанностей, поддержку материнства и детства. Такие корпоративные программы могут включать предоставление дополнительных оплачиваемых отпусков, материальные выплаты, поддержку многодетных родителей, программы профессиональной подготовки и адаптации для женщин после длительного перерыва в связи с рождением ребенка, субсидии на оплату пребывания детей в детских дошкольных учреждениях, летних оздоровительных организациях, поддержку трудовых династий, семейного досуга, программы поддержки здоровья. Успешный опыт в этой сфере компаний-лидеров, требует большей информационной поддержки и общественного признания, продвижения и распространения в бизнес сообществе.