

# HeadHunter: психологическая помощь стала востребованным запросом в соцпакете для сотрудников

В [vedomosti.ru/career/articles/2022/12/14/955239-psihologicheskaya-pomosch-sotrudnikov](https://vedomosti.ru/career/articles/2022/12/14/955239-psihologicheskaya-pomosch-sotrudnikov)

Час назад / Менеджмент

*Многие компании запланировали дополнительные меры социальной поддержки персонала*

Евгения Дубровина



АГН Москва

Большинству сотрудников российских компаний работодатели не предоставляют оплачиваемую программу психологической поддержки, говорится в исследовании сервиса HeadHunter. О ее отсутствии заявили 72% опрошенных.

Лишь каждому десятому респонденту доступны консультации корпоративного психолога – чаще остальных об этом заявляли сотрудники служб клиентской поддержки, сотрудники образовательных учреждений и госслужащие. Редкое распространение (по 5%) получили онлайн-консультации и горячая линия с психологом. При этом запрос на получение психологической помощи стал «самым ярким трендом» 2022 г. на рынке труда, сообщила «Ведомостям» руководитель службы исследований HeadHunter Мария Игнатова.

Компания изучила, какие меры и формы поддержки здоровья и благополучия (well-being) персонала были актуальны в 2022 г., какое внимание уделяется психологической помощи и программам карьерного развития. Исследование основано на двух независимых опросах, проведенных в ноябре, в них приняли участие свыше 2 000 работников и 220 представителей компаний-работодателей.

Эмоциональное здоровье вышло в абсолютные лидеры (68%) по важности наличия в соцпакете работодателя, отметила Игнатова. Чем моложе сотрудники, тем выше важность эмоционального здоровья: в возрастных группах 18-24 и 25-34 его отметили 77% и 72% опрошенных соответственно.

«Очевидно, что события текущего года и информационный фон оказывают негативное воздействие именно на молодых сотрудников», – считает аналитик. При достижении возраста сотрудника от 55 лет показатель важности эмоционального здоровья опустился до 52%, уступив лидерство физическому здоровью (57%) и комфортной рабочей среде (53%).

Помимо возрастных критериев большую роль играет профессия. Подавляющее большинство (доля выбора выше 70%) опрошенных представителей сферы искусства, массмедиа, науки и образования, маркетологов, госслужащих, HR-менеджеров, юристов, медиков, занятых в туризме и HoReCa поставили для себя фактор эмоционального здоровья на первое место по важности в соцпакете.

По данным HeadHunter, добровольное медицинское страхование (ДМС) остается наиболее распространенной составляющей программы заботы о здоровье в российских компаниях. О наличии дополнительной медстраховки у своего работодателя заявили 28% сотрудников. Наиболее часто ДМС обеспечивают компании банковской (76%) и IT-сфер (48%), занятые в сфере добычи сырья (53%). Максимальная доступность ДМС по регионам – у работников из Башкирии (39%), Москвы (36%) и Санкт-Петербурга (35%).

HeadHunter опрашивал сотрудников о разных составляющих программ well-being в их компаниях. Наименее распространены путевки (7%; при этом ими обеспечен практически каждый третий сотрудник нефтегазовой отрасли и госслужбы), телемедицина (6%; доступна почти каждому третьему сотруднику телеком-отрасли), лечение в корпоративных клиниках (4%), программы правильного питания (3%) и др.

Почти половина (48%) опрошенных работают без соцпакета или других форм поддержки со стороны работодателя.

Сравнение результатов опросов на данную тему в 2020 и 2022 гг. показывает «четкий тренд на расширение присутствия соцпакетов в компенсационных политиках и практиках компаний», рассказала Игнатова. Два года назад о наличии соцпакета у своего текущего работодателя заявлял лишь почти каждый четвертый (23%) из опрошенных, а в конце 2022 г. – уже каждый второй (52%).

«В кризисные периоды работодателям стоит помнить, что выбирая, куда вкладывать деньги – в повышение зарплат или в создание либо развитие социальных пакетов, нужно учитывать, что более высокая зарплата (даже повышение всего на 10-15%) для сотрудников более привлекательный фактор, чем соцпакет», – отметила эксперт. Согласно одному из опросов HeadHunter, меньше всего важно наличие соцпакета на новой работе тем, кому труднее всего искать работу, – молодежи, начинающей свою карьеру, и представителям возрастной группы старше 55 лет, сказала она.

По данным исследования сервиса «Работа.ру», в 2022 г. компании сократили большое количество расходов, при этом отказываться от бонусов большинство организаций не намерены. 71% работодателей предлагают своим сотрудникам дополнительные преимущества.

Чаще всего компании выплачивают сотрудникам премии (71%), оплачивают затраты на связь (54%) и транспорт (29%), проводят регулярные корпоративные мероприятия (39%), а также частично или полностью покрывают стоимость обучения (31%) или участия в профессиональных конференциях (28%), сообщил «Ведомостям» представитель «Работа.ру». 91% компаний планируют сохранить текущие бонусы и в 2023 г.

Об этом же говорят данные компании ANCOR. «Дополнительные премии у многих отменены в связи с финансовыми сложностями игроков рынка. А вот ДМС и льготы стараются не сокращать, а кастомизировать, вводя так называемый «кафетерий льгот», позволяющий работникам самим выбрать наиболее важные конкретно для них опции», – заявила «Ведомостям» заместитель генерального директора по корпоративному обучению ANCOR Татьяна Ваньчкова.



## **Трудности релокации: почему работа за границей незаконна**

**При переезде работник может столкнуться с самыми неожиданными сложностями**

**Мнения / Менеджмент**

Согласно исследованию ANCOR «Бизнес-планы компаний» в 2022 г., после начала специальной военной операции 58% работодателей запланировали ввести дополнительные меры поддержки сотрудников: 54% – помощь корпоративного психолога, 52% – проведение общих мероприятий, 21% – повышение квалификации или переквалификации, 7% – дополнительные премии, 7% – расширение ДМС, 4% – введение дополнительных льгот.

К концу года картина немного поменялась: основные опции поддержки персонала остались прежними, но сместились акценты, говорит Ваньчкова. С одной стороны, многие компании вынуждены экономить больше, чем планировали, в связи с затянувшимся экономическим кризисом. С другой – значительная часть сотрудников перешла на удаленную работу, в том числе из-за границы. «В итоге помощь корпоративного психолога по-прежнему остается чрезвычайно востребованным и, пожалуй, самым популярным вариантом поддержки, но значительная часть консультаций перешла исключительно в онлайн», – считает эксперт. Ваньчкова также отметила, что проведение общих очных мероприятий стало редкостью – «работодатели активно вспоминают пандемийный опыт проведения онлайн встреч, квизов, тимбилдингов и т. д.».

Работодатели не расширяют опции соцподдержки, но обращают внимание на уже существующие, подчеркивая, что они не отказываются от взятых на себя обязательств по заботе о коллективе и остаются надежными работодателями, говорит управляющий партнер кадровой компании UNITY Феликс Кутел. «Многие из тех, кто расширил пакет ДМС в пандемию, добавив в него дистанционные психологические консультации, информировали сотрудников о том, что им по-прежнему доступна эта опция», – отметил он.

Исследование HeadHunter показывает: помимо соцпакета сотрудники российских компаний ценят возможности карьерного роста – об этом заявила треть опрошенных (33%). Каждому четвертому (24%) доступны программы повышения квалификации, у каждого пятого (20%) есть наставничество и профессиональная переподготовка/обучение. Приоритетное приглашение на вакансии компании текущих сотрудников отметили в 10% случаев. Об отсутствии карьерных возможностей сказали 37% работников. Наиболее сильно карьерные возможности ограничены в строительных и ЖКХ-компаниях – об этом заявили свыше половины работающих в них.

«В этом году ДМС как опция соцпакета намного реже попадала «под нож», чем программы корпоративного обучения. Часть компаний, планировавшая внедрять новые обучающие модули, приглашать сторонних тренеров в компанию, временно отложила эти планы. Причиной стало не столько желание оптимизировать расходы, сколько непонимание того, на какие знания и навыки нужно сделать акцент в условиях неопределенности, когда ситуация на рынке быстро меняется», – говорит Кутел. В 2023 г. компании будут наверстывать упущенное и, определив вектор развития, делать больший акцент на обучение, уверен эксперт.

