

ФОРМИРОВАНИЕ ПЕРЕЧНЯ АКТУАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ МОСКОВСКОГО РЫНКА ТРУДА И КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ПУТЕЙ ИХ РЕШЕНИЯ

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ ВЕДУЩИХ СЕКТОРОВ МОСКОВСКОЙ ЭКОНОМИКИ

КОНТРАКТ №21-4468287 от 21.05.21

C:\Documents and Settings\trooper\Рабочий стол\456789.emf

**Москва, 2021**

**СОДЕРЖАНИЕ:**

[**I. КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ 3**](#_Toc73379709)

[**II. КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА 5**](#_Toc73379710)

[**III. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОСКОВСКОГО РЫНКА ТРУДА И СПОСОБЫ РАБОТЫ С НИМИ….. 6**](#_Toc73379711)

[**ПРИЛОЖЕНИЕ. СВОДНАЯ ТАБЛИЦА ИДЕЙ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ 1**](#_Toc73379712)

1. КЛЮЧЕВЫЕ **ВЫВОДЫ**

* По состоянию на май 2021 года эксперты выделяют **три ключевые проблемы рынка** труда города Москвы, в рамках которых **рекомендуется осуществлять коммуникационную работу и выстраивать диалог** между органами государственной власти, работодателями и профсоюзами города Москвы:

1. Отсутствие устойчивого диалога между работодателями, ВУЗами и органами государственной власти РФ, занимающимися кадровым обеспечением региона;
2. Несоответствии ожиданий соискателей реальным вакансиям;
3. Рост «цифрового прекариата».

* **Коммуникационные активности** в рамках первой и второй проблем **рекомендуется выстраивать в соответствии с тематическими линиями**[[1]](#footnote-1)**,** описанными в данному документе и систематизированными в Приложение№1 к данному документу «СВОДНАЯ ТАБЛИЦА ИДЕЙ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ».
* В рамках третьей проблемы не рекомендуется применять проактивный подход при выстраивании коммуникационной работы. **Проблема «цифрового прекариата» может быть неоднозначно воспринята обществом**, в связи с чем мы рекомендуем **освещать работу** по данному направлению точечно и только в том случае, если Департамент будет уверен в том, что публикация **не приведет к серьезным репутационным издержкам.**
* Все **коммуникационные активности** в рамках первой и второй проблем могут **реализовываться как по отдельности, так и совместно**, в зависимости от актуальных целей и задач. Однако мы рекомендуем, по возможности, отдавать предпочтение совместному варианту, так как он будет **способствовать формированию синергетического эффекта** и усиливать эффективность коммуникационной работы.
* **При выстраивании диалога** между органами государственной власти, работодателями и профсоюзами города Москвы **ключевую роль** инициатора и связующего звена рекомендуется **предоставить Департаменту труда и социальной защиты населения города Москвы**. Он, в свою очередь, может приглашать к участию в диалоге, а также реализации тех, или иных инициатив, другие заинтересованные стороны.
* **Наиболее эффективными форматами диалога** будут являться **регулярные встречи** представителей Департамента и заинтересованных стороны, в рамках которых могут **обсуждаться актуальные вопросы и происходить обмен информацией о проделанной работе.**

1. КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

В мае 2021 г. было проведено 5 экспертных интервью с представителями различных секторов московского рынка труда (банки, ритейл, технологические компании), представителями государственных структур, а также представителями ведущих HR-агентств и профсоюзов.

В цели данного исследования входили:

* Экспертная интерпретация результатов ранее проведенного комплексного качественно-количественного исследования (массового количественного опроса московских работодателей и широкого экспертного опроса представителей основных секторов городской экономики), прошедшего в январе-марте 2021 г.;
* Определение подходов к выстраиванию устойчивого диалога между государством, работодателями и профсоюзами по актуальным проблемам московского рынка труда и кадровому обеспечению;
* Выработка идей и предложений по коммуникационной работе с актуальными проблемами московского рынка труда.

1. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОСКОВСКОГО РЫНКА ТРУДА И СПОСОБЫ РАБОТЫ С НИМИ

Эксперты выделили **3 основные проблемы московского рынка труда**, наблюдаемые по состоянию на май 2021 года, в рамках которых **следует выстраивать диалог** между государством, работодателями и профсоюзами, а также **потенциально возможна коммуникационная работа:**

1. **Проблема №1. Отсутствие устойчивого диалога между работодателями, ВУЗами и органами государственной власти РФ, занимающимися кадровым обеспечением региона (Департамент труда и социальной защиты населения города Москвы).**

**Описание проблемы:** в подавляющем большинстве случаев стороны взаимодействуют друг с другом ограниченно и реактивно. Представители частных компаний практически не информируют о том, что у них сформировался тот, или иной кадровой запрос. Во многом данная ситуация обусловлена тем, что компании специфически подходит к процессу стратегического планирования человеческих ресурсов, в связи с высоким уровнем неопределенности на рынке: HR-департаменты руководствуются актуальной ситуацией, предпочитая гибкие инструменты по поиску сотрудников, нежели комплексные многолетние стратегии.

**Возможные способы решения проблемы:**

1. **Формирование «единой точки входа» по кадрам: синхронизация кадрового запроса работодателей и кадрового предложения вузов/СПО.**

Возможным операционным инструментом для формирования устойчивого диалога между работодателями, ВУЗами и органами государственной власти может стать аналитика «больших данных». Так, эксперты предложили оценивать жизненный цикл квалификаций, компетенций и трудовых функций в «реальном времени» с использованием моделей искусственного интеллекта (ИИ). Данные, агрегированные ИИ, будут собираться на единой цифровой платформе, доступной для общего использования всеми вышеперечисленными акторами трехстороннего диалога (Подробнее о методах системы агрегации смотри документ: «Исследование возможных подходов к планированию потребностей в профессиях и переобучению безработных с учетом структуры московского рынка труда»).

Однако сам факт появления подобной платформы без дополнительного информационного освещения ее работы, с высокой долей вероятности, не сподвигнет ни работодателей, ни ВУЗы, ни органы государственной власти к ее использованию. В связи с этим мы **рекомендуем предпринять ряд действий по позиционированию платформы для каждой из целевых аудиторий:**

**Важно:** коммуникационные задачи для всех целевых аудиторий в рамках данного блока будут идентичны –

**1. Проинформировать о том, что цифровая платформа существует**

1. **Сформировать положительное отношение к платформе**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Целевая аудитория** | **Линии позиционирования** | **Коммуникационные активности** |
| Работодатели (частные компании и государственные организации, работающие в Москве) | 1. Платформа – высокотехнологичная система, главная задача которой сформировать для работодателя максимально комфортную среду по поиску сотрудников   **Комментарий:** следует ожидать, что сам факт появления подобной платформы может быть воспринять работодателями с определенным скептицизмом. Участники рынка могут усмотреть в платформе попытку получить дополнительную информацию об их внутренней деятельности, отчетности и т. д. Дополнительным мотивом недоверия может послужить мнение, что платформа может быть технически несовершенна и испытывать проблемы в работе. | 1. Публикация материалов о создании платформы в СМИ и социальных сетях: официальные пресс-релизы + статьи, напрямую не аффилированные с создателями платформы 2. Комментарии от лица независимых экспертов 3. Публичные и непубличные мероприятия, направленные на выстраивание диалога между работодателями, ВУЗами и органами государственной власти и формирование у работодателей ощущения, что их мнение учитывается: круглые столы, стратегические сессии, экспертные обсуждения |
|
| ВУЗы | 1. Платформа – высокотехнологичная система, главная задача которой облегчить ВУЗам формирование образовательных программ с учетом реальных потребностей рынка 2. Платформа – высокотехнологичная система, которая позволит ВУЗам повысить аргументированность собственной позиции в диалогах с органами государственной власти   **Комментарий:** для ВУЗов должно быть очевидно, что платформа – это не инструмент дополнительного контроля за их деятельностью, задача которого получить рычаг влияния на систему формирования образовательных программ. | 1. Публикация материалов о создании платформы в СМИ и социальных сетях: официальные пресс-релизы + статьи, напрямую не аффилированные с создателями платформы 2. Комментарии от лица независимых экспертов 3. Публичные и непубличные мероприятия, направленные на выстраивание диалога между работодателями, ВУЗами, органами государственной власти и формирование у работодателей ощущения, что их мнение учитывается: круглые столы, стратегические сессии, экспертные обсуждения |
| Органы государственной власти | 1. Платформа – высокотехнологичная система, которая позволит органам государственной власти, отвечающим за формирование и реализацию стратегий развития рынка труда Москвы, повысить эффективность своей работы | 1. Публикация материалов о создании платформы в СМИ и социальных сетях: официальные пресс-релизы + статьи, напрямую не аффилированные с создателями платформы 2. Комментарии от лица независимых экспертов 3. Публичные и непубличные мероприятия, направленные на выстраивание диалога между работодателями, ВУЗами и органами государственной власти и формирование у работодателей ощущения, что их мнение учитывается: круглые столы, стратегические сессии, экспертные обсуждения |

1. **Проблема №2. Несоответствии ожиданий соискателей реальным вакансиям**

**Описание проблемы:** у подавляющего большинства соискателей в возрасте от 18 до 65 лет наблюдается следующая психологическая установка, являющаяся отголоском советского прошлого: «Государство обязано предоставить мне возможность для работы». При этом в 9 из 10 случаев соискатель не задумывается о том, что его профессиональные компетенции могут не соответствовать актуальному запросу рынка, в связи с чем государство, даже при всем желании, не может удовлетворить его потребности. Если же центр карьеры обращает на это его [соискателя] внимание и предлагает провести работу по корректировке компетенций, то последний сталкивается с разрывом устоявшегося шаблона, что приводит к ситуации психологического кризиса.

Следует отметить, что несмотря на то, что установка «Государство обязано предоставить мне все возможности для работы» характерна для всех соискателей, в разных возрастных группах она обладает определенной спецификой.

Так, студенты и выпускники ВУЗов в возрасте от 18 до 25 лет полагают, что сразу же после окончания учебы их должна ждать работа в индустрии 4.0. с зарплатой от 100 тысяч рублей[[2]](#footnote-2). Подобные ожидания обусловлены, прежде всего, двумя факторами:

1. **Отсутствие коммуникационной работы по формированию общественных ожиданий:** в качестве опоры в построение личного мировоззрения молодежь использует, в первую очередь, ту информацию, которая поступает с Запада – Netflix (и иные стриминговые платформы), компьютерные игры, рассказы путешествующих и/или живущих в Европе и США друзей и знакомых. При этом молодежь не проводит границу ни в отношении культурной специфики России, ни в отношении особенностей рынка труда в нашей стране. Доминирующим является мнение: «должно быть так как в Европе / США»
2. **Недостаток профессиональной ориентированности:** представление большинства студентов и выпускников ВУЗов о возможностях работы: профессии, компании, собственные компетенции и т. д. – существенно ограничены. Во многом это связано с тем, что на этапе старшей школы со старшеклассниками практически не проводится работа по помощи им в выборе карьерного пути. Формально профориентация существует и большинство школьников 10–11 классов ее проходят. Однако им приходится лишь сдавать 2–3 часовой тест, который показывает склонность к выполнению тех, или иных, видов работы. Тогда как с практическими аспектами работы они почти не сталкиваются

Также важно понимать, что под индустрией 4.0 в данном контексте понимаются как принципиально новые профессии (дизайнер эмоций, SMM и т. д.), так и цифровизация классических профессий (инженер, оператор станка и т. д.)

Для возрастной группы 45–65 лет представление об «обязанностях» Государства в отношении предоставления им работы заключается в:

1. **Уверенности в низкой лабильности рынка труда:** те специальности, которые были получены 30 лет назад должны быть актуальны и по сей день;
2. **Уверенности в собственных профессиональных компетенциях:** навыки, которые были получены в университете являются исчерпывающими в рамках той, или иной специальности и, вкупе с многолетним практическим опытом, не требуют дополнительного повышения квалификации.

**Возможные способы решения проблемы**:

1. **Внедрение системы сквозной непрерывной профориентации (начиная с детских садов и далее в течение всей жизни), углубление самой системы профориентации (развитие профильных классов, техноградов –возможность посмотреть на профессии изнутри).**

Речь, в первую очередь, идет о предоставлении жителям Москвы возможности знакомства с потенциальными профессиональными сферами с самых ранних лет. В качестве референсов эксперты предложили обратить внимание на модели «Технограда» и других образовательных комплексов, призванных позволить обучающимся получить практический опыт знакомства с той, или иной, специальностью.

При этом профориентация не должна заканчиваться в тот момент, когда подросток поступает в университет. Ее следует развивать на протяжении всей жизни, формируя у всех возрастных групп установку на то, что их обучение не заканчивается в ВУЗе, а продолжается в течение всей жизни.

Для этого мы рекомендуем предпринять ряд действий по коммуникационному сопровождению данных профориентационных программ:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Целевая аудитория** | **Коммуникационные задачи** | **Линии позиционирования** | **Коммуникационные активности** |
| Работодатели (частные компании и государственные организации, работающие в Москве) | 1. Продемонстрировать ценность профориентационных программ   **Комментарий:** в систему непрерывной сквозной профориентации работодатели могут быть включены как один из элементов обучения трудящихся после ВУЗов. Формирование на базе компаний комфортной образовательной среды (корпоративные университеты, курсы и мастер-классы для сотрудников, направленные на повышение их профессиональных навыков и другие активности) будет напрямую способствовать развитию у трудящихся установки о важности непрерывного образования. | 1. Программы обучения сотрудников – это вклад компании в собственное развитие   **Комментарий:** следует донести до работодателей мысль о том, что ресурсные затраты, вложенные в обучение сотрудников, будут способствовать росту компаний. С одной стороны это произойдет за счет постоянного развития навыков сотрудников, с другой стороны за счет психологической компенсации амбиций сотрудников и роста их лояльности к компании (сотрудник будет понимать, что компания готова вкладываться в него, заинтересована в его личном росте и успехе). | 1. Публикация материалов в СМИ и социальных сетях: о важности развития программ обучения в компаниях 2. Комментарии от лица независимых экспертов 3. Публичные и непубличные мероприятия, направленные на обсуждение проблемы непрерывного образования и, в том числе, важности программ обучения у работодателей: круглые столы, стратегические сессии, экспертные обсуждения |
| Трудящиеся / студенты | 1. Повысить заинтересованность трудящихся/ студентов в непрерывном образовании / сформировать положительное отношение к постоянному развитию своих профессиональных навыков   **Комментарий:** трудящиеся / студенты должны увидеть ту выгоду, которую они получат за счет развития своих профессиональных навыков. При этом важно ясно и просто аргументировать почему сам факт ежедневной практической работы не означает развития профессиональных компетенций трудящегося / студента | 1. Непрерывное образование – это повышение личной конкурентоспособности на рынке труда | 1. Публикация материалов в СМИ и социальных сетях: о важности развития программ обучения в компаниях 2. Комментарии от лица независимых экспертов 3. Работа с лидерами общественного мнения 4. Демонстрация личных историй успеха: трудящиеся должны видеть «живые» примеры того, как непрерывное образование способствует карьерному и финансовому успеху. При демонстрации данных историй рекомендуется применять подход storytelling |
| Образовательные организации (школы, ВУЗы) | 1. Подчеркнуть важность участия образовательных организаций в профориентационных программах   **Комментарий:** как в случае с работодателями коммуникация в отношении образовательных организаций должна быть, в первую очередь, направлена на их вовлечение в поддержку развития профориентационных программ. Образовательные организации должны увидеть ту выгоду, которую они, в конечном счете, получат при включение профориентационных курсов в учебный план. | 1. Профориентационные программы – это возможность для образовательных учреждений повысить качество трудоустройства выпускников, тем самым увеличив привлекательность учреждений как для абитуриентов, так и для органов государственной власти при принятии решения о выделении финансирования | 1. Публикация материалов в СМИ и социальных сетях: о важности для развития программ обучения в компаниях 2. Комментарии от лица независимых экспертов 3. Работа с лидерами общественного мнения 4. Демонстрация личных историй успеха: трудящиеся должны видеть «живые» примеры того, как непрерывное образование способствует карьерному и финансовому успеху 5. Публичные и непубличные мероприятия, направленные на обсуждение проблемы непрерывного образования и, в том числе, значимости программ обучения у работодателей: круглые столы, стратегические сессии, экспертные обсуждения |
| Органы государственной власти | 1. Сформировать у органов государственной власти положительное отношение к системе непрерывной профориентации | 1. Система непрерывной профориентации – позволит органам государственной власти, отвечающим за формирование и реализацию стратегий развития рынка труда Москвы, повысить эффективность своей работы | 1. Публикация материалов в СМИ и социальных сетях: о важности для развития программ обучения в компания 2. Комментарии от лица независимых экспертов 3. Работа с лидерами общественного мнения 4. Демонстрация личных историй успеха: трудящиеся должны видеть «живые» примеры того, как непрерывное образование способствует карьерному и финансовому успеху. При демонстрации данных историй рекомендуется применять подход storytelling 5. Публичные и непубличные мероприятия, направленные на обсуждение проблемы непрерывного образования и, в том числе, значимости программ обучения у работодателей: круглые столы, стратегические сессии, экспертные обсуждения |

1. **Внедрение программ психологической реабилитации для тех, кто переживает из-за потери статуса (выход безработных на менее престижную/более низкооплачиваемую работу)**

Психологическая реабилитация должна осуществляться по двум направлениям.

Первое – помощь тем, кто в недавнем прошлом потерял работу и оказался дезориентирован на рынке труда. Для них, по мнению экспертов, целесообразно реализовать программы персонального коучинга, направленные на преодоление первичного шока и повышения осознанности в принятии реалистичного предложения на рынке труда.

Взаимодействие с каждым безработным, в рамках данного подхода следует выстраивать, исходя из его индивидуальных особенностей (подробнее о программе персонального коучинга смотри документ: «Исследование возможных подходов к планированию потребностей в профессиях и переобучению безработных с учетом структуры московского рынка труда»).

Второе – за счет коммуникационной работы трансформировать ожидания безработных в отношении Государства и превратить установку «Государство должно предоставить мне работу» в установку «Я должен развивать свои компетенции для конкурентоспособности на рынке труда».

**Важно:** для проведения полноценной трансформации потребуется не один год. Тем не менее, это не означает что работа в данном направлении бессмысленна. Напротив, при постановке реалистичных целей и операционализации их по этапам, в обозримом диапазоне 5 лет вполне возможно повысить вовлеченность безработных в программы профессионального переобучения. Реалистичными целями, в данном случае, с нашей точки зрения являются: снижение негативного отношения безработных к программам переобучения / минимизация первичного шока от потери работы/ психологическая готовность к возможному несоответствию рынка труда и собственных ожиданий.

Внедрение программ психологической реабилитации мы рекомендуем сопровождать следующей коммуникационной работой:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Целевая аудитория** | **Коммуникационные задачи** | **Линии позиционирования** | **Коммуникационные активности** |
| Жители Москвы, лишившиеся работы | 1. Информирование о наличии программ психологической реабилитации   **Комментарий:** важно учитывать, что словосочетание «психологическая реабилитация» все еще обладает в России негативным эффектом. За счет этого ряд соискателей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, могут интерпретировать его принципиально неверно, посчитав, что вместо реальной помощи, на них пытаются «навесить ярлык» душевнобольных. Для того, чтобы этого не произошло мы рекомендуем делать упор на то, что программа психологической реабилитации направлена, прежде всего на борьбу со стрессом и является лишь частью помощи потерявшим работу – помимо психологической помощи, безработным также будут помогать за счет программ переобучения и поиска нового места работы   1. Формирование нейтрально-положительного отношения безработных к программам психологической реабилитации   **Комментарии:** люди, потерявшие работу, должны понимать, что главная цель программы реабилитации – помочь им как можно быстрее выйти из трудной жизненной ситуации, а не смириться с трудностями и продолжить в них жить | 1. Программа психологической реабилитации – это возможность в ситуации постоянно стресса, взять кратковременную паузу для конкретизации своих собственных мотивов и желаний      1. Программа психологической реабилитации – первая ступень по возвращению на рынок труда | 1. Публикация материалов о запуске и работе программ психологической реабилитации: официальные пресс-релизы + статьи, напрямую не аффилированные с организациями, являющимися операторами программ 2. Комментарии от лица независимых экспертов 3. Публичные мероприятия, направленные на повышение доверия жителей Москвы к программам психологической реабилитации: дни открытых дверей в организациях, реализующих программы реабилитации / мастер-классы и т. д. 4. Демонстрация личных историй успеха бывших безработных, которые успешно прошли программы психологической реабилитации и смогли трудоустроиться |
| Органы государственной власти | 1. Информирование о наличии программ психологической реабилитации      1. Повышение заинтересованности органов государственной власти, отвечающих за социальную политику в программах психологической реабилитации безработных | 1. Программа психологической реабилитации – эффективный инструмент по повышению вовлеченности возрастной группы 45–65 лет в рынок труда. Программа способствует снижению уровня социальной напряженности и повышению экономической эффективности региона | 1. Публикация материалов о запуске и работе программ психологической реабилитации: официальные пресс-релизы + статьи, напрямую не аффилированные с организациями, являющимися операторами программ 2. Публикация материалов в СМИ и социальных сетях: о важности развития программ психологической реабилитации 3. Комментарии от лица независимых экспертов 4. Работа с лидерами общественного мнения 5. Демонстрация личных историй успеха бывших безработных, которые успешно прошли программы психологической реабилитации и смогли трудоустроиться 6. Публичные и непубличные мероприятия, направленные на обсуждение проблемы психологической реабилитации: круглые столы, стратегические сессии, экспертные обсуждения |
| Профсоюзы | 1. Информирование о наличии программ психологической реабилитации      1. Формирование нейтрально-положительного отношения безработных к программам психологической реабилитации   **Комментарий:** представители профсоюзных организаций должны увидеть, что программы психологической реабилитации – это, в первую очередь, забота о правах тех, кто еще недавно являлся представителем трудового сообщества | 1. Программа психологической реабилитации – механизм, который направлен на соблюдение прав трудящихся даже в ситуации их сокращения и /или увольнения по тем, или иным причинам 2. Программы психологической реабилитации призваны помочь тем, кто потерял работу как можно быстрее вновь стать частью рынка труда | 1. Публикация материалов о запуске и работе программ психологической реабилитации: официальные пресс-релизы + статьи, напрямую не аффилированные с организациями, являющимися операторами программ 2. Публикация материалов в СМИ и социальных сетях: о важности развития программ психологической реабилитации 3. Комментарии от лица независимых экспертов 4. Работа с лидерами общественного мнения 5. Демонстрация личных историй успеха бывших безработных, которые успешно прошли программы психологической реабилитации и смогли трудоустроиться 6. Публичные и непубличные мероприятия, направленные на обсуждение проблемы психологической реабилитации: круглые столы, стратегические сессии, экспертные обсуждения |

1. **Рост цифрового прекариата**

**Описание проблемы:** пандемия COVID-19 в 2020 году и сопутствующий ей режим самоизоляции в Москве способствовали ускоренному развитию цифровых сервисов в столице. Наиболее часто используемым из них стала доставка. По состоянию на весну 2021 года жители Москвы могут заказать не только вещи из интернет-магазинов, но и еду из ближайших offline-магазинов и ресторанов, хозяйственные принадлежности и т. д.

Рост покрытия цифровых сервисов привел к увеличению количества курьеров и таксистов[[3]](#footnote-3). На первый взгляд данное обстоятельство кажется положительным фактором, способствующим снижению общего уровня безработицы. Однако при ближайшем рассмотрении все оказывается несколько сложнее: курьеры и таксисты в уберизированной гиг-экономике - является довольно близким аналогом люмпен-пролетариата XIX – начала XX века. Обоих роднит неквалифицированный труд, очень короткие горизонты планирования, отсутствие профессиональной гордости, неукорененность в социуме, фрустрация, которая при социальных потрясениях может потенциально перерастать в агрессию (Подробнее о данной проблеме смотри в документе: «Московский рынок труда\_Helicopter View 2.0\_20.02.2021»).

**Возможные способы решения проблемы**:

1. **Регламентация со стороны государства системы трудовых отношений для платформ-агрегаторов, аудит их рентабельности, чтобы оценить финансовую возможность агрегаторов обеспечивать соблюдение прав трудящихся (например, оплату отпусков и больничных).**

По состоянию на весну 2021 года взаимоотношения между платформами-агрегаторами и жителями Москвы, вовлеченными в работу на них, все еще не регламентированы должным образом. Несмотря на то, что диалог о юридическом закреплении их деятельности идет уже несколько лет. Основной проблемой текущего статуса агрегаторов является тот факт, что фактически они не являются работодателями в полном смысле этого слова: на них не накладывается никаких обязательств по соблюдению прав трудящихся (оплата больничных, отпусков, страховки и т. д.), при этом они забирают значительную часть доходов тех, кто через них работает (комиссия Яндекса, по состоянию на конец 2020 года, составляла 30%) и фактически монополизируют рынок (таксист или курьер формально не обязан работать через платформу-агрегатор, но большая часть потребителей сосредоточена именно там).

1. **Установление государством системы мониторинга и контроля, чтобы бизнес массово не принуждал сотрудников переводиться в самозанятые/ИП.**

Коммуникационная работа в рамках проблемы «цифрового прекариата» должна носить преимущественно косвенный характер и быть направлена, в первую очередь, на использование вышеописанных инициатив для повышения собственного репутационного капитала.

Так, в частности, Департамент труда и социальной защиты населения города Москвы может использовать данную тематику для формирования диалога с представителями профсоюзов.

При этом могут быть использованы следующие форматы:

* Экспертные круглые столы / Экспертные дискуссии, получающие соответствующее освещение в СМИ
* Комментарии и публикации в СМИ и социальных сетях по резонансным информационным поводам

**Важно:** при любом публичном упоминании проблемы «цифрового прекариата» следует быть очень осторожными. Несмотря на то, что данная тема волнует значительное количество жителей Москвы, она может спровоцировать рост негативного отношения к Департаменту труда и социальной защиты населения города Москвы. Жители столицы могут усмотреть в комментариях Департамента «неискренность», обвинить Департамент «в бездействии» (в том случае, если помимо публичных комментариев не будут предприняты никакие ощутимые для жителей города шаги)

Дополнительным фактором может служить недовольство самих платформ-агрегаторов, которые также могут спровоцировать и/или поддержать негативную информационную волну

Мы рекомендуем освещать работу по данному направлению и коммуникацию с представителями профсоюзов точечно и только в том случае, если Департамент будет уверен в том, что публикация не приведет к серьезным репутационным издержкам.

ПРИЛОЖЕНИЕ №1. СВОДНАЯ ТАБЛИЦА ИДЕЙ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ

В приложении приводится сводная таблица, которая содержит информацию об актуальных проблемах, способах решения и методах коммуникационной работы (целевые аудитории, коммуникационные задачи, линии позиционирования).

**Важно:** в таблице отсутствует ряд ключевых комментариев, которые присутствуют в основном тексте документе. В связи с этим перед использованием таблицы рекомендуется с ним ознакомиться.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Актуальная проблема** | **Способы решения** | **Целевые аудитории** | **Коммуникационные задачи** | **Линии позиционирования** |
| Отсутствие устойчивого диалога между работодателями, ВУЗами и органами государственной власти РФ, занимающимися кадровым обеспечением региона | 1. Формирование «единой точки входа» по кадрам: синхронизация кадрового запроса работодателей и кадрового предложения вузов/СПО | Работодатели (частные компании и государственные организации, работающие в Москве) | 1. Проинформировать о том, что цифровая платформа существует 2. Сформировать положительное отношение к платформе | * 1. Платформа – высокотехнологичная система, главная задача которой сформировать для работодателя максимально комфортную среду по поиску сотрудников |
| ВУЗы | 1. Платформа – высокотехнологичная система, главная задача которой облегчить ВУЗам формирование образовательных программ с учетом реальных потребностей рынка 2. Платформа – высокотехнологичная система, которая позволит ВУЗам повысить аргументированность собственной позиции в диалогах с органами государственной власти |
| Органы государственной власти | 1. Платформа – высокотехнологичная система, которая позволит органам государственной власти, отвечающим за формирование и реализацию стратегий развития рынка труда Москвы, повысить эффективность своей работы |
| Несоответствии ожиданий соискателей реальным вакансиям | 1. Внедрение системы сквозной непрерывной профориентации (начиная с детских садов и далее в течение всей жизни) | Работодатели (частные компании и государственные организации, работающие в Москве) | 1. Продемонстрировать ценность профориентационных программ | 1. Программы обучения сотрудников – это вклад компании в собственное развитие |
| Трудящиеся / студенты | 1. Повысить заинтересованность трудящихся/ студентов в непрерывном образовании / сформировать положительное отношение к постоянному развитию своих профессиональных навыков | 1. Непрерывное образование – это повышение личной конкурентоспособности на рынке труда |
| Образовательные организации (школы, ВУЗы) | 1. Подчеркнуть важность участия образовательных организаций в профориентационных программах | 1. Профориентационные программы – это возможность для образовательных учреждений повысить качество трудоустройства выпускников, тем самым увеличив привлекательность учреждений как для абитуриентов, так и для органов государственной власти при принятии решения о выделении финансирования |
| Органы государственной власти | 1. Сформировать у органов государственной власти положительное отношение к системе непрерывной профориентации | 1. Система непрерывной профориентации – позволит органам государственной власти, отвечающим за формирование и реализацию стратегий развития рынка труда Москвы, повысить эффективность своей работы |
| 1. Внедрение программ психологической реабилитации для тех, кто переживает из-за потери статуса (выход безработных на менее престижную/более низкооплачиваемую работу) | Жители Москвы, лишившиеся работы | 1. Информирование о наличии программ психологической реабилитации 2. Формирование нейтрально-положительного отношения безработных к программам психологической реабилитации | 1. Программа психологической реабилитации – это возможность в ситуации постоянно стресса, взять кратковременную паузу для конкретизации своих собственных мотивов и желаний 2. Программа психологической реабилитации – первая ступень по возвращению на рынок труда |
| Органы государственной власти | 1. Информирование о наличии программ психологической реабилитации      1. Повышение заинтересованности органов государственной власти, отвечающих за социальную политику в программах психологической реабилитации безработных | 1. Программа психологической реабилитации – эффективный инструмент по повышению вовлеченности возрастной группы 45–65 лет в рынок труда. За счет чего удается снизить уровень социальной напряженности и повысить экономическую эффективность региона |
| Профсоюзы | 1. Информирование о наличии программ психологической реабилитации      1. Формирование нейтрально-положительного отношения профсоюзных организаций к программам психологической реабилитации | 1. Программа психологической реабилитации – механизм, который направлен на соблюдение прав трудящихся даже в ситуации их сокращения и /или увольнения по тем, или иным причинам 2. Программы психологической реабилитации призваны помочь тем, кто потерял работу как можно быстрее вновь стать частью рынка труда |

1. При выстраивании коммуникационной работы необходимо трансформировать каждую из предложенных линий в несколько емких тезисов [↑](#footnote-ref-1)
2. При этом в топ-50 профессий, востребованных в Москве, по состоянию на весну 2021 года, выходит лишь 2 профессии индустрии 4.0: SMM-менеджер, специалист по кибербезопасности. Подробнее смотрите документ: «Московский рынок труда\_Helicopter View 2.0» [↑](#footnote-ref-2)
3. Таксисты в данной ситуации могут как выполнять функции курьеров (подобную схему использует ВкусВилл: продукты в дома, находящиеся в шаговой доступности от магазина, доставляют таксисты, а не пешие курьеры), так и непосредственно отвечать за перевозку пассажиров (пандемия COVID-19 обострила страх жителей Москвы перед общественным транспортом. Так, несмотря на тенденцию к снижению общего уровня доходов населения количество поездок на такси в 2020 году увеличилось) [↑](#footnote-ref-3)