

Лишь 58% застрахованных сотрудников пользуются своими полисами ДМС. Такую статистику озвучили эксперты на конференции «HR-Challenge», которая прошла в Екатеринбурге в рамках проекта «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций». Они также обсудили практическое применение digital-инструментов в HR, особенности HR-брендинга, организацию корпоративного обучения, внедрение аналитики в сферу управления персоналом, а также оптимизацию соцпакета компании.

Специалисты Metro Cash and Carry рассказали, что, по данным Hay Group, среди существующих практик оптимизации социального пакета наиболее распространен пересмотр предоставляемых сотрудникам марок корпоративных автомобилей, сокращение представительских расходов, переход на онлайн-обучение, снижение лимитов по корпоративной мобильной связи. Кроме того, нередко уменьшаются расходы на корпоративные мероприятия, а из ДМС исключается стоматология и обслуживание родственников работников. По статистике Metro, только 58% сотрудников пользуются полисами ДМС, поэтому удачным решением для компании может стать страхование сотрудников по ДМС только по предварительной заявке.

В 2016 г. был проведен опрос среди 31 крупной компании, в ходе которого выяснилось, что самыми распространенными льготами для сотрудников являются полисы ДМС (100%), мобильная связь (97%), страхование жизни (90%), гибкий график работы (77%), служебный автомобиль (77%), льготы по болезни (74%), корпоративное обучение (71%), льготы по питанию (71%). Пятая часть из опрошенных компаний (19%) проводила оптимизацию социального пакета, 81% не проводили, но 7% из них планировали это сделать. Чаще всего оптимизировались льготы по питанию (57%), на обучение (43%), на служебный автомобиль (29%). При этом оптимизации не подвергались страхование жизни, льготы по инвалидности, на фитнес.

Компании рассматривают и другие способы оптимизации соцпакета при одновременном повышении лояльности сотрудников. Например, предоставляют бонус за использованный отпуск, проводят профилактические осмотры. Помимо этого, удобный график и возможность работать удаленно также увеличивает эффективность и лояльность персонала.

«Многие компании хотели бы провести оптимизацию расходов, но при этом сохранить эффективность работы сотрудников и повысить их лояльность. Эта непростая на первый взгляд задача может быть решена разными способами. Один из них – предоставление добровольного медицинского страхования сотруднику только по его предварительной заявке или же страхование с франшизой. Обычно размер франшизы колеблется от 10% до 30%. Именно столько застрахованный оплачивает сам, а остальное — страховщик, — говорит Егор Сафрыгин, директор департамента маркетинга «Медицина» Группы «АльфаСтрахование». — Сейчас компании охотнее сотрудничают с теми страховщиками, которые увеличивают объем услуг при сохранении стоимости договора и обеспечивают покрытие максимального количества возможных заболеваний».