



Электронная библиотека
Гражданское общество в России

И. С. Шкиперова

Социальная политика
российских компаний в сфере
поддержки семьи и родительства

Электронный ресурс

URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Shkiperova_Social_politika.pdf

Перепечатка с сайта Института
социологии РАН <http://www.isras.ru/>

URL: <http://www.civisbook.ru>

Социальная политика российских компаний в сфере поддержки семьи и родительства

С начала 90-х годов государство практически отказалось от привычной для российских граждан патерналистской модели социальной политики. Одновременно не были созданы законодательные механизмы для реализации либеральной модели. Кроме того, серьезно пострадал престиж родительства¹⁶². Матери остались без какой-либо существенной поддержки со стороны государства¹⁶³. После принятия в августе 2004 г. Федерального Закона № 122 социальная поддержка была отдана на откуп регионам, в большинстве своем не готовым к этому ни материально, ни профессионально. И только в 2006 г., в контексте реализации демографической программы, продиктованной небывалым сокращением рождаемости, федеральное правительство РФ обратило внимание на материальные проблемы матерей. Предполагаемые пособия матерям, конечно, крайне необходимы, и для значительной части малоимущих семей, особенно в регионах России, такая помощь будет существенна. В то же время для определенной категории женщин, которые хотят одновременно делать профессиональную карьеру и иметь детей и семью, важны не столько пособия, сколько условия на рабочих местах, позволяющие успешно сочетать работу и семейные обязанности.

Однако в России пока мало внимания уделяется такому важному направлению семейной политики как корпоративное. Компании-работодатели, способствуя или препятствуя соблюдению прав работников с семейными обязанностями, могут играть значительную роль в укреплении брака и воспроизводстве населения. Кроме того, социальные программы, реализуемые компаниями, могут компенсировать и дополнить федеральные или региональные программы в сфере поддержки супружества и родительства.

О.И. Шкаратан считает, что «...одним из направлений социальной политики в стране является государственно регулируемое формирование класса собственников-предпринимателей»¹⁶⁴. Бизнес заинтересован в стабильном, предсказуемом обществе, где он мог бы расти и развиваться. Эта ситуация делает корпоративные социальные программы не-

¹⁶² Гурко Т.А. Родительство: социологические аспекты. – М.: Институт социологии РАН, 2003. – С. 48.

¹⁶³ Исупова О. Г. Социальный смысл материнства в современной России (Ваш ребенок нужен только Вам) // Социол. исслед. – 2000. – № 11.

¹⁶⁴ Шкаратан И.О. Декларируемая и реальная социальная политика. Цит. по: www.hse.ru/journals/wrldross/vol01_2/shkaratan.htm

обходимым условием устойчивого ведения бизнеса, и одновременно, фактором повышения социальной стабильности и уровня жизни в обществе.

Представители бизнеса – это наиболее успешные и деятельные люди, имеющие право голоса и возможности влиять на правительство. Однако переход страны к рыночной экономике, экономический кризис, сопровождавшийся ростом неформальной занятости, привели к обострению противоречия между мерами семейной политики, закрепленными в трудовом законодательстве и регулируемыми труд работников с семейными обязанностями, и новыми рыночными отношениями. В начале 90-х годов века капиталовложения в социальную сферу начали рассматриваться работодателями «как... своего рода уступка или социальная благотворительность...»¹⁶⁵. С последствиями такого понимания социальной сферы мы сталкиваемся сегодня, более 10 лет спустя. Ошибочность этой точки зрения очевидна, ибо давно доказано, что вложения в социальную сферу, в «человеческий фактор», такую значимую для любого работника часть жизни как семья и дети способны обернуться существенной экономической выгодой. Сознывая это, сегодняшние корпорации, организации и предприятия начали создавать внутреннюю социальную политику.

Термин "*лица с семейными обязанностями*" впервые упоминается в Конвенции Международной организации труд № 156 "О равном обращении и равных возможностях для трудящихся мужчин и женщин: трудящихся с семейными обязанностями", ратифицированной Россией в октябре 1997 г. Федеральным законом РФ от 30 апреля 1999 г. в КЗоТ были внесены соответствующие изменения.¹⁶⁶ Под этим термином понимаются «трудящиеся мужчины и женщины, имеющие семейные обязанности в отношении находящихся на их иждивении детей, а также имеющие обязанности в отношении других ближайших родственников-членов их семьи, которые действительно нуждаются в уходе или помощи...»¹⁶⁷. *Социальная политика организации (или корпоративная социальная политика)* – часть политики управления персоналом, включающая в себя все цели и мероприятия, связанные с добровольными социальными программами фирмы¹⁶⁸. *Социальные программы* – это добровольно осуществляемая деятельность в социальной, экономической и экологической сферах, которая носит системный характер, связанный с ее миссией и стратегией развития бизнеса, и направленная на удовлетворение запросов различных заинтересованных в деятельности компании сторон. Очевидно, что любая компания, создавая модель социаль-

¹⁶⁵ Черных А.Н. Социальная сфера предприятий // Социол. исслед. – 1990. – № 5.

¹⁶⁶ Правовое регулирование охраны труда // www.ottb.ru/article/?id=10&p=6

¹⁶⁷ Конвенция Международной Организации Труда № 156 "О равном обращении и равных возможностях для трудящихся мужчин и женщин: трудящиеся с семейными обязанностями" (Женева, 3 июня 1981 г.) // <http://humanities.edu.ru/db/msg/60132>

¹⁶⁸ <http://encycl.yandex.ru/>

Социальная политика российских компаний...

ной политики, ориентируется на российские и международные правовые нормы, соотносит ее со своими размерами и экономической успешностью, представлениями руководства относительно экономической стоимости сотрудников (денег и времени, потраченных на обучение сотрудника), семьи и семейных ценностей владельцев и топ-менеджеров.

В ходе работы над темой пришлось столкнуться с проблемой информационной закрытости ряда компаний. Эта же проблема волнует «Ассоциацию менеджеров». В конце апреля 2004 г. были представлены результаты исследования «Информационная открытость социальных программ российских компаний»¹⁶⁹. Было установлено, что степень информационной открытости социальной политики российских компаний относительно невелика, а сами они крайне осторожны в обнародовании подобной информации. В то же время компании, уже работающие или стремящиеся попасть на международный рынок, начинают осознавать, что западного инвестора не привлекают те, кто не включает в свои стратегии принципы корпоративной социальной ответственности. Зарубежные партнеры и рынки негласно «обязывают» отечественные компании заботиться о сотрудниках, чтобы доказать свою цивилизованность, демократичность и законопослушность. Это создает благоприятный образ компании, что привлекает зарубежные инвестиции.

Один из наиболее активных участников экспертного совещания по теме «Информационная открытость социальной политики российских компаний» – Игорь Плотников, заместитель начальника департамента по информационной политике ОАО «Газпром» выделил в своем выступлении целый ряд рисков, угрожающих бизнесу при опубликовании социальной отчетности и полном раскрытии всей структуры своих социальных расходов. Это и повышение (в результате расходов на социальные программы) цен на продукцию, усиление налогообложения компании, связанное с ростом масштабов социальных программ, недовольство инвесторов из-за чрезмерного вложения средств в социальные программы, конфликт с местными властями и местными бюджетными работниками и т.д. И, тем не менее, по мнению заместителя начальника отдела рекламы и благотворительных программ Управления общественных связей АКБ «Росбанк» Анны Плотниковой, действительно, минусов при полном раскрытии всей структуры своих социальных расходов очень много, однако при эффективном освещении социальной программы тот единственный плюс – капитализация (*рыночная стоимость компании – прим. авт.*) – становится таким большим, что перекрывает все десять минусов. «Самым дорогостоящим и в то же время уязвимым активом любой компании в последнее время становится ее индивидуальный бренд»¹⁷⁰. И это является одной из причин, побуждающих компании создавать благоприятный образ как на рынке в целом, так и внутри своей компании.

¹⁶⁹ http://www.amr.ru/eventsdoc_397.html.

¹⁷⁰ Иванова А. Учимся управлять репутацией // <http://www.e-personal.ru/article>

Эта же мысль была подтверждена в работе, в которой изложены результаты изучения градообразующих предприятий Нижегородской области¹⁷¹. Опираясь на результаты данного исследования, можно выделить два основных момента, отражающих полезность (для предприятия) реализации активной и адекватной социальной политики. Речь идет о:

- повышении инвестиционной привлекательности предприятий, сохранивших (или восстановивших) социальную политику;
- привлекательности предприятий в глазах горожан.

«Неучастие руководства градообразующих предприятий в проблемах, возникающих перед городскими властями, обеспечивающими повседневный быт работников предприятия как жителей города, приводит к тому, что у работников вырабатывается психологический стереотип «временщика», не связывающего своих планов на будущее ни с городом, ни с самим предприятием»¹⁷². Предполагается, что если компания проводит активную внешнюю социальную политику (например, занимается благотворительностью или патронажем, спонсорством), то и ее внутренняя социальная политика отвечает законам РФ и соответствует международным нормам. А это гарантирует сотрудникам и тем, кто хотел бы ими стать, стабильность и уверенность в завтрашнем дне. Для компании это означает осуществление доступа к рынку рабочей силы, в том числе высокопрофессиональной.

Тема доступа к рынку высокопрофессиональной рабочей силы становится особенно актуальной в свете прогнозируемого большинством бизнес-аналитиков кризиса кадров¹⁷³. Если некоторое время назад владельцы бизнеса занимал вопрос о том, где взять хороших управленцев (топ-менеджеров), то сегодня встает вопрос о поиске «менеджеров среднего звена и "простых" сотрудников – тех, кто «работает руками». Нехватка кадров обусловлена, с одной стороны, демографическим кризисом в России, с другой, – отсутствием взаимосвязи между бизнесом, его потребностями и профессиональным образованием. Именно поэтому большинство активно развивающихся компаний, например, компания «Вымпелком» (бренд «Билайн»), считает одним из приоритетов развития повышение своей привлекательности в качестве работодателя.

Исследование практик поддержки сотрудников, имеющих семейные обязанности, проводилось в 2004-2005 гг. методом вторичного анализа (серия исследований «Ассоциации менеджеров», направленных на изучение корпоративной социальной ответственности¹⁷⁴, а также монито-

¹⁷¹ Маскина Е.А. Социальная политика предприятий как часть его имиджа // Перспективы: сборник научных статей аспирантов. Выпуск 2 / Составители и научные редакторы А.А. Иудин, З.Х. Саралиева. – Н. Новгород: НИСОЦ, 2003.

¹⁷² Маскина Е.А., 2003. Там же.

¹⁷³ Куликова А. Мина замедленного действия // Газета "Бизнес" №121 (505), Июль 2006.

¹⁷⁴ <http://www.amr.ru/doc1363.html>

Социальная политика российских компаний...

ринг сайтов российских компаний) и опроса сотрудников отделов PR, департаментов управления персоналом, топ-менеджеров компаний и организаций. Применение различных методов было необходимо для преодоления проблемы информационной закрытости социальных программ компаний. Целью моего исследования стало выявление микропрактик и моделей поведения российских работодателей в отношении сотрудников, имеющих семейные обязанности, а также анализ особенностей построения социальных программ, реализуемых российскими компаниями.

Объектом исследования стали российские компании и предприятия различных уровней и сфер бизнеса. Случайным образом были отобраны предприятия крупного и среднего бизнеса. Предприятия малого бизнеса не были включены в данное исследование из-за экономической невозможности проведения социальных программ. Основные усилия предприятий малого бизнеса направлены на экономическое выживание и, при финансовом благополучии, соблюдение российского трудового законодательства. Были исследованы следующие компании ОАО «Лукойл» и ОАО «Аэрофлот - Российские авиалинии», ОАО «АВТОВАЗ», торговый дом «Мебель Шатуры», Компания CBOSS, Консалтинг-Центр «ШАГ», научно-исследовательский институт. В результате исследования компании условно разделились на три группы.

Первая группа – крупные экономически успешные компании, имеющие долю на мировом рынке. Они занимают лидирующие позиции в отрасли и имеют большое количество филиалов и представительств в разных географических точках. В своей деятельности они ориентируются не только на российскую законодательную базу, но и на ратифицированные российской стороной международные законы и общепринятые мировые практики. Чаще всего предприятия этого типа имеют партнеров и инвесторов из других стран.

Вторая – средний бизнес. Основными объединяющими характеристиками этих компаний являются стабильный доход работников, локализация в географическом пространстве и менее структурированное управление. В основе их жизнедеятельности лежит стабильность российской экономики и общественного уклада. Они в основном соблюдают Трудовой кодекс РФ, помогая индивидуальным работникам в меру экономических возможностей компании.

В третью группу вошли экономически не стабильные и убыточные компании, не способные регулярно и достойно платить своим работникам. Особенность этих компаний – несоблюдение положений Трудового кодекса.

В результате анализа данных групп предприятий была выявлена зависимость между типом предприятия и моделями реализуемых ими корпоративных социальных программ.

Первая группа (крупные предприятия, имеющие долю на мировом рынке) отличается в области социальной политики следующими харак-

теристиками: социальный кодекс прописан с учетом не только российских, но и международных требований. Он максимально подробен и хорошо спланирован, так что необходимую информацию можно найти максимально быстро. Для крупных компаний с большой численностью работников рассмотрение проблемных ситуаций в индивидуальном порядке не экономично с точки зрения временных и материальных затрат. Чтобы пройти бюрократическую лестницу, работнику может понадобиться много времени, а это будет стоить компании немалых денег. Жесткая структура не оставляет места для эмоций. Именно поэтому хорошо работающей для данного типа организационного управления моделью является грамотно написанный коллективный договор.

Эти компании:

- *обеспечивают работников и их семей жильем (включая временное жилье семьям, материальную помощь работникам при переезде и обустройстве, долгосрочную ипотеку, беспроцентный кредит при поручительстве компании);*
- *создают возможности для развития массовых видов спорта среди работников и членов их семей, способствуя, таким образом, организации семейного досуга;*
- *обеспечивают работников и членов их семей путевками на получение санаторно-курортного лечения;*
- *организуют летний отдых для детей работников (в том числе путем частичной компенсации стоимости путевок и/или проезда);*
- *предоставляют кратковременные отпуска как оплачиваемые, так и без сохранения заработной платы по семейным обстоятельствам (свадьба, рождение (усыновление) ребенка, свадьба детей, 1 сентября для одного родителя);*
- *предоставляют единовременные пособия по рождению (усыновлению) ребенка;*
- *выплачивают единовременные пособия при вступлении в брак;*
- *выплачивают (из денег компании – прим. авт.) ежемесячные пособия работнику (матери или отцу), находящемуся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста 3 лет.*
- *обеспечивают добровольное медицинское страхование работников и членов их семей;*
- *компенсируют расходы на содержание ребенка в детских дошкольных учреждениях.*

Как правило, трудовой договор, заключаемый компаниями, входящими в первую группу, содержит указание на максимальное количество возможных сложных ситуаций и варианты их решения.

Основной объединяющей характеристикой второй группы предприятий является то, что большинство вопросов поддержки работника решаются здесь индивидуально. «Скажем так, если к нам придет наш сотрудник и скажет, что у него дома беда, чаще всего предприятие идет к

Социальная политика российских компаний...

нему навстречу и помогает» (топ-менеджер, торговый дом «Мебель Шатуры»). В большинстве своем компании этого типа сохранили прежний уклад жизни. *«Там, знаете, такой классический подход к семейной жизни. Т.е. мужчина должен заниматься зарабатыванием денег, а жена – сидеть с ребенком»* (топ-менеджер, торговый дом «Мебель Шатуры»). Это означает, что имеется возможность для дискриминации по половому признаку, однако такие вопросы тоже решаются в индивидуальном порядке. *«...у нас там трагическая история случилась, когда девушка на последней стадии беременности попала в больницу, родила ребенка и умерла. И поскольку мы все решили дружно, что отцу не стоит за грудным младенцем ходить, мы бабушку это ребятенка, работницу предприятия, отправили в отпуск по уходу за ребенком»* (топ-менеджер, торговый дом «Мебель Шатуры»). Стоит отметить, что и здесь практикуются материальные бонусы, выплачиваемые при вступлении в брак, рождении или усыновлении ребенка. *«Значит, там же прописана некая сумма бонуса, которую получает молодая семья при рождении ребенка. У нас практикуются различные формы поощрения, т.е. различные бонусы для работников, которые вступают в брак. Это как денежные премии, подарки от предприятия, и дни к свадьбе какие-то там даются на медовую неделю, скажем так (смеется). Значит, то, что к ребенку дается премия, я уже сказал, соответственно, там прогрессивная шкала: при рождении второго ребенка дается еще какая-то сумма, при рождении третьего ребенка – большая сумма. Значит, что еще: если семья многодетная, у компании есть политика такая...: она должна обеспечить сотрудникам возможность трудиться и получать достойную зарплату. ... Все остальные свои проблемы ... того же обеспечения жильем семья, в принципе, должна решать как в цивилизованном государстве, т.е. за счет своей нормальной зарплаты. Но это как бы идеальная ситуация, понятно, что в нашем государстве, при нашем уровне жизни далеко не всегда это возможно, особенно для многодетных семей. Поэтому в исключительных случаях для многодетных семей компания может принять решение о покупке жилья»* (топ-менеджер, торговый дом «Мебель Шатуры»). Также практикуются ипотека и долгосрочные кредиты при поручительстве компании. *«В частности, молодожены... имеют право обратиться к предприятию за получением кредита. Точнее, ... кредит они берут в Сбербанке. У нас заключено стратегическое партнерство, ну а компания выступает поручителем, т.е. в этом случае не требуется никаких дополнительных поручителей, никаких сложностей, компания гарантирует возврат. Дается просто на раз любой кредит»* (топ-менеджер, торговый дом «Мебель Шатуры»). *«Чтобы помочь в решении квартирного вопроса молодым работникам, желающим улучшить свои жилищные условия, компания CBOSS строит для них жилой дом, тем самым, предоставляя перспективным молодым сотрудникам возможность заниматься любимым делом, не отвлекаясь на жилищные про-*

блемы. Жилищная программа CBOSS не является альтруизмом или филантропией. ... Эта программа имеет четкие цели: создание сплоченного, хорошо мотивированного коллектива, нацеленного на успешную работу»¹⁷⁵.

Проживание небольшого (а иногда, по сравнению с предприятиями первой группы, просто мизерного) числа работников в условиях ограниченного пространства «бок о бок» друг с другом позволяет менеджерам контролировать ситуацию и решать проблемы в индивидуальном порядке. «В нашей компании так сложилось, ... у нас вообще детей очень любят по жизни. Когда девушка собирается рожать, она спокойно уходит и сидит, и года 2, и сколько нужно, пока ребенка не поднимут» (президент консалтинг-центра «ШАГ»). В данной группе личные установки работодателей могут стать основанием для выбора того или иного типа решения. «Мы знаем компании, в которых владельцы высоко ценят семейные отношения, у которых замечательные жены, по 5, по 6 детей. У них нормальные такие культы семейных отношений, и для них семейные дела – это ценность. А в компаниях, в которых владельцы по 10 раз разведены и в высшей мере пренебрежительно относятся к семейным делам своим, имеет место прямая непосредственная проекция. И это нормально, это понятно. Поэтому, что должны и не должны – это вопрос опять-таки на уровне моральных обязательств. Есть люди верующие, они соблюдают Христовы заповеди. Есть атеисты, у них работают установки, которые папа с мамой воспитали» (президент консалтинг-центра «ШАГ»). Но, несмотря на это, серьезным основанием становится вопрос «экономической стоимости работников». Именно на этом уровне будет решаться вопрос о том, нужен ли компании работник со своими проблемами или от него лучше «избавиться». «Оставим в стороне личные установки. Понятно, что бизнес зависит от стоимости кадров. Вот консультанты – очень дорогие кадры, их нужно долго холить и лелеять, поэтому проще дожидаться специалиста, чем растить нового. Если это рынок на ВДНХ, то там гораздо проще прогнать кого угодно и из толпы жаждущих набрать еще» (президент консалтинг-центра «ШАГ»).

Характерной чертой третьей группы компаний является максимальная степень закрытости информации о том, что там происходит. Сюда относятся и предприятия, которые, нарушая законодательство РФ, заключают с работниками контракт, содержащий условия, запрещающие (под угрозой увольнения) им жениться или рожать детей раньше оговоренного срока. В неформальном разговоре сотрудник администрации одного из предприятий (закрытый исследовательский институт) рассказал мне о нарушениях Трудового кодекса, например, отказе принять на работу женщин репродуктивного возраста. Подтверждением нарушений на убыточных предприятиях служит включенное наблюдение журнали-

¹⁷⁵ Дорога к дому// <http://www.cboss.ru/cbossjobs/building.html>

стки из газеты «Комсомольская правда». Ярослава инкогнито работала ткачихой на Егорьевском хлопчатобумажном комбинате и жила в общежитии. Выбор предприятия был обусловлен не столько территориальной близостью предприятия к г. Москве, сколько трудностью поиска работы и дискриминацией. «Думала, отправлюсь в «мекку» российских ткачих - Иваново. Не тут-то было! Звоню на первую попавшуюся фабрику: «Хочу к вам ткачихой!» «Зачем?» - огорошила меня кадровичка. «Потому что интересно...» «А сколько вам лет? Детей нет?» «27. Детей нет», – соврала я, чтобы выглядеть повыгоднее с профессиональной точки зрения. «Понятно. Рожать едете», разоблачающе вздохнула тетя. «Да нет, работать вроде», – стушевдалась я. «Ой, да знаем мы! А потом через месяц в декрет уйдете. У нас таких умных пруд пруди. Работать не работали, а декретные получают»¹⁷⁶. Ярослава рассказывает о множественных нарушениях Трудового Кодекса РФ, например, увольнении беременных, отсутствии возможностей для посещения детьми сотрудниц детского сада, «нормальной» школы и др.

Выводы, полученные в ходе моего исследования, во многом предварительны. Однако уже сейчас можно говорить о том, что:

- Зачастую положительный ответ на вопрос о необходимости реализации компанией тех или иных социальных программ определяется не только желанием достичь неких положительных для компании внешних эффектов – позитивное влияние на рынок потребителей, акционерный капитал, создание положительной устойчивой репутации компании в обществе, содействие развитию интереса со стороны потенциальных инвесторов, повышение стоимости компании. Происходит и осознание того факта, что ценность человеческих ресурсов организации может и должна возражать с годами. А, следовательно, этому необходимо способствовать, в том числе и путем решения разнообразных социальных проблем, с которыми сталкиваются работники. Кроме того, проведение социальных программ, нацеленных на развитие персонала, охрану здоровья и обеспечение безопасных условий труда работников, является залогом того, что компании удастся привлечь на работу высокопрофессиональных специалистов, а, следовательно, обеспечить себе фундамент стабильной и успешной работы, залог конкурентоспособности;

- Многие российские компании готовы взять на себя груз социальной ответственности. Однако на пути у них часто стоят объективные и трудно преодолимые препятствия. Во многом причины, сдерживающие развитие социальной ответственности бизнеса, заключаются в неэффективной политике государства в области поддержки и поощрения социально ответственных компаний. Отсутствует или не развита законодательная база, которая бы регулировала такого рода деятельность организаций. Очень ярко характеризует взаимодействие среднего бизнеса с государством фраза из интервью «И. Государство, каким-либо образом

¹⁷⁶ *Танькова Я.* Как я была «девочкой фабричной» // <http://kp.ru/daily/23707/53033/>

стимулирует развитие программ, которые помогли бы родителям? Например, налоговые послабления? Р. Вы знаете, пусть государство выполняет две свои основные функции. Обеспечивает среду для развития бизнеса и не мешает каждому конкретному предприятию. А о своих работниках мы сами позаботимся» (топ-менеджер, компания CBOSS).

Следующим этапом изучения мною данной темы является анализ социальной политики предприятий и государства в восприятии молодых супругов, имеющих детей.