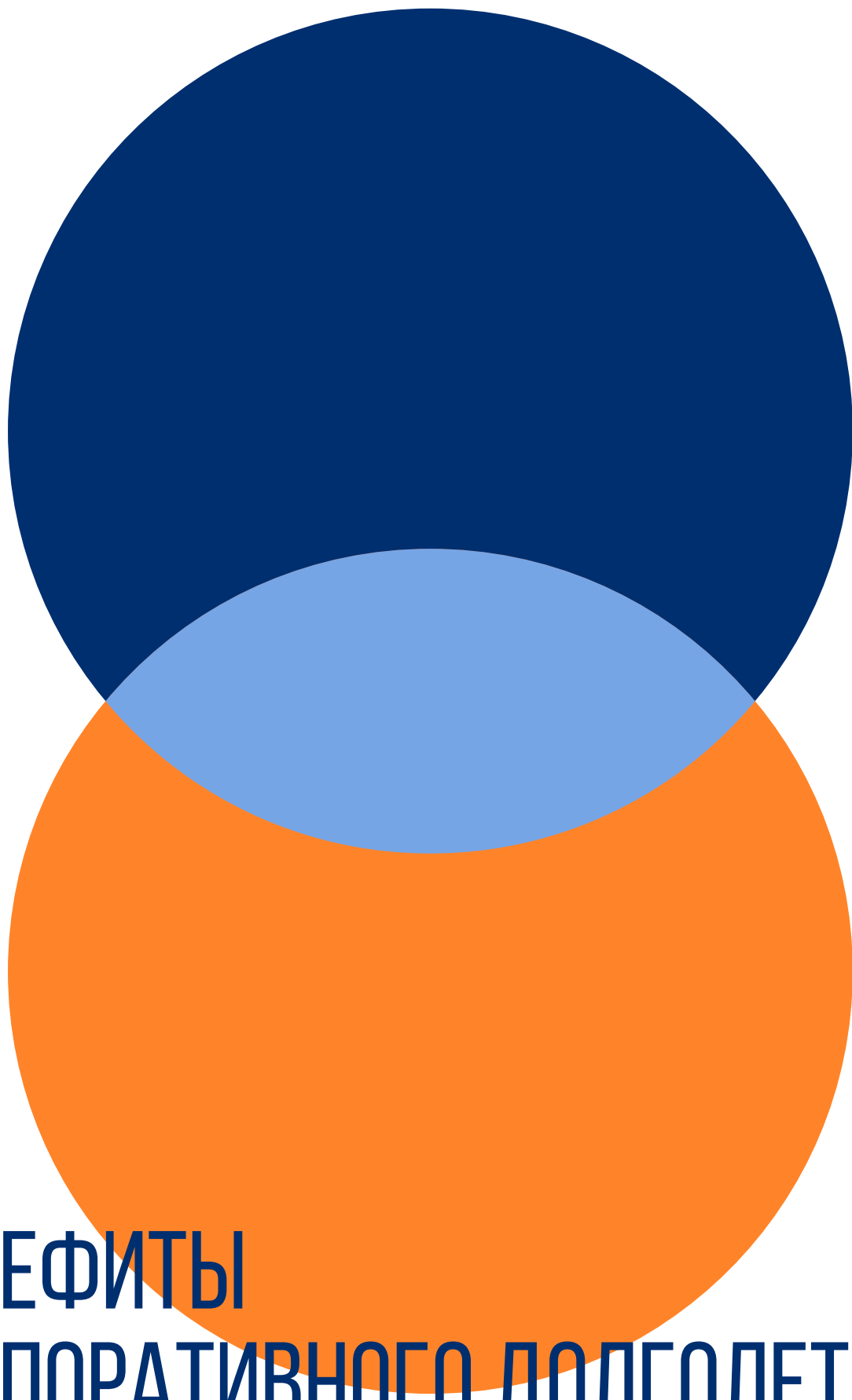




БЕНЕФИТЫ
КОРПОРАТИВНОГО ДОЛГОЛЕТИЯ:
ПОТРЕБНОСТИ, ВОЗМОЖНОСТИ, РЕАЛЬНОСТЬ



Remind – ведущий страховой брокер, консультант по рискам и персоналу. Опираясь на международный опыт, данные и отраслевые знания, уже 30 лет мы создаем эффективные решения, повышая устойчивость бизнеса и открывая возможности для роста. Более 150 экспертов Remind анализируют риски бизнеса, помогают выстроить страховую и перестраховочную защиту и получить страховое возмещение. Следуя принципам устойчивого развития и брокерской этики, Remind является страховым партнером крупнейших российских и международных компаний.

КРОССЛАЙФ



«Кросслайф» – ведущая платформа заботы о сотрудниках в России. Мы обеспечиваем системный подход к благополучию сотрудников и усиливаем HR-бренд компании по всему EJM (пути сотрудника), начиная с вовлечения и заканчивая удержанием талантов.

Среди наших клиентов такие компании, как «Самолет», Avito, S7, «Билайн», КРОК, «Ростелеком», «МТС», «СИБУР», «Газпромбанк», «Спортмастер» и многие другие.

В последние годы мы наблюдаем трансформацию мотивационных стратегий в управлении персоналом, которые все чаще становятся отражением бизнес-планов компании. Эффективность выбранных стратегий в долгосрочной перспективе может стать гарантом корпоративного долголетия.

Тренд на гиперперсонализацию и человекоцентричность в мотивации как фактор будущих побед в борьбе за лучшие кадры находит отклик у HR-лидеров. Следствием этого становится постепенный рост проникновения гибких льгот, кафетерия льгот и других форматов кастомизации EVP (Employee value proposition).

Наше исследование – попытка показать дополнительные возможности повышения гибкости и эффективности мотивационной HR-стратегии через развитие благополучия с опорой на потребности разных поколений и отдельного человека.

- ЧТО ВЫ УЗНАЕТЕ:**
- 01** Где «классические» подходы в формировании бенефитного пакета могут терять в эффективности?
 - 02** Есть ли разница в «благополучных» профилях поколений X, Y, Z у мужчин и женщин?
 - 03** Какие бенефиты помогут управлять благополучием сотрудников, работая на удержание?
 - 04** Какие шаги можно предпринять уже сейчас, чтобы мотивировать на долгую благополучную жизнь в вашей компании?

МЕТОДОЛОГИЯ

Страховой брокер Remind совместно с well-being платформой «Кросслайф» проанализировали «благополучные» профили фокус-группы, состоящей из более чем 2000 пользователей платформы в возрасте от 18 до 60 лет в разрезе пола и поколений¹:

X

40–60 лет

1964–1984 г.р

Y

22–30 лет

1985–2002 г.р.

Z

21 год и младше

2003–2023 г.р

Анализ проводился на базе данных:

- Индекса благополучия «Кросслайф» (ИБ), разработанного кафедрой «Психологического обеспечения профессиональной деятельности» СПбГУ при участии профессоров психологии и экспертов в области здоровья, финансового благополучия, питания и сна. Опросник для оценки ИБ использует результаты научных исследований Института Gallup, рекомендации ВОЗ и других международных институтов. Сотрудникам компаний – пользователям платформы «Кросслайф» – предлагается ответить на вопросы и получить свой ИБ. ИБ оценивается в % (100% – наилучший уровень благополучия) в общем и по сферам: Активность, Питание, Сон, Финансы, Эмоции, Социум.
- Аналитики предпочтений форматов и видов активностей на well-being платформе «Кросслайф».

В исследовании также используются:

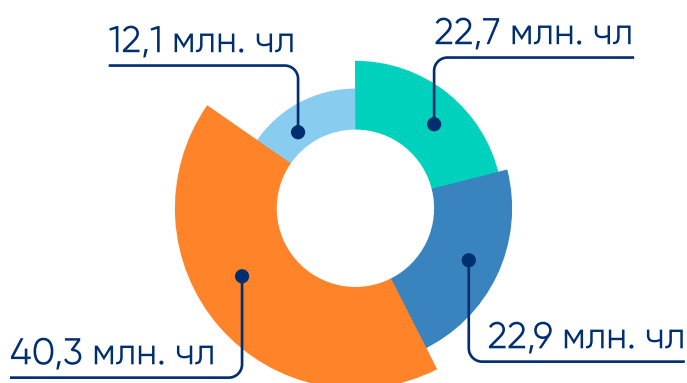
- выдержки из результатов обзора вознаграждений Remind в части корпоративных практик предоставления бенефитов;
- результаты совместного исследования Remind и Inbalansy по практикам корпоративных программ поддержки ментального здоровья;
- данные бенчмаркинга Remind по программам страхования персонала.

¹ Использованные границы поколений основаны на подходе Российской школы теории поколений (<https://rugenerations.ru/>). Анализ ИБ поколения Baby boomers (61–80 лет) не проводился в связи с недостаточной репрезентативностью выборки.

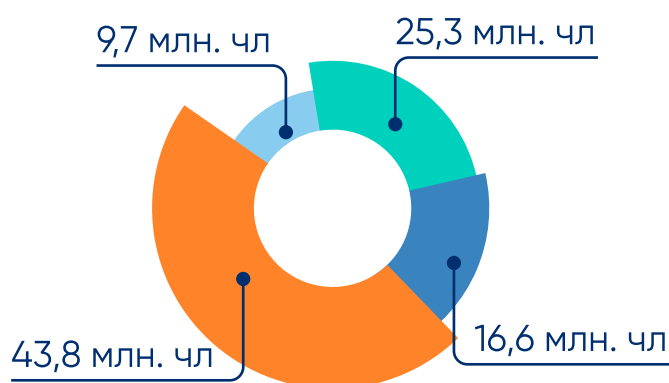
КЛАССИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ В ВЫБОРЕ БЕНЕФИТОВ И МАРКЕТПЛЕЙС БЕЗ ГАРАНТИЙ

Согласно аналитике Superjob² сейчас российский рынок достиг «дна демографической ямы». Новые сотрудники поколения Z будут выходить на рынок, но их прирост не сможет компенсировать сокращение числа работников других поколений. В совокупности с прочими факторами, это сулит российскому рынку труда сохранение кадрового дефицита в перспективе ближайших лет.

2024



2030



Возраст
трудоспособного населения

15 – 29	40 – 59
30 – 39	60 – 65

В связи с этим можно ожидать, что усилия компаний будут направлены по двум векторам:

- формирование EVP, которое будет достаточно привлекательным для сотрудников всех поколений
- поддержание и развитие благополучия сотрудников всех поколений как основы их эффективности, вовлеченности, лояльности.

В значительной мере эти усилия будут приходиться на сферу корпоративных льгот. Поэтому важность эффективного дизайна корпоративного пакета льгот приобретает дополнительное значение, которое еще больше усиливается устойчивым трендом на персонализацию.

² <https://www.superjob.ru/pro/5854/>

КАК РАБОТАЕТ СЕЙЧАС?

1. Предлагать то, что предлагает рынок

Пакет бенефитов формируется на основе льгот, предлагаемых конкурентами (по данным обзоров, аналитики консультантов, неформальных опросов коллег по цеху).

Ответственность за выбор льгот фактически перекладывается на рынок.

2. Предлагать то, что хотят получить сотрудники

Пакет бенефитов формируется на основе пожеланий сотрудников (по результатам организованных опросов или «стихийных» комментариев).

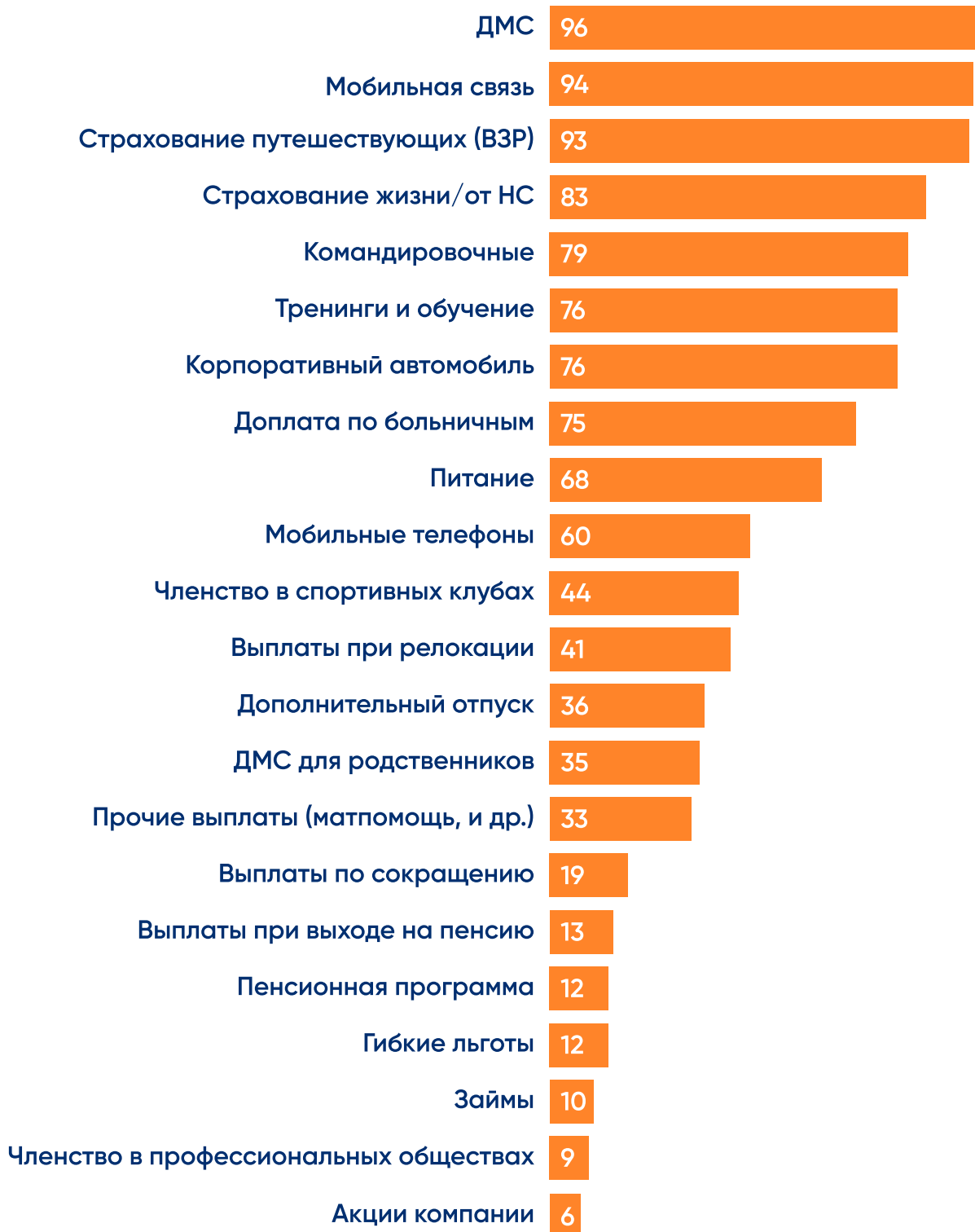
Часто такой подход становится основой «радикальной» версии гибких льгот (кафетерия льгот), где сотрудников «заливают» сотнями бенефитов на выбор.

Выбор льгот, на которые расходуется бюджет работодателя, отдается на откуп сотруднику. Эффективность набора льгот с точки зрения работы на выполнение HR-задач будет существенно зависеть от того, насколько сотрудник может определить свои истинные потребности и отличить их от сиюминутных желаний.

**БОЛЬШИНСТВО КОМПАНИЙ
ПРИДЕРЖИВАЮТСЯ КОМБИНИРОВАННОГО
ПОДХОДА, САМОСТОЯТЕЛЬНО ОПРЕДЕЛЯЯ
ТОЧКУ БАЛАНСА С УЧЕТОМ
СВОЕЙ HR-СТРАТЕГИИ**

ТИПИЧНЫЙ ДИЗАЙН КОРПОРАТИВНЫХ ЛЬГОТ

Льготы, предоставляемые работодателями³
(% компаний, предоставляющих бенефит)



³ По данным обзора вознаграждений Remind 2024

ТИПИЧНЫЙ ДИЗАЙН КОРПОРАТИВНЫХ ЛЬГОТ

Не всегда выбор работодателя совпадает с предпочтениями сотрудников.



В то же время, если судить по данным провайдеров и работодателей, работающих по модели гибких льгот, в таких системах у сотрудников наиболее популярны категории Спорт, ДМС, Обучение, Транспорт, Питание (не считая льгот, предоставляемых без возможности выбора/отказа).

Конкурентность и привлекательность пакета льгот (т.е. первый вектор усилий работодателя) можно оценить с помощью бенчмаркинга и опросов сотрудников. Однако эффективность пакета льгот с точки зрения развития благополучия для многих остается неопределенной в связи с отсутствием данных об истинных потребностях сотрудников в этой сфере.

⁴ На основе аналитики Antal

БЛАГОПОЛУЧНЫЕ ПРОФИЛИ КАК БАЗА ДЛЯ РАЗВИТИЯ EVR

Стремясь получить дополнительные данные для работы по поддержанию и развитию благополучия сотрудников, Remind и «Кросслайф» изучили показатели благополучия фокусгруппы из 2000+ пользователей платформы «Crosslife» на базе поколенческого подхода.

ЦЕННОСТИ⁵ И ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ НА ОСНОВЕ ИНДЕКСА БЛАГОПОЛУЧИЯ⁶

Каждое поколение имеет свои уникальные черты, базирующиеся на общих ценностях и влияющие на поведение, отношения, предпочтения в различных сферах жизни. Конечно, принадлежность к определенному поколению только частично формирует благополучный профиль сотрудника. Влияние оказывают также окружение, конкретная жизненная ситуация, жизненный опыт и множественные иные факторы.

Здесь поколенческий подход использован для типизации образов конкретных людей, выявления паттернов в разных сферах их жизни и благополучия и, следовательно, их объективных потребностях.

⁵ <https://rugenerations.su/2020/06/17/ценности-разных-поколений-в-россии-на-20/>

⁶ Характеристики и их интерпретация

ПРОФИЛЬ СОТРУДНИКА

ПОКОЛЕНИЕ X

1964–1984 г.р

ЦЕННОСТИ

Профессионализм
Уникальность
Свобода
Свобода выбора
Равноправие
Изменения как стиль жизни
Неформальность
Суперответственность
Личное общение

45 лет



Производственная
компания, г. Москва

Финансы

Лучше всех планирует семейный бюджет
и меньше всех пользуется кредитами

Социум

Меньше всех чувствует себя одиноким

Эмоции

Хуже всех справляется со своими
эмоциями, привык все держать в себе

Питание

Чаще остальных пьет алкоголь

Сон

Ложится каждый день в разное время, ночью
просыпается и встает не отдохнувшим

Видеоконтент⁷

Смотрит видео тренировки, но в целом
неактивно пользуется видеоконтентом

Живая активность в рамках корпоративной well-being программы⁸

С интересом участвует в активностях,
связанных с ходьбой, бегом,
сайклингом

⁷ На платформе предлагаются видеокурсы на темы: Активность, Питание, Сон, Социум, Финансы, Эмоции»

⁸ При наличии активностей в категориях: бег, боевые виды спорта, велосипед, водные типы активности, волонтерство, время с семьей, зимние виды спорта, игровые виды спорта, йога/ пилатес/ растяжка, медитация, обучение, плавание, тренажерный зал, фитнес, хайкинг, хобби, ходьба, экология.

ПРОФИЛЬ СОТРУДНИКА

ПОКОЛЕНИЕ X

1964–1984 г.р

ЦЕННОСТИ

Профессионализм
Уникальность
Свобода
Свобода выбора
Равноправие
Изменения как стиль жизни
Неформальность
Суперответственность
Личное общение

45 лет



Производственная
компания, г. Москва

Финансы	Волнуется о том, что в случае крупных непредвиденных расходов ее финансовое положение пошатнется
Социум	Не хватает времени на хобби
Эмоции	Не закичивается на негативных мыслях и вполне довольна собой, лучше всех соблюдает work-life balance
Питание	Радует себя сладким
Сон	Засыпает быстро, но спит мало
Видео контент	Самый активный пользователь видеотренировок и видео на тему эмоций
Живая активность в рамках корпоративной well-being программы	Участвуют в активностях по ходьбе, но меньше, чем все остальные. Может принять участие в беговых активностях на уровне с катанием на велосипедах. Не интересуется другими направлениями

ПОКОЛЕНИЕ Y

1985–2002 г.р

ЦЕННОСТИ

Позитив

Влиять и делать лучше
свою страну, мир

Современность

Визуальное качество

Быстро

Публичный успех

Быть на связи в сети

Партнерство



32 года

Производственная
компания, г. Москва

Финансы

Больше других мужчин испытывает стресс из-за нерешенных финансовых вопросов

Социум

Меньше всех участвует в общественных мероприятиях

Эмоции

Хуже всех соблюдает work-life balance

Питание

Не считает нужным уделять много внимания правильности питания

Сон

Засыпая, до последнего смотрит что-то на телефоне

Видео контент

В целом интересуется видеоконтентом немного меньше, чем X, но чуть больше интересуется видео на тему Питание и Социум

Живая активность в рамках корпоративной well-being программы

Больше всех участвует в активностях, связанных с ходьбой; в значительно меньшей степени — бегом и велосипедом. Не интересуется прочими активностями



31 год

Производственная
компания, г. Москва

ПОКОЛЕНИЕ Y

1985–2002 г.р

ЦЕННОСТИ

Позитив
Влиять и делать лучше
свою страну, мир
Современность
Визуальное качество
Быстро
Публичный успех
Быть на связи в сети
Партнерство

Финансы

Больше всех испытывает стресс из-за нерешенных финансовых вопросов

Социум

Хорошие отношения с семьей, друзьями, коллегами

Эмоции

Самая неуверенная в себе и тревожная, но готова вполне откровенно об этом говорить

Питание

Знает все про правильное питание, но регулярно срывается на сладкое и жареное

Сон

Перед сном обязательно просматривает ленту соцсетей

Видео контент

В целом интересуется видеоконтентом немного меньше, чем X, но чуть больше интересуется видео на тему Питание и Социум

Живая активность в рамках корпоративной well-being программы

Охотно участвует в активностях по ходьбе, менее охотно – по бегу, велосипеду, тренажерному залу.
Не интересуется прочими направлениями

ПРОФИЛЬ СОТРУДНИКА

ПОКОЛЕНИЕ Z

2003–2023 г.р

ЦЕННОСТИ

Приоритет науки
Вкладываться в искусство и творчество
Заботиться о здоровье всю жизнь
Безопасность
Дом и комфорт в нем
Семья – основа всего
Культура еды и вкуса
Разнообразие во всем
Любимое дело

20 лет

Продажи/поставки,
г. Москва



Финансы	Накоплений нет, часто обременен кредитами
Социум	Идеальные отношения с родными
Эмоции	Самый уверенный в себе и наименее тревожный
Питание	Меньше всех употребляет алкоголь
Сон	Днем много физической активности, поэтому, когда ложится спать, засыпает сразу
Видео контент	Меньше остальных интересуется видеотренировками. Видео контент на остальные темы интересует еще меньше. Совсем не интересуются видео на тему финансов
Живая активность в рамках корпоративной well-being программы	Довольно энергично вовлекается в активности по ходьбе, при этом практически нулевой интерес к прочим активностям

ПРОФИЛЬ СОТРУДНИКА

ПОКОЛЕНИЕ Z

2003–2023 г.р

ЦЕННОСТИ

Приоритет науки
Вкладываться в искусство и творчество
Заботиться о здоровье всю жизнь
Безопасность
Дом и комфорт в нем
Семья – основа всего
Культура еды и вкуса
Разнообразие во всем
Любимое дело

20 лет

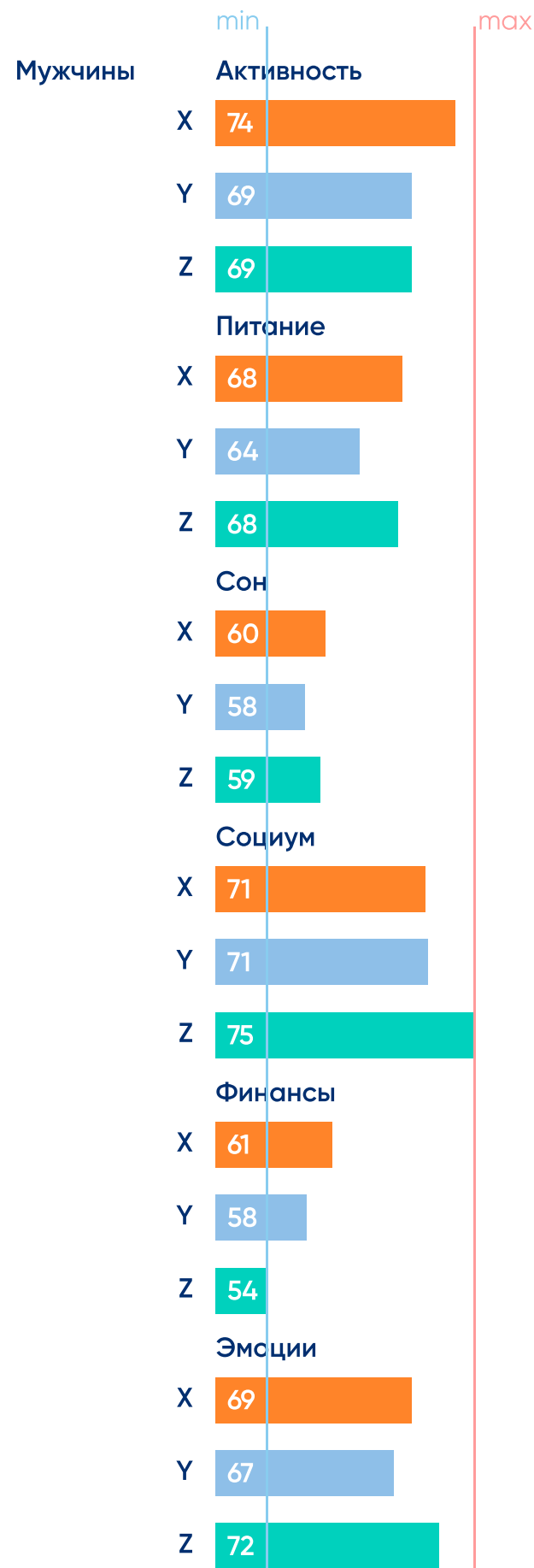
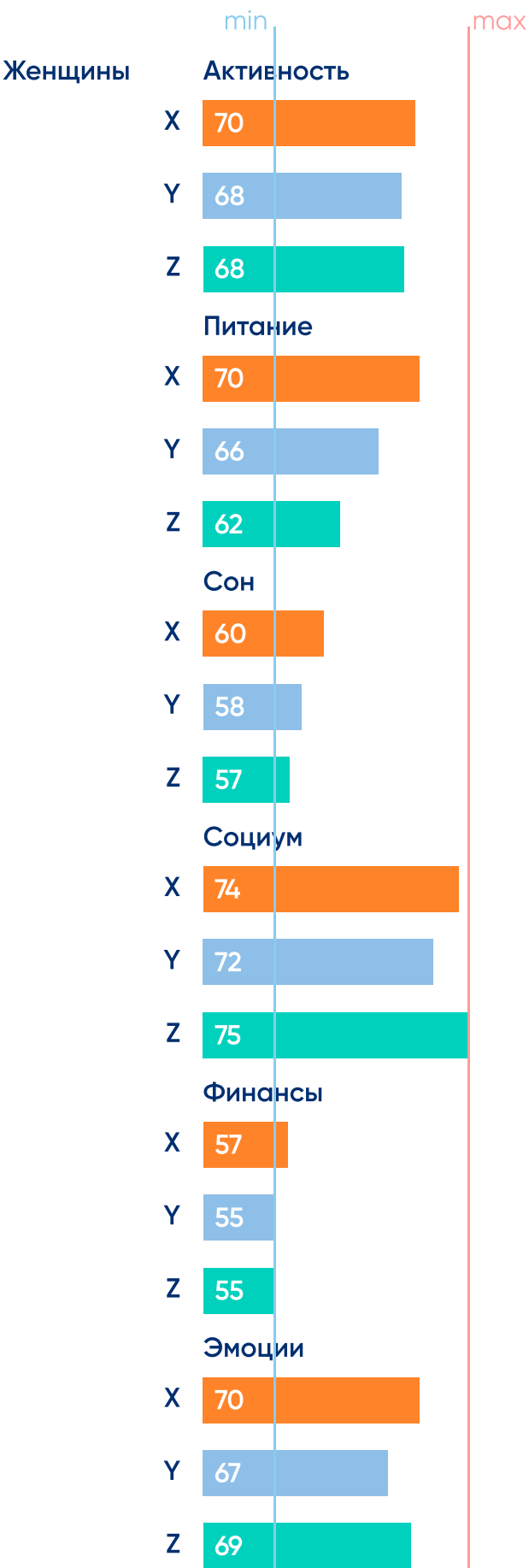


Продажи/поставки,
г. Москва

Финансы	Нет накоплений, но регулярно радует себя покупками за счет кредитов
Социум	Есть лучшая подруга, на которую всегда может положиться
Эмоции	Самая довольная собой и уверенная в себе среди женщин
Питание	Ест много сладкого и жареного, даже на ночь
Сон	Идет в кровать с телефоном и засыпает прямо с ним в руке
Видео контент	Из видеоконтента предпочитают видеотренировки и видео по теме эмоций. При этом пользуются видеоконтентом меньше всех остальных женщин. Совсем не интересуются видео на тему финансов.
Живая активность в рамках корпоративной well-being программы	Участвует в активностях по ходьбе наравне с женщинами Y. Практически отсутствует интерес к прочим активностям

ИНДЕКС БЛАГОПОЛУЧИЯ – ОБЩИЕ ЗОНЫ РИСКА

По результатам анализа индекса благополучия мы выделили две области благополучия, работа в которых одинаково актуальна для всех поколений: ментальное здоровье и финансовое благополучие.



ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ.

МОЛЧАНИЕ КАК ЗОНА РИСКА, СОН КАК ИНДИКАТОР СТРЕССА

Тема ментального здоровья все шире обсуждается на HR-конференциях, но еще не стала нормой для открытой дискуссии на рабочем месте и в обществе в целом.

Ответы на вопросы о ментальном здоровье и сопутствующим этой теме сервисам в рамках опросов сотрудников зачастую не отражают их реальной потребности, и причин тому несколько:

- стигматизация этой темы как причина «молчания»
- низкая информированность о сложностях, связанных с ментальным здоровьем, и способах работы с ними

ИНСТРУМЕНТЫ ОЦЕНКИ
ПЕРСОНАЛЬНЫХ РИСКОВ ПОЗВОЛЯЮТ
ПОДСВЕТИТЬ СЛЕПЫЕ ЗОНЫ ЧЕРЕЗ
ТОЧЕЧНУЮ ДИАГНОСТИКУ
ОТДЕЛЬНЫХ ЗОН БЛАГОПОЛУЧИЯ

ЭМОЦИИ НА ПРЕДЕЛЕ: 68 ИЗ 100

Женщины Эмоции

X 70

Y 67

Z 69

Мужчины

X 69

Y 67

Z 72

Несмотря на относительно высокий средний балл индекса благополучия в сфере «Эмоции», в ней есть зоны риска, характерные для всех поколений:

Зоны риска по мере убывания

● Незнание или нежелание помочь себе

? Я пользуюсь техниками саморегуляции (например, дыхательные техники, медитация или другое) при стрессе или после него.

● Заморозка эмоций

? Я откровенно говорю о своих чувствах и эмоциях с близкими людьми (друзья, родственники, партнеры, наставники).

● Накопление тревоги

? Я испытываю тревогу, которая разрушает мое душевное равновесие (благополучие).

● Дисбаланс как первый шаг к выгоранию

? Мне удастся поддерживать баланс между работой и личной жизнью.

Поколенческие антилидеры по управлению эмоциями

МУЖЧИНЫ X И Y

не умеют выражать свои чувства, что чревато накоплением стресса

мало делают, чтобы помочь себе обуздать стресс

ЖЕНЩИНЫ Y И Z

испытывают высокий уровень тревожности, не дающий жить продуктивно

не справляются с балансом работы и личной жизни

СОН В КРАСНОЙ ЗОНЕ: 59 ИЗ 100



Тема сна воспринимается нами намного легче, и отвечаем мы на вопросы про сон откровеннее, чем про отношения на работе или личный стресс.

С одной стороны, сон стоит на защите нашей стрессоустойчивости, обеспечивая адаптивные физиологические процессы, а с другой стороны, стресс приводит к изменениям в нашем организме, которые несовместимы с нормальным сном. То есть сон является одновременно и причиной, и следствием проблем с разными аспектами благополучия, особенно ментальными⁹.

Поэтому «плохие» показатели по сну при высоких показателях по ментальному здоровью (эмоциям), скорее всего, могут говорить о замалчивании реальных проблем.

По данным индекса благополучия, есть общий для всех поколений паттерн:

- Цифровая интоксикация как фактор нарушения режима сна
 - ? За два часа до сна я стараюсь не использовать телефон (планшет, ноутбук).
- Пренебрежение гигиеной сна
 - ? Мой последний прием пищи максимум за три часа до сна.
Я стараюсь лечь спать не позднее 23:00.
- Отсутствие ритуалов
 - ? У меня есть ритуалы перед сном, помогающие лучше засыпать.

Поколенческие антилидеры по управлению эмоциями

МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ Z

- не выпускают гаджеты из рук перед сном
- ложатся после 23 часов
- не успевают восстанавливаться во время неполноценного сна

«Красная зона» по сну отражает высокие риски для благополучия в целом, когда сбой физиологических механизмов восстановления формирует благодатную почву для реализации скрытой патологии.

⁹ Оригинальная статья опубликована [на сайте РМЖ \(Русский медицинский журнал\)](#)

КАК КОМПАНИИ УПРАВЛЯЮТ РИСКАМИ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ?

ГДЕ ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ БЕНЕФИТОВ?

Эффективный контроль рисков ментального здоровья в компании базируется на двух уровнях: организационном и индивидуальном.

Индивидуальный уровень – бенефиты и инструменты, предлагаемые сотрудникам компанией и ориентированные на профилактику и решение проблем, влекущих риски для ментального здоровья. По данным исследования страхового брокера Remind «Корпоративные программы поддержки ментального здоровья», компании только на половину используют потенциал возможных решений (25,5 из 50 баллов по результатам оценки Mental Health Program Score).

В топе предложений инструменты практической помощи:

- Персональные консультации психолога
- Горячая линия психологической поддержки

Большинство компаний игнорируют инструменты профилактики и комплексные программы, такие как Employee Assistance Program (EAP).

EAP – сервис, сердцевиной которого является персональное консультирование в краткосрочном формате по нескольким направлениям (психология, юриспруденция, финансы, коучинг, здоровый образ жизни и т.п.), его целью является решение конкретной проблемы.

В России проникновение программ поддержки сотрудников в бенефитный пакет повышается год к году. Если в 2020 году процент компаний, предоставляющих этот сервис был в среднем по РФ на уровне 17%¹⁰, то в 2024 году средний процент по рынку труда – уже 41%, в ИТ-секторе и телекоме доля выше – 61%¹¹.

¹⁰ Исследование ММВ Россия «Корпоративные программы благополучия»

¹¹ Исследование Remind «Корпоративные программы поддержки ментального здоровья»

КАКИЕ HR-ЗАДАЧИ РЕШАЕТ ПРОГРАММА ПОДДЕРЖКИ СОТРУДНИКОВ?

- увеличение продуктивного рабочего времени: повышение вовлеченности персонала
- снижение абсентеизма и презентеизма
- снижение затрат на привлечение и удержание сотрудников
- укрепление бренда ответственного работодателя
- сокращение текучести кадров

КАК ПОВЫШАЕТСЯ УРОВЕНЬ БЛАГОПОЛУЧИЯ СОТРУДНИКА?

- работа со стрессом: снижение напряженности и повышение стрессоустойчивости
- повышение продуктивности
- решение проблем, влияющих на удовлетворенность жизнью
- повышение личной эффективности и качества взаимоотношений

По данным опроса¹², отдельные отрасли больше, другие — меньше уделяют внимание инструментам практической психологической помощи, среди лидеров — финансовый сектор, хуже дела обстоят в отраслях с традиционно высокой текучестью, таких как индустрия гостеприимства. При этом практика показывает, что и среди этих отраслей психологические сервисы и комплексные программы заботы начинают завоевывать свою значимую роль в арсенале инструментов мотивации и удержания персонала.

¹² Опрос фармкомпании «Гедеон Рихтер» с HH.ru о психическом здоровье

THE CARLTON, MOSCOW



Глория Облитас Мендес
Директор по персоналу



Светлана Клячикова
Директор по развитию талантов
и корпоративной культуре

Внедрение программы поддержки сотрудников было долгожданным для нас проектом, так как сотрудники, работающие в индустрии сервиса, часто сталкиваются с эмоциональным выгоранием, стрессом и негативными эмоциями. Некоторые люди умеют «фильтровать» эмоции, некоторым сложнее с этим справиться, возможно, даже требуется помощь специалиста. Кроме того, у нас очень молодые сотрудники, которым нужна часто помощь в построении карьеры, выстраивании правильных отношений с руководителем и командой.

Корпоративная платформа благополучия закрывает эти две важные потребности. Первый месяц использования платформы превзошел наши ожидания, сотрудники получили 65 консультаций, а это более 2 консультаций в день, из которых 30 – это консультации психолога. По истечении четырех месяцев использования по-прежнему лидируют психологи, далее вторая по популярности услуга – это консультация юриста, затем одинаковое количество у финансового советника и ЗОЖ. Мы получаем положительную обратную связь по использованию платформы, сотрудники говорят об этом и, учитывая, что в нашей компании доступ к платформе мы предоставляем через 12 месяцев работы, ждут этого с нетерпением. Пример реальной ситуации из нашего опыта внедрения. Буквально за неделю до запуска сервиса мы столкнулись с ситуацией, когда сотрудник был на грани увольнения по причине высокого напряжения и темпа работы, рисков несоответствия ожиданиям руководства. Это довольная частая ситуация для нашей индустрии.

Мы предложили сотруднику возможность обращения за профессиональной помощью в программу. Сегодня, спустя почти 5 месяцев, этот сотрудник по-прежнему с нами и не планирует увольняться. Она благодарит нас за вовремя предоставленную помощь, ну, а мы, благодарны специалистам за то, что помогли нам удержать ценного сотрудника. Ради одного это уже стоило бы внедрить платформу.

В рамках работы **с выявленными по данным индекса благополучия рисками эмоционального благополучия** могут быть реализованы:

- Цифровые платформы для поддержки ЗОЖ (сон, питание, физическая активность)
- Обучение практикам осознанности, саморегуляции и медитации, предоставление доступа к цифровым сервисам для развития этих навыков
- Курсы первой психологической помощи (Mental Health First Aiders) – базовые знания о видах сложностей ментального здоровья, их проявлениях, инструментах самопомощи и навигации для получения практической поддержки

ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕНТАЛЬНЫХ БЕНЕФИТОВ ПОМОЖЕТ УЧЕТ ПОТРЕБНОСТИ РАЗНООБРАЗНОЙ РАБОЧЕЙ СРЕДЫ:

- предоставление разных видов практических и профилактических сервисов и форматов доступа к помогающим сервисам (личные консультации, телефонные консультации, онлайн-боты / приложения на базе ИИ и т.п.)
- расширение поддержки ментального здоровья за счет предоставления доступа в программу членам семьи

ДИЗАЙН ПРОГРАММЫ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ НА ИНДИВИДУАЛЬНОМ УРОВНЕ (ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ СОТРУДНИКА)¹³

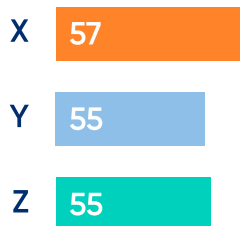
Индивидуальный уровень
(% компаний, предоставляющих инструмент)



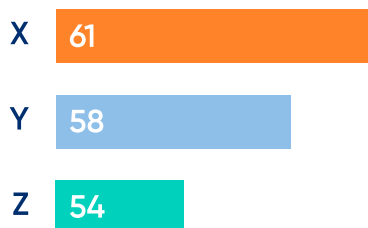
¹³ Исследование Remind «Корпоративные программы поддержки ментального здоровья»

ФИНАНСОВОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ. ОБЩИЙ «НЕЗАЧЕТ» И ГЕНДЕРНЫЙ ГЭП. 57 ИЗ 100

Женщины Финансы



Мужчины



Общие паттерны

- Финансовый стресс
 - ? Я испытываю стресс из-за не решённых финансовых вопросов
- Отсутствие накоплений и защиты от критических событий
 - ? По моим ощущениям, в случае непредвиденных обстоятельств, имеющейся у меня финансовой «подушки безопасности» должно хватить на срок...
- Низкий порог потери финансовой стабильности
 - ? Хороший подарок на свадьбу или день рождения друзей станет серьёзной нагрузкой на мой бюджет
- Высокие риски закредитованности
 - ? У меня появляется острая необходимость в увеличении своего дохода

Женщины X, Y, Z и мужчины Z – самые финансово уязвимые

- Не имеют достаточной финансовой «подушки безопасности»
- Более высокая потребность в заемных средствах для удовлетворения текущих жизненных потребностей
- Не удовлетворены уровнем доходов

Наиболее ярко гендерный гэп в удовлетворенности своим доходом проявляется на уровне поколения X, что закономерно. В XXI веке социальная модель женщины продолжает меняться: гендерные стереотипы относительно карьерных возможностей уходят в прошлое; женщина **все чаще самостоятельно** несет ответственность не только за быт и финансовое здоровье семьи, но и за социальное благополучие родителей; сильнее обостряются проблемы поколения «сэндвич». **Финансовое поведение поколения Z**¹⁴ – мало интересуются финансовыми составляющими их жизни, «зумеры» живут моментом и редко задумываются о будущем, плохо планируют свои расходы.

¹⁴ Сравнительный анализ финансовой грамотности среди поколений y и z в современных российских условиях

КАКИЕ БЕНЕФИТЫ ПОМОГАЮТ ЗАЩИТИТЬ ФИНАНСОВУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ?

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК БАЗА ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ

По данным исследования аналитического центра НАФИ, Россия заняла 9-е место среди 17 европейских стран по уровню финансовой грамотности среди европейских стран. Поэтому первое, что можно предложить, – формирование базы для принятия правильных решений в финансовом вопросе для каждого сотрудника:

- образовательные треки по финансовой грамотности с привлечением специализированных провайдеров
- доступ к консультациям по личным финансам как отдельный сервис или в рамках комплексной программы поддержки сотрудников

СТРАХОВОЙ ФАКТОР ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Критические события – то, что создает высокие риски потери личной финансовой стабильности: серьезное заболевание сотрудника или члена семьи, серьезная травма, ущерб имуществу. Практически на каждую из таких жизненных ситуаций есть страховое решение.

Страхование рисков, связанных со здоровьем, как правило, осуществляется с помощью работодателя как часть социального пакета. Поэтому от качества корпоративных страховых бенефитов зависит финансовая защищённость сотрудников. А от того, как компания сообщает сотрудникам наличие и преимущества корпоративной страховой защиты, зависит понимание ее сотрудниками и осознание ее ценности как бенефита.

Наблюдения Remind показывают, что качество страховой защиты в страховых льготах непрерывно улучшается в соответствии с развитием спроса со стороны работодателей и возможностей страховщиков:

- растут медианные страховые суммы по программам страхования от несчастных случаев и болезней, лечения критических заболеваний
- происходит расширение ДМС за счет включения покрытия по динамическому наблюдению, реабилитации, лечению серьезных заболеваний, дорогостоящих оперативных вмешательств и расходных материалов
- повышается инклюзивность страховых продуктов

Так, по данным бенчмаркинг-инструмента Remind Benefits¹⁵, проникновение покрытия дорогостоящих операций и стоимости расходных материалов, затраты на которые могут исчисляться десятками и сотнями тысяч рублей, увеличивается от года к году. При этом потенциал для расширения программы ДМС остается высоким.

Медицинские услуги	Варианты покрытия в ДМС	% компаний
Кардиохирургические операции, включая шунтирование и стентирование	покрываются в рамках экстренной и плановой госпитализации	63,1%
	покрываются в рамках экстренной госпитализации	33,1%
	не покрываются	3,8%
Нейрохирургия при травме, произошедшей в период действия договора	покрываются в рамках экстренной и плановой госпитализации	72,7%
	покрываются в рамках экстренной госпитализации	24,2%
	не покрываются	3,1%
Нейрохирургия при заболевании	покрываются в рамках экстренной и плановой госпитализации	59,2%
	покрываются в рамках экстренной госпитализации	19,2%
	не покрываются	21,6%
Расходные материалы при кардиохирургических операциях	покрываются в рамках экстренной и плановой госпитализации	7,4%
	покрываются в рамках экстренной госпитализации	76,4%
	не покрываются	16,1%
Расходные материалы при нейрохирургических операциях в случае травмы	покрываются в рамках экстренной и плановой госпитализации	15,4%
	покрываются в рамках экстренной госпитализации	65,2%
	не покрываются	19,4%
Расходные материалы при нейрохирургических операциях в случае заболевания	покрываются в рамках экстренной и плановой госпитализации	7,0%
	покрываются в рамках экстренной госпитализации	60,7%
	не покрываются	32,3%

¹⁵ Данные бенчмаркинг на основе портфеля Remind – общеиндустриальный обзор

Онкозащита – еще один важный элемент в структуре управления финансовыми рисками. Помимо потери трудоспособности на непрогнозируемый срок и, как следствие, потери дохода, возникают серьезные суммы затрат на лечение на фоне снижения доступности помощи по ОМС.

По данным провайдеров по программам лечения критических заболеваний средняя стоимость лечения онкологического заболевания в России **составляет 1,3 млн рублей**, при этом максимальные значения расходов по сложным кейсам могут быть в 5-6 раз больше.

За последний год отдельные страховые компании сознательно увеличили уровень страхового покрытия **с 6 млн до 10 млн рублей**, чтобы свести к минимуму ситуацию, когда выплаты не хватит для завершения лечения. Цена такого полиса на сотрудника – 2,5 тысячи рублей¹⁶, при этом продукт может быть кастомизирован под бюджеты разного уровня

ДЛЯ СРАВНЕНИЯ: ДРУГИЕ ФОРМАТЫ ПОДДЕРЖКИ В СЛУЧАЕ ДИАГНОСТИРОВАНИЯ РАКА УСТУПАЮТ В ЭФФЕКТИВНОСТИ:

- материальная помощь – суммы обычно не превышают 300 тысяч рублей
- страховые выплаты по страхованию от болезней – медиана 1 млн рублей
- онконавигация и психологические сервисы не дают решения под ключ

При этом статистика по заболеванию раком во всем мире и в России не оставляет сомнений, что потребность в качественном решении полного цикла в случае диагностики критического заболевания растет. А 73% компаний, которые уже внедрили программы лечения критики, определяют этот бенефит как инструмент долгосрочного удержания сотрудников и повышения их лояльности компании.

¹⁶ Медиана по портфелю Remind

REMINД: КОРПОРАТИВНАЯ ЗАЩИТА НА СЛУЧАЙ КРИТИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ



Вероника Севрюгова
Директор по персоналу

У нас средний возраст сотрудников – 38 лет, а средний стаж в компании – 8 лет. Наши сотрудники – уникальные эксперты, знания и опыт которых формируют ценность всей компании. Поэтому удержание и сохранение сотрудников – одна из ключевых HR-задач, а помощь и поддержка в сложных ситуациях – в культурном коде компании.

Когда мы запускали программу 8 лет назад, мы рассматривали ее как дополнительный инструмент защиты сотрудников на случай критических событий, полагая, что актуален он будет в большей степени для сотрудников, которые находятся в зоне более высоких рисков здоровья из-за зрелого возраста.

За время действия программы, к сожалению, ею воспользовались несколько сотрудников. При этом реализовались риски и у коллег в возрасте до 40 лет. И какое счастье, что у нас уже была данная программа! Ведь сотрудники не остались один на один со своей болезнью и пугающими диагнозами. Наличие такой программы позволило и позволяет не только морально поддержать своих коллег, но и делом подтвердить, что они важны и ценны Работодателю, проявив заботу об их здоровье. Сотрудники, столкнувшиеся с этой сложной ситуацией, благодарны компании, потому что такую защиту сложно переоценить.

Страховка позволила быстро найти нужных врачей, провести верификацию диагноза, организовать лечение и покрыть всю его стоимость. Сейчас коллеги делают необходимые скрининги и осуществляют динамическое наблюдение по страховке, и мы бесконечно рады, что они чувствуют себя здоровыми и продолжают работать с нами.

Здесь мы коснулись только отдельных элементов бенефитного пакета, которые позволяют управлять рисками финансовых потерь, формируя базу для уверенности в будущем. Немаловажную роль также имеет грамотное позиционирование страховых бенефитов как части работы по повышению финансовой грамотности и формирования ценности предлагаемых компанией решений.

ЧТО ДАЛЬШЕ?

Опираясь на принцип человекоцентричности, полезно было бы понять: кто тот человек, который стоит в центре?

И какого сотрудника вы хотели бы видеть?

Потребителя, который все время повышает свои требования и ориентируется только на свои краткосрочные желания здесь и сейчас. Тогда **маркетплейс без гарантий** – ваш выбор.

Созидателя, который синхронизирован с ценностями компании, понимает полезность предоставляемых льгот и бенефитов для его личного благополучия на протяжении всего жизненного цикла. **Разумная гибкость бенефитного пакета** на основе понимания реальных потребностей и ценностей – то, что надо.

На первый взгляд, ответ очевиден, но практическая реализация – это всегда клубок серых зон и множества неизвестных. Основная задача нашего исследования – посмотреть на вопросы бенефитного наполнения через призму персонализации благополучия, дать почву для дальнейших размышлений и предложить возможный план действий в этом направлении.

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

- Проводите оценку рисков благополучия персонала на основе валидных цифровых инструментов с опорой на аналитику по рынку
- Используйте данные о рисках для расширения EVP с фокусом на инструменты управления персональными зонами благополучия
- Ориентируйтесь на бенефиты с долгосрочным результатом для благополучия сотрудников
- Сделайте ревизию страховых бенефитов с оценкой качества и конкурентоспособности покрытия катастрофических рисков для жизни и здоровья сотрудников как с точки зрения финансового компонента, так и сервисной составляющей
- Выбирайте бенефиты, отвечающие интересам разных поколений и социальных групп и ценностям компании
- Используйте возможности цифровых платформ для получения данных о потребностях сотрудников и планомерного наджинга выбора сотрудников с пользой для благополучия
- Используйте цифровые платформы для анализа эффективности программ. Это поможет лучше адаптировать программы благополучия под особенности вашей компании при изменениях

ИДЕАЛЬНАЯ КАРТИНА: СИНЕРГИЯ И РЕЗУЛЬТАТ НА БАЗЕ ТРЕХ КАТЕГОРИЙ ИНТЕРЕСОВ

- Сотрудник понимает, что компания видит в нем ценность и знает о его персональных потребностях, получает то, что делает его сильнее и стабильнее.
- HR формирует таргетную систему мотивации с ценностным предложением на основе долгосрочных личных потребностей и целей сотрудников.
- Компания получает эффективное управление приоритетным ресурсом – персоналом, что формирует базу для корпоративного долголетия.



Telegram-канал Remind



Telegram-канал Кросслайф

АО «Страховой Брокер «Ремайнд»

127051, г. Москва, ВН.ТЕР.Г. Муниципальный округ Мещанский,
Цветной б-р, д. 2, помещ. 1Н

ООО «Кросслайф»

197136, Санкт-Петербург, ул. Бармалеева, д. 9 литера А, помещ. 2-н

Данный документ носит справочно-информационный характер и не должен рассматриваться как консультация. Документ является интеллектуальной собственностью АО «Страховой Брокер «Ремайнд» и ООО «Кросслайф». Дублирование, распространение или использование данного документа частично или полностью без предварительного разрешения АО «Страховой Брокер «Ремайнд» и ООО «Кросслайф» запрещено.