

Комфортная и безопасная рабочая среда как ключевой элемент опыта сотрудника и HR-бренда

ТАТЬЯНА КОЖЕВНИКОВА

2025

30 лет в бизнесе, из них 20 – в качестве HR директора, численность персонала в компаниях – до 300 тыс. чел.

Независимый директор, спикер, ментор, преподаватель в МГУ и РАНХиГС; руководитель программы «Развитие HR бренда» в ВШЭ
Эксперт Института экономики роста им. Столыпина П.А.

Более 5 лет опыта в качестве члена общественного совета «Роструда», экспертных советов при Правительстве РФ, АСИ, премий «HR бренд года», Effie, InterComm, Employer Brand Award, Team Awards, Employee Wellbeing Award, член совета по профессиональным квалификациям в сфере управления персоналом



Кожевникова Татьяна

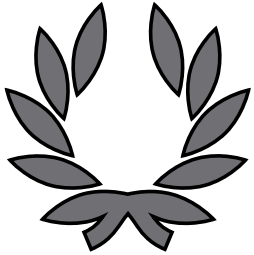
Кандидат экономических наук
Автор 5 книг по менеджменту



БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ: КАК ОЦИФРОВАТЬ ВЛИЯНИЕ НА БИЗНЕС-ПОКАЗАТЕЛИ

	ФИНАНСОВЫЙ ЭФФЕКТ
Снижение риска текучести	Экономия затрат на рекрутмент и адаптацию
Усиление бренда работодателя и рост eNPS	Повышение производительности труда и создание инновационных продуктов быстрее конкурентов за счёт привлечения лучших талантов на рынке по «разумной цене»
Высокая вовлечённость и сопричастность	- Рост производительности труда - Повышение качества продукта или сервиса, что позволяет удерживать и привлекать новых клиентов, а также увеличивать средний чек или объем продаж на каждого клиента. Рост клиентского NPS - Экономия ФОТ и прочих затрат на персонал за счёт снижения абсентеизма, производственного травматизма и общего уровня заболеваемости - Снижение риска коррупции, злоупотреблений, хищений и фрода, что, помимо прямого сохранения активов, экономит затраты на внутренний контроль и системы безопасности
Рост эффективности командной работы	Снижение «транзакционных издержек», связанных с недоверием между функциями компаниями, длительными совещаниями, согласованиями, внутренней бюрократией

ПОЧЕМУ КОМПАНИИ ИНВЕСТИРУЮТ В БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ?



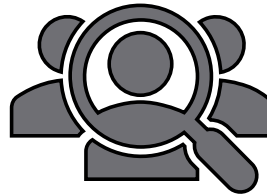
Лидерство и инновации*

- на **30%** более высокий уровень инноваций
- на **40%** лучше удерживают сотрудников
- обычно занимают **лидерские** позиции в своем сегменте*



Сокращение расходов**

- вакансии закрываются на **36%** быстрее
- количество рекомендаций кандидатов от сотрудников больше на **127%**
- компании со слабым брендом платят как минимум на **10%** больше



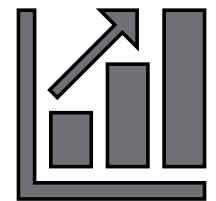
Качество персонала***

- **76%** топ-кандидатов отказываются от работы в компаниях со слабой культурой и брендом



Мотивация****

- риска ухода сотрудника в компаниях с сильным брендом **13,9%**, а со слабым - **48,4%**



Прибыль*****

- выручка выше в **2,4 раза**
- прибыль выше в **1,8 раза**

КУЛЬТУРА – ОПЫТ СОТРУДНИКА - БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ

Образ работодателя в глазах сотрудников и кандидатов
(ассоциации, чувства, эмоции, **субъективное** восприятие)



ДНК компании, принципы принятия решений и правила поведения
сотрудников (миссия и ценности)

ЭВОЛЮЦИЯ ОТНОШЕНИЯ К ЧЕЛОВЕЧЕСКОМУ ФАКТОРУ В БИЗНЕСЕ: ОТ ПОЛЬЗЫ К ОПЫТУ СОТРУДНИКА*



ПОЛЬЗА – работодатель предоставляет сотрудникам базовые инструменты для выполнения работы

Сотрудник - «крепостной»



ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ – работодатель оптимизирует работу для роста производительности

Сотрудник – источник прибыли для акционеров



ВОВЛЕЧЕННОСТЬ – работодатель узнает, что ценят сотрудники, и старается дать это

Сотрудник - стейкхолдер и партнер бизнеса



ОПЫТ – работодатель принимает долгосрочные меры и создает организацию для формирования позитивного опыта

Сотрудник – внутренний клиент



СОЗДАНИЕ ЦЕННОСТИ – работодатель привлекает сотрудников к владению компанией и созданию ценности

Сотрудник – инвестор



СОТРУДНИК как ИНВЕСТОР

Более **63 000** сотрудников «Норникеля» уже стали участниками программы «Цифровой инвестор», более **50 000** получили периодические выплаты, аналогичные дивидендным, в соответствии с условиями программы

<https://nornickel.digital/invest>



15% сотрудников – акционеры СБЕРа,
+70% новых акционеров СБЕРа среди сотрудников

ЧТО ТАКОЕ ЦИФРОВОЙ ФИНАНСОВЫЙ АКТИВ ?



Цифровой финансовый актив (ЦФА)

Это цифровое право на получение денежных выплат.

ЦФА – признаваемый российскими законами финансовый инструмент, использующий преимущества блокчейна.

ЦФА могут быть связаны с реальными активами: например, металлами, нефтью или акциями.

ЦФА можно покупать, продавать, обменивать, закладывать, дарить и передавать по наследству

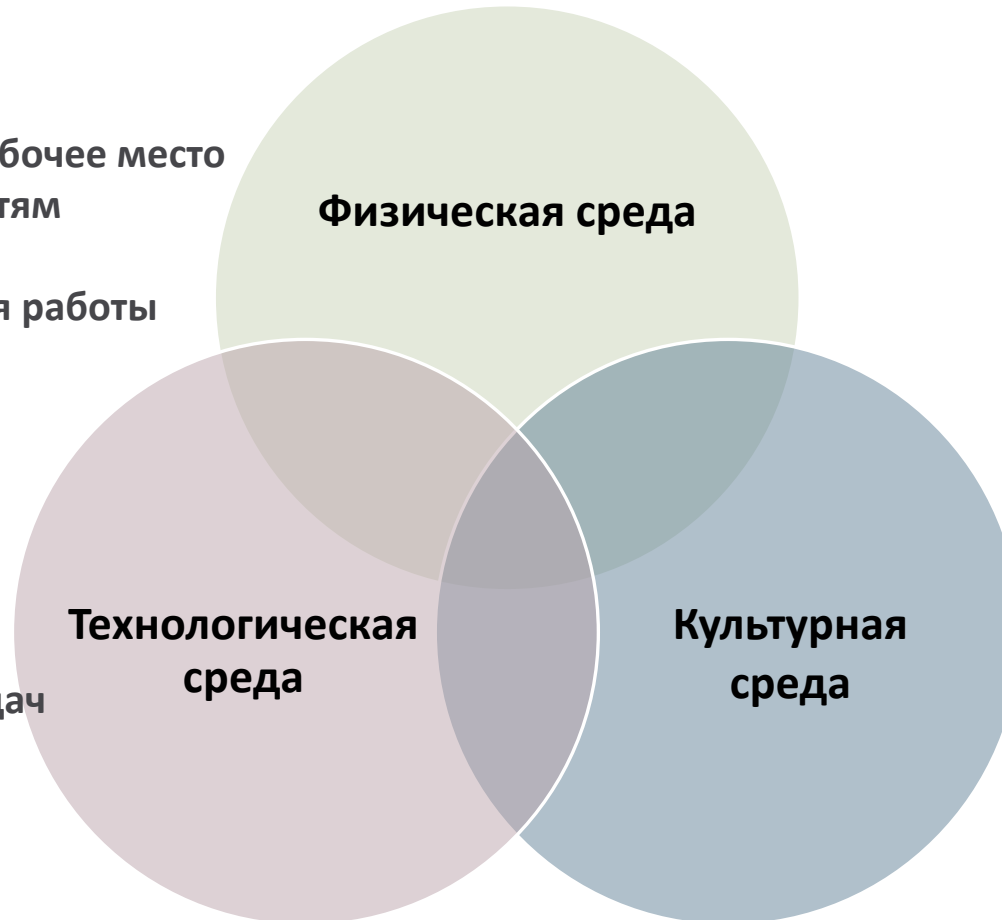
Блокчейн – это способ записывать и хранить цифровую информацию так, чтобы ее невозможно было подделать, удалить или изменить.

ДИЗАЙН ОПЫТА СОТРУДНИКА:

создание организации, где люди хотят работать, с фокусом на культурную, технологическую и физическую среду

- Желание показать рабочее место семье, друзьям и гостям
- Гибкость
- Различные опции для работы

- Автоматизация и роботизация рутинных и тяжелых/опасных задач
- Доступность технологий
- Уровень, аналогичный «клиентскому»



- Здоровье и благополучие
- Безопасность как ценность бизнеса
- Руководители как менторы
- Справедливое отношение
- Возможность обучаться и ресурсы для развития
- Разнообразие и включенность
- Чувство цели
- Ценность каждого сотрудника
- Позитивный образ компании во внешнем мире (HR бренд)

РАССКАЗ ВНЕШНЕМУ МИРУ ОБ HR-БРЕНДЕ ИДЕТ ЧЕРЕЗ ЦПР/EVP (ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ РАБОТОДАТЕЛЯ)



Дружный
коллектив

Работа на благо общества в системообразующей отрасли. Ответственность за экологию. Институт карьерных менторов.

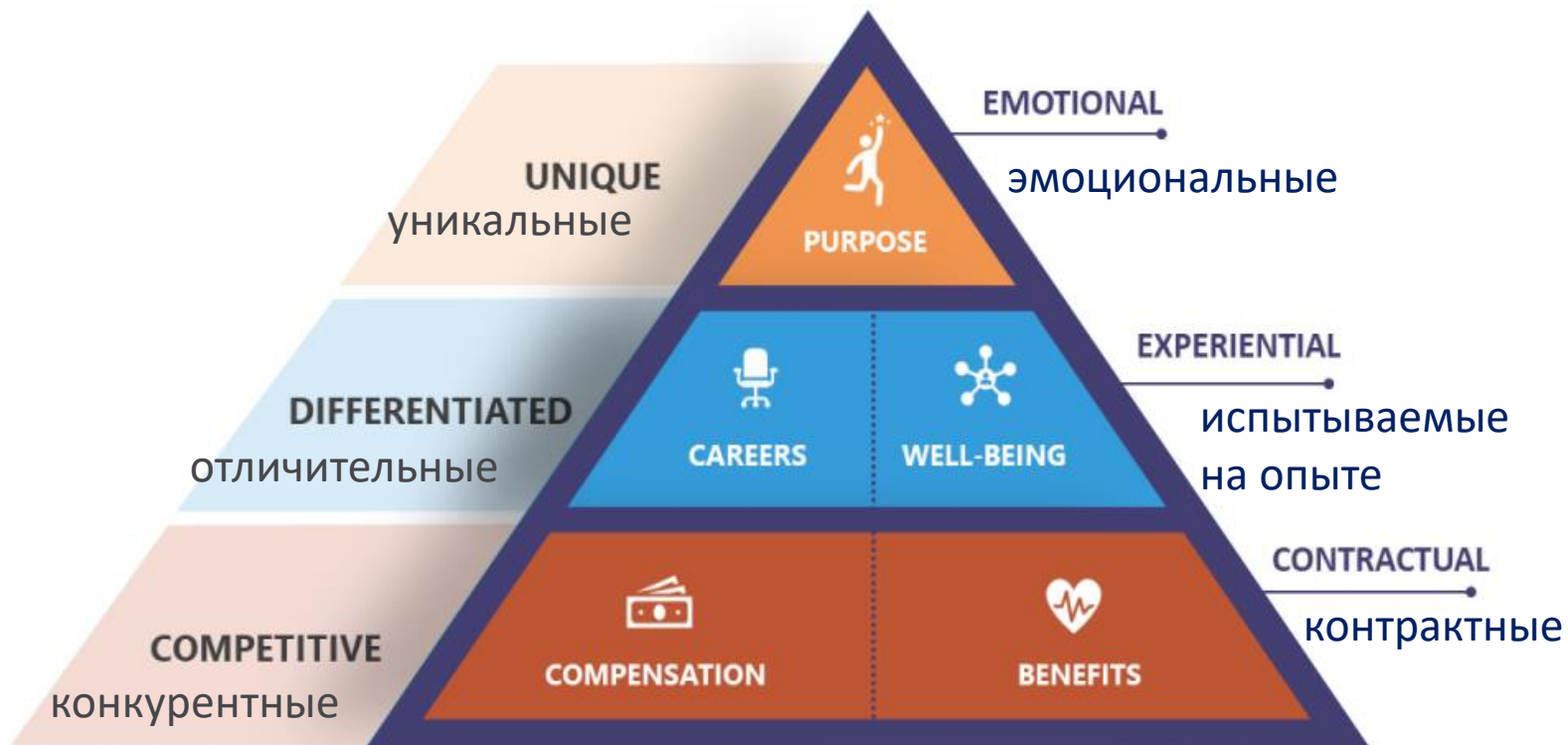
Возможности
карьерного
роста, гибкий
график

Корпоративный университет с кампусом в регионе присутствия. Санаторий-профилакторий, свой медицинский центр

Белая зарплата,
ДМС

Высокотехнологичная среда. Роботизация. Оплата обучения в вузе. Возможности получения жилья/ипотека. Корпоративная пенсионная программа.

КАК ИНТЕГРИРОВАТЬ БЕЗОПАСНОСТЬ В ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ РАБОТОДАТЕЛЯ?



Считаем человеческую жизнь и здоровье главными ценностями бизнеса и готовы ради них пожертвовать интересами других стейкхолдеров?

Делаем больше, чтобы дифференцироваться от конкурентов?

Делаем только то, что положено по закону?

КОММУНИКАЦИЯ ЦПР ЧЕРЕЗ ЭМОЦИИ

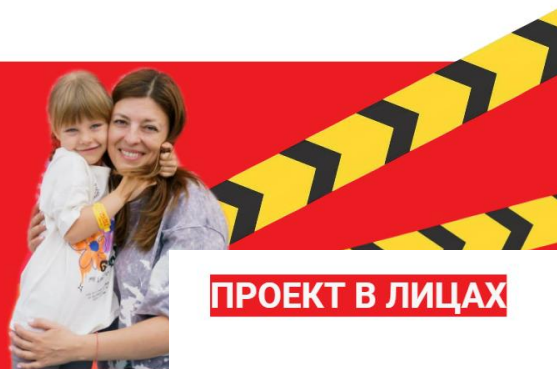
О ПРОЕКТЕ

ПЕТРОВИЧ

О безопасности можно говорить по-разному: развивать личную ответственность за безопасность или обсуждать несчастные случаи, когда уже поздно что-то изменить. Но стоит просто взглянуть в глаза детей, увидеть их переживания за родителей — и становится очевидно: ради их улыбок стоит надеть каску, очки, остановиться и быть внимательным.

“Мама и папа, мы вас любим!
Берегите себя, пожалуйста!” —
вот к чему призывают нас наши дети.

2 - 12



ПРОЕКТ В ЛИЦАХ

ПЕТРОВИЧ



12 - 12

Маленькие герои



о безопасности

СОТРУДНИК
КАК
КЛИЕНТ

15

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРИНЦИПОВ БЕЗОПАСНОСТИ ЧЕРЕЗ КАДРОВЫЕ ПРОЦЕССЫ



ЭЛЕМЕНТЫ HR-БРЕНДА ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНОЙ КОМПАНИИ

Мерч, мероприятия, конкурсы, модный офис, бесплатная еда, кофе, чай, соки, сообщества по интересам и прочие льготы

Возможность участвовать в принятии решений, доверие, уважение к личной жизни и разнообразию

Комфортная производственная среда, психологическая безопасность и отсутствие рисков для ментального здоровья

Уникальные и сложные задачи и проекты, которые создают интеллектуальный вызов, требуют приобретения новых компетенций и повышают employability специалиста

Коллеги и руководители, чей уровень стимулирует развитие, и общение с которыми приносит удовольствие

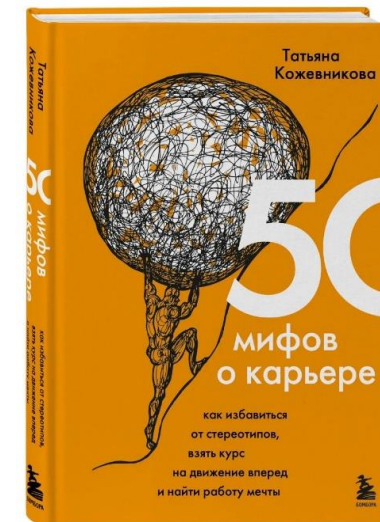
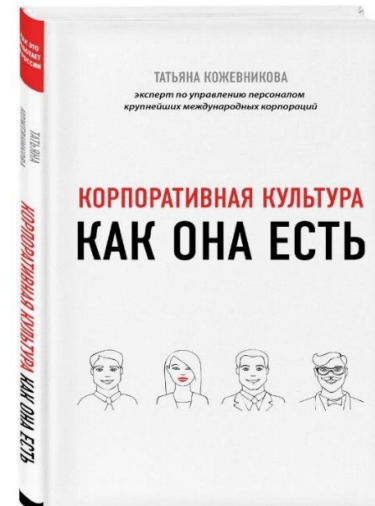
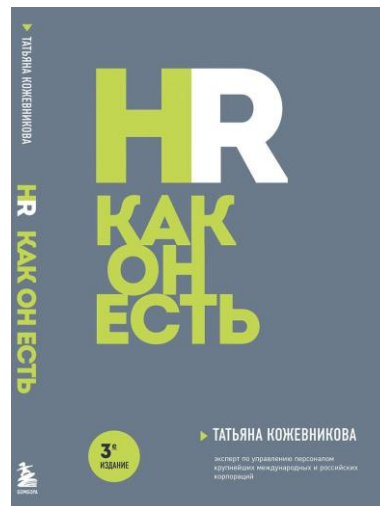
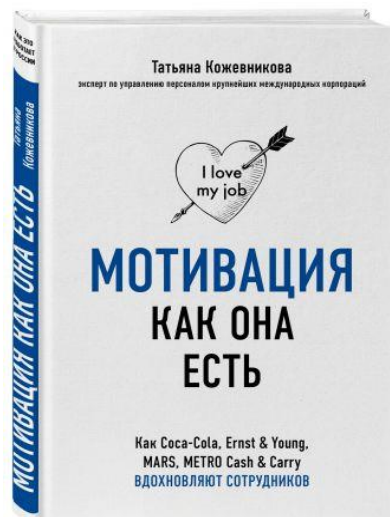
Влияние компании на мир, общество, благополучие людей и экологию (импакт)

Достойное отношение к персоналу альтернативных форм занятости (гиг-работники, подрядчики, фрилансеры)

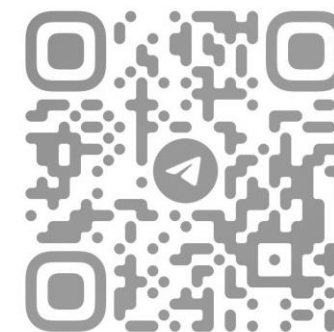
НОВЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ HR-БРЕНДА

УСТАРЕЛО	ТРЕНД
Корпоративные газеты и журналы с контентом, созданным внутрикомом или внешними подрядчиками	Контент, созданный самими сотрудниками (USG) в корпоративных соцсетях, каналах, чатах и сообществах
Коммуникация с внешним рынком труда через карьерные страницы, лендинги и сайты, разработанные профессиональными SMM-щиками	Коммуникация с внешним рынком труда посредством сотрудников-амбассадоров
Мрачные производственные цеха, окрашенные в темные, тусклые цвета	Яркие краски в производственных помещениях, современный индустриальный дизайн
Депрессивные офисы с кубиклами и переговорками, единственным украшением которых являются плакаты с миссией и ценностями	Офисы как произведение искусства и универсальное пространство для труда и отдыха
Корпоративные музеи с пыльными витринами, прославляющими великое прошлое	Интерактивные высокотехнологичные музеи, ориентированные на движение в будущее
Серьезные книги о компании	Комиксы/детские сказки/настольные игры о компании
Корпоративные вечеринки с танцами и алкоголем	Корпоративное волонтерство и социализация внутри сообществ по интересам
Информирование о правилах пром. безопасности через инструкции, скучные тренинги и репрессивные меры	Интерактивная коммуникация с помощью геймификации, видеоконтента, квизов, квестов и других эмоциональных средств
«Соцпакет», состоящий из многочисленных дорогостоящих льгот	Интегрированная программа благополучия, основанная на данных
Выступления сотрудников компании перед потенциальными кандидатами	Использование ресурса бывших сотрудников в качестве амбассадоров бренда (www.dreamjob.ru)

ВОПРОСЫ?



 hrkakonest@gmail.com
 hr_kakonest
 HR как он есть



@HR_KAKONEST

