

Объекты и оценки

 pr.mlg.ru/Article.mlg/ArticleDisplay/4968988/2678954734

16 мая 2024 г.



Фото: Air Astana

"ДК" продолжает серию статей, посвященных принципам ESG, и тому, какими темпами и насколько успешно они внедряются в казахстанских компаниях. В данном материале мы остановимся на таком аспекте устойчивого развития как S, который определяет, каким образом организация реализует концепцию УР в сфере social, в которую обычно входит социальная защита людей, обеспечение им достойных и комфортных условий труда, образования, включая гендерное равенство, инклюзивность, взаимодействие с партнерами, клиентами и т.д.

Социальный аспект является неотъемлемым компонентом целей устойчивого развития и ESG-повестки и включает все виды взаимодействия компании со своими сотрудниками и внешним контуром – клиентами, партнерами, поставщиками и местным сообществом. Принципиальную важность социальной деятельности – и не номинально-показной, а реальной, результативной, казахстанский бизнес осознал уже давно, видя, как от качества управления социальными рисками напрямую зависят финансовые показатели компании и ее конкурентоспособность на рынке.

Поэтому ставить социальный блок на самое видное место в стратегии развития своей организации или не ставить, вопроса нет. Есть вопрос: что сделать, чтобы соответствовать принципу S? Пока отечественный бизнес действует в этом

направлении так: инвестирует средства в улучшение трудовых условий работников, в социальные проекты, заботится об интересах партнеров и поставщиков, разумеется, осуществляет контроль качества и безопасности своей продукции. В социальную политику бизнес-структуры включают и корпоративную социальную ответственность (КСО) по отношению к обществу, которая непосредственно не связана с деятельностью компании.

Фактор S – в приоритете у казахстанских компаний

В каждой крупной и средней казахстанской компании, следующей путем ESG или только планирующей это, обязательно существует корпоративная социальная политика, которая включает действия руководства, направленные на охрану труда, профессиональное, интеллектуальное, профессиональное развитие коллектива и повышение престижа компании-работодателя.

Компания, еще не включившая в свою стратегию ESG-цели, но которая своевременно индексирует зарплаты, формирует для своих сотрудников социальные пакеты, инвестирует в здравоохранение и безопасность производственных процессов, предоставляет льготы, страхование и прочее в том же стиле, в принципе, уже на пути к тому, чтобы осознанно поставить перед собой задачи устойчивого развития, освоить формы ESG-отчетности, стандарты раскрытия ESG-информации и смело позиционировать себя как организацию, которая осуществляет свою деятельность, опираясь на принципы Целей устойчивого развития (ЦУР). У многих бизнес-структур Казахстана начало пути в ESG было именно таким – неуклонное следование принципам заботы об людях и экологии и большой багаж крупных, долгосрочных экологических и социальных проектов.

Ряд компаний Казахстана освоил одну из таких многочисленных граней фактора S, как социальные инвестиции – вложение финансов и прочих ресурсов в объекты социальной сферы. Здесь можно обратить внимание на такой инструмент, как социальные облигации: в данном случае выплаты инвесторам связаны с решением какой-либо социальной проблемы. Корпоративное волонтерство – еще один из аспектов фактора S – это добровольное участие в социальных программах сотрудников компаний при поддержке руководства организации в реализации проектов в сфере здравоохранения, экологии, образования и т.д.

Внешнее и внутреннее воздействие аспекта "S"

Аспект "S" обычно рассматривают с двух сторон – внутреннее воздействие организации и внешнее. Внутреннее воздействие – это охрана труда, включающая как промышленную безопасность, так и охрану здоровья, обучение, развитие сотрудников, программы социальной поддержки персонала и т.д.

Внешнее – это взаимодействие с населением, клиентами, поставщиками, подрядчиками. Промышленные предприятия, являющиеся градообразующими, нередко и внешнее, и внутреннее воздействие организации реализуют одновременно, так как часть населения – это и есть собственно сотрудники компании.



Аналитики, оценивающие качество и эффективность социальной деятельности компаний, рассматривают S-блок также с разных сторон: как организация влияет на общество, как взаимодействует с сотрудниками, клиентами и т.д.? Подобный метод оценки применяет компания PwC, проводя исследование "ТОП-50 лучших казахстанских компаний по раскрытию ESG-информации". Так, в категории "Общество" эксперты фокусируют свое внимание на социальных инвестициях и развитии региона присутствия, наличие и эффективность проектов в области благотворительности, корпоративного волонтерства, активность взаимодействия с местным населением.

В категории "Человеческий капитал" – оценивают степень совершенства системы охраны труда и промышленной безопасности, данные по травматизму и несчастным случаям, заработную плату сотрудников, наличие программ развития персонала и их эффективность, наличие программ по социальной поддержке. В таком параграфе блока S, как "Права человека и дискриминация", акцент делается на инклюзивности, гендерном и возрастном балансе, на том, существуют ли требования к контрагентам в области соблюдения прав человека и этичности ведения бизнеса.

Категория "Клиенты" предполагает оценку мероприятий по обеспечению качества и безопасности товаров и услуг, политики взаимоотношения с клиентами, этики продаж, обеспечения безопасности данных и реализации мероприятий в области финансовой грамотности.

В "Ответственном финансировании" анализу подвергается финансирование компанией социальных проектов, способствующих достижению целей УР. Когда те же потенциальные инвесторы хотят оценить то, насколько организация подвержена социальным рискам, то обращают внимание на наличие документов, которые демонстрируют цели и планы компании в отношении соблюдения прав человека, правила и принципы корпоративного поведения и деловой этики.

Бренд – как тренд

Одной из главных составляющих социального блока ESG, конечно же, является управление персоналом, и отечественные специалисты выявили в данной сфере ряд тенденций, которые в ближайшей перспективе могут оказать огромное воздействие, в том числе, и на темпы внедрения принципов ESG в организациях.

По их мнению, рынок труда Казахстана находится в позитивной динамике и своего пика еще не достиг, компании демонстрируют оптимистичный настрой на 2024 год, и большинство из них ожидает роста объемов бизнеса. И международные, и отечественные эксперты прогнозируют высокий спрос на рабочую силу, "давление" на бизнес-модели вследствие удорожания оплаты труда, будет ужесточаться конкуренция за таланты и навыки. В любом случае ситуация на рынке труда однозначно формирует тренд на человекоцентричность и повышение ценности человеческого труда. Исследовательские компании отмечают еще один яркий тренд – развитие бренда работодателя становится одним из главных приоритетов отечественного бизнеса в сфере управления персоналом.

Остановимся подробнее на этой тенденции, так как на фоне довольно острой нехватки специалистов и борьбы за таланты фактор восприятия работодателя стал играть ключевую роль. "В новой реальности, когда работодатели ежедневно сталкиваются с дефицитом кадров, бренд работодателя стал особенно важным и эффективным инструментом, позволяющим привлечь и удержать лучших специалистов на рынке. Во всем мире компании инвестируют большие суммы в создание и развитие собственного уникального HR-бренда. При грамотном подходе эти вложения полностью окупаются", – говорит Наталья Щербакова, директор по продажам и маркетингу ANCOR.

В 2023 году компания ANCOR провела масштабное исследование The Talentist, целью которого было выяснить, как казахстанцы воспринимают тот или иной бренд работодателя. В рамках данного проекта аналитики узнали предпочтения людей в отношении работы и занятости, ключевые критерии выбора компании для работы и тренды на рынке труда. По результатам исследования самыми привлекательными работодателями Казахстана были названы: ТШО, Air Astana и КПО. Определились

самые привлекательные работодатели и по отраслям: в автобизнесе это, например, Астана Моторс, Orbis Auto, Сильвер, в сфере добычи и обработки – KAZ Minerals, Алтыналмас, Казатомпром, в ТЭК – ТШО, КПО, КМГ.

Почему опрашиваемые высоко оценивают бренд какой-либо из казахстанских компаний? Что их впечатляет? Если взять пример компании Air Astana, то здесь респонденты оценили узнаваемость бренда, финансовую стабильность с премиями и бонусами, международные стандарты ведения бизнеса и управления персоналом, профессиональное обучение и развитие, заботу руководства о благополучии и сбалансированности жизни персонала. Важным для казахстанцев оказалась и приверженность компании принципам ESG. Гарантия долгосрочной занятости явилась тем, что привлекает казахстанских соискателей и в данной компании, и в других из тройки лучших по результатам исследования The Talentist.

Вообще для любых кандидатов в сотрудники крайне важен материальный фактор, и в этом направлении лучшие компании обязательно предлагают корпоративные пенсионные планы, обширный социальный пакет, медицинское страхование и т.д. Однако люди есть люди и для них важно, чтобы организация предлагала то, что будет радовать и сердце. Поэтому организации, отвечая на нематериальный запрос, поддерживают социальную активность сотрудников, поощряют их увлечения и интересы.

В компаниях, вошедших в тройку лучших работодателей Казахстана, – ТШО, Air Astana и КПО – очень развито волонтерство и взаимовыручка. Оказалось, что для некоторых потенциальных сотрудников – а это чаще всего профессионалы, которых единицы на рынке, или крепкие, редко меняющие место работы специалисты среднего звена – нематериальные факторы принципиально важны. Они уже достигли того уровня, когда материальное не застилает совершенно духовное, и это тоже тренд...

Не просто слова

Большинство работодателей в первую очередь уделяет пристальное внимание безопасности условий труда проектных и внутренних сотрудников, они активно инвестируют в повышение квалификации и переобучение своих текущих сотрудников, ищут новые таланты внутри компании, пытаясь, кстати, в том числе, получить важные для бизнеса компетенции без увеличения штата. Компании создают своего рода "биржи талантов", внимательно и системно работают с кадровым резервом. И вы увидите это из нижеприведенных примеров.

КазМунайГаз, например, активно работает со студентами и молодыми специалистами – много лет продолжается сотрудничество с учебными заведениями в регионах присутствия производственных объектов. КМГ вносит большой вклад в научно-исследовательскую деятельность, реализуя совместно с Атырауским университетом нефти и газа им. Сафи Утебаева программу подготовки молодых специалистов по узким специальностям для дальнейшего трудоустройства.

Казатомпром так же, как и КМГ, традиционно сотрудничает с отечественными вузами и колледжами страны, с зарубежными образовательными заведениями, в которые работники предприятий направляются на обучение за счет средств компании. Очень важным для страны является многолетнее сотрудничество Казатомпрома с КазННТУ им. К.И. Сатпаева, на базе которого создан первый и единственный в Казахстане Международный научно-образовательный центр атомной промышленности (МЕНОЦАП), где обучаются сотрудники компании и ДЗО, а также физические лица за счет средств недропользователей по приоритетным для атомной отрасли специальностям.

В рамках тиражирования программы "Жас Өркен", инициированной АО "Самрук-Қазына", компания еще в 2020 году запустила свою локальную программу развития молодых специалистов "Ізбасар", с целью возвращения талантливых лидеров с перспективой поэтапного карьерного роста на предприятиях Казатомпрома. У КТЖ в марте текущего года по 13 регионам страны стартовала передвижная школа внутреннего тренерства "Білім экспрессі", направленная на развитие личностно-деловых качеств работников линейного уровня и повышение культуры самообучающейся организации.

В этом контексте хочется упомянуть и деятельность в данном направлении банка Jusan – уже несколько лет он реализует проект Jusan Singularity, который готовит IT-специалистов для казахстанского рынка. Недавно эта IT-школа получила сертификацию от Apple на обучение iOS-разработчиков. В прошлом году Jusan Singularity запустил IT-курс для детей с особыми потребностями.

Стажировки в тренде

Аналитики в рамках исследования восприятия бренда работодателя The Talentist обратили внимание на такой интересный факт: в 2023 году 81% опрошенных компаний реализуют программы стажировок для студентов и выпускников, 56% респондентов отметили, что динамика количества стажерских позиций по сравнению с 2022 годом увеличилась, а 69% опрошенных кандидатов планируют проходить стажировку уже в ближайшее время. Одним из примеров, иллюстрирующих данную тенденцию отечественного рынка труда, является программа стажировок ведущего авиаперевозчика страны компании Air Astana, которую она реализует с 2018 года.

Целью программы является привлечение молодых кадров в индустрию авиаперевозок. К настоящему моменту ее прошли уже около 1000 стажеров. На данный момент стажировки действуют в таких департаментах авиакомпании, как "Наземная служба", "Финансы", HR, IT, "Маркетинг" и другие. Сроки стажировки зависят от выбранного департамента и составляют от трех до шести месяцев, но при ее успешном прохождении возможен ускоренный перевод в штат. За последний год почти 70% тех, кто прошел стажировку, получили работу в авиакомпании. Перевод в статус сотрудника осуществляется по итогам работы стажеров и зависит

от того, насколько они эффективно справляются с поставленными задачами, проявляют свои hard и soft skills. Особенностью данной программы является еще и то, что кандидата оценивают не только руководители, но и все коллеги.

С 2018 года в компании Air Astana успешно реализуется программа подготовки авиатехников, которая предоставляет возможность будущим авиатехникам получить международный сертификат и лицензию EASA Part 66 (лицензия Европейского агентства по безопасности полетов на выполнение работ по техническому обслуживанию воздушного судна), а также – качественное образование, перспективную профессию и построить карьеру в крупной компании.



Программа рассчитана на пять лет: в течение первого года будущие специалисты получают начальный практический опыт в сфере технического обслуживания воздушных судов, еще два года занимает теория по модулям PART-66 и сдача экзаменов, а также практическая работа по техническому обслуживанию бортов на аэродроме. При успешном окончании обучения кандидаты получают сертификат EASA Part 66 и затем два года практикуются в техническом обслуживании самолетов и получают международную лицензию инженера в соответствии со стандартами EASA.

В Air Astana также разработана уникальная программа по подготовке пилотов – Ab-Initio. Вне зависимости от пола и национальности любой гражданин Республики Казахстан в возрасте от 18 до 34 лет, в хорошей физической форме и с хорошими знаниями английского языка, физики и математики может поступить на программу, отучиться и получить высокооплачиваемую профессию в крупнейшей авиакомпании страны. Обучение проходит за счет авиакомпании в лучших летных школах Европы

(Испания, Ирландия, Финляндия). С 2008 года по этой программе обучились 270 кадетов. Таким образом закрывается дефицит авиационных кадров как в компании, так и по стране.

Подобные программы существуют почти у всех ведущих, конкурентоспособных компаний Казахстана, и каждая из них не только формирует, развивает и укрепляет собственный штат сотрудников, но и вносит весомый вклад в усиление трудового и интеллектуального потенциала страны.