

DOI: 10.15838/esc.2025.2.98.9

УДК 314.15, ББК 60.7, 60.82

© Мехова А.А., Воробьева И.Н., Вавилова А.С.

Корпоративные демографические практики бизнеса: отношение российских студентов как будущих работников



Альбина Анатольевна

МЕХОВА

Череповецкий государственный университет

Череповец, Российская Федерация

e-mail: aamekhova@chsu.ru

ORCID: 0000-0001-6377-3404; ResearcherID: AAX-5670-2021



Ирина Николаевна

ВОРОБЬЕВА

Череповецкий государственный университет

Череповец, Российская Федерация

e-mail: invorobeva@chsu.ru

ORCID: 0000-0001-5970-051X; ResearcherID: AAX-4496-2021



Ася Сергеевна

ВАВИЛОВА

Уральский федеральный университет имени первого Президента РФ

Б.Н. Ельцина

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

Новосибирск, Российская Федерация

e-mail: a.s.vavilova@edu.nsuem.ru

ORCID: 0000-003-0079-7024; ResearcherID: KDM-7720-2024

Для цитирования: Мехова А.А., Воробьева И.Н., Вавилова А.С. (2025). Корпоративные демографические практики бизнеса: отношение российских студентов как будущих работников // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 18. № 2. С. 163–179. DOI: 10.15838/esc.2025.2.98.9

For citation: Mekhova A.A., Vorobeva I.N., Vavilova A.S. (2025). Corporate demographic business practices: Attitudes of Russian students as future employees. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 18(2), 163–179. DOI: 10.15838/esc.2025.2.98.9

Аннотация. Демографические вызовы, стоящие перед страной, особенно с учетом их влияния на проблему дефицита кадров на рынке труда, формируют запрос на активное включение бизнеса в реализацию приоритетных национальных задач, направленных на поддержку семьи и укрепление семейных ценностей. Формируется институт корпоративной гражданственности в демографической сфере. Предприятия включают в диапазон социальной ответственности задачи по поддержке работников, выполняющих родительские обязанности, и их семей. Актуальным и практически значимым является исследование того, насколько важны корпоративные демографические практики для самих работников. В аспекте прогнозирования развития ситуации особый интерес вызывает мнение будущих работников — российских студентов. В статье представлен анализ информированности студентов российских вузов о корпоративных демографических практиках, отношения к ним, а также значимости этих практик при выборе работодателя. Новизна исследования состоит в выявлении взаимосвязи отношения к корпоративным демографическим практикам и выраженности у студентов установок на семью и родительство. Разработана и апробирована авторская методика сбора и анализа качественных социологических данных. Эмпирическую базу составили материалы 169 эссе студентов старших курсов из вузов трех федеральных округов РФ — Северо-Западного, Сибирского и Уральского. Выявлен низкий уровень информированности студентов о корпоративной демографической политике российского бизнеса. При этом запрос на корпоративные демографические практики сформирован и зависит от установок и ценностных ориентаций будущих работников. Студенты с выраженными установками на семью демонстрируют более высокий уровень информированности о корпоративных демографических практиках и придают им больше значимости при выборе работодателя. Исследование подтверждает важность целенаправленной работы по формированию у российского студенчества приверженности семейным ценностям и представлений о возможности эффективно совмещать профессиональную и родительскую траектории. Сделан вывод о потенциале влияния корпоративных практик поддержки семьи на репродуктивное поведение будущих работников, что в свою очередь способствует достижению стратегических национальных целей по преодолению демографических вызовов.

Ключевые слова: корпоративная гражданственность, ESG-повестка, корпоративная демографическая политика, российское студенчество, установка на семью и родительство, работодатель.

Благодарность

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-18-00854 (<https://rscf.ru/project/24-18-00854>).

Введение

Проблема, на решение которой направлено исследование, связана с комплексом демографических вызовов, стоящих перед российским обществом. Центр стратегических разработок выделяет семь групп таких вызовов, главные из них — снижение рождаемости и высокая смертность, старение населения, внутренняя миграция и, как итог, депопуляция населения¹. Депопуляция населения регионов становится угрозой их устойчивому социально-экономическому развитию, заметно сказывается на рынке труда.

Динамика последнего десятилетия ярко демонстрирует ежегодный спад рождаемости. В 2024 году в России родилось на 721728 человек меньше, чем в 2015 году (*табл. 1*). В стране уже давно не обеспечивается даже простое воспроизводство населения — суммарный коэффициент рождаемости (среднее число детей на одну женщину) за 2024 год составил 1,40².

На снижение рождаемости существенное влияние оказывает изменение гендерного порядка социального устройства и системы ценностей, в которой традиционные семейные ценности уходят на задний план, приоритет от-

¹ Демографические вызовы России. Экспертно-аналитический доклад. URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/704/704bb820549b28a50039d37b02efccd9.pdf>

² URL: <https://www.interfax-russia.ru/main/golikova-summarnyy-koefficient-rozhdaemosti-v-rf-v-2024g-predvaritelno-sostavil-1-4> (дата обращения 01.03.2025).

Таблица 1. Рождаемость и смертность в России за последние 10 лет

	Год									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Родилось, чел.	1944136	1893256	1689884	1604589	1484517	1435850	1402834	1306162	1264938	1222408
Умерло, чел.	1911413	1887913	1824340	1827827	1800683	2124479	2445509	1905778	1760172	1818635
Прирост/убыль	+32723	+5343	-134456	-223238	-316166	-688729	-1042675	-599616	-495234	-596227

Составлено по: Смертность и рождаемость в России. URL: <https://gogov.ru/articles/natural-increase>

дается ценностям карьеры, материального благополучия, личного комфорта. Особенно ярко это проявляется в молодых когортах населения. Анализ репродуктивных установок молодых людей в исследованиях отечественных ученых (Шабунова, Калачикова, 2012; Казенин и др., 2020; Костина, Банных, 2020; Ростовская и др., 2023; и др.) выявляет тренды отложенного родительства — рождение первенца после 27–30 лет, а зачастую и нежелания иметь детей совсем.

Для реализации приоритетных национальных целей, решения демографических проблем государством запущен поиск новых подходов и инструментов укрепления системы традиционных семейных ценностей и поддержки семей с детьми. На самом высоком уровне — в докладе о реализации национального проекта «Демография» была определена возможность и необходимость решения этих задач только в условиях тесного социального партнерства государства, бизнеса и общества³. Сегодня в России рейтингование социально ответственных компаний предлагается осуществлять по наличию собственных социальных и демографических программ. В ЭКГ-рейтинге обозначены основные критерии оценки: уровень оплаты труда, *собственные социальные и демографические программы*, благотворительные проекты, направленные на решение общественно значимых проблем⁴. Не случайно рейтинг ответственного российского бизнеса предваряют слова Президента России В.В. Путина: «Важно, когда бизнес, компании на деле, конкретными решениями демонстрируют ответственность за стра-

ну, за регион, за город, в котором они работают, за специалистов в их коллективах, реализуют проекты в социальной сфере, в области защиты окружающей среды»⁵.

В публичные отчеты ESG об устойчивом развитии крупные компании наряду с информацией об участии в решении глобальных проблем включают декларации о важности того, чтобы сотрудники чувствовали себя социально защищенными, работали в безопасных условиях, жили в комфортных городах и могли обеспечить долгосрочное благополучие своей семье⁶. РСПП ведет последовательную работу по продвижению успешных корпоративных практик, в том числе связанных с реализацией демографических приоритетов социального развития⁷. Все это свидетельствует о формировании института корпоративной гражданственности в демографической сфере.

Заинтересованность российских работодателей в устойчивом развитии регионов, в стабильности рынка труда очевидна. В ситуации кадрового голода компании ищут новые резервы в конкурентной борьбе за кадры, набирает обороты тренд на удержание персонала, в том числе с помощью расширения корпоративных практик поддержки родительства, включения в диапазон социальной поддержки семей работников. Это подчеркивает особую актуальность рассматриваемой темы: корпоративная демографическая политика — явление относительно новое и нуждается в комплексном исследовании и научной интерпретации. Не только ученым, но, в первую очередь, самим компаниям и организациям необходимо понимать,

³ Совмещение карьеры и семьи — успех демографической и кадровой политики России. URL: <https://xn--80aapremcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/upload/semya/%D0%94%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%20%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D1%8C%D1%8F%202024.pdf> (дата обращения 14.02.2025).

⁴ О рейтинге. URL: <https://xn--etbbhpf3axw8i.xn--p1ai/#about-rating>

⁵ ЭКГ-рейтинг. URL: <https://xn--etbbhpf3axw8i.xn--p1ai> (дата обращения 01.03.2025).

⁶ Единый отчет ПАО «Северсталь». URL: <https://severstal.com/rus/ir/indicators-reporting/annual-reports> (дата обращения 01.03.2025).

⁷ Бизнес. Работники. Семья. Сборник корпоративных практик (2025) / РСПП. Москва. С. 2.

насколько включение таких практик в систему корпоративной социальной ответственности предприятия важно для самих работников, как они оценивают эффективность этих практик, что считают приоритетным. В части прогнозирования ситуации особый интерес представляет позиция студентов высших учебных заведений — будущих работников, а именно их информированность о корпоративных практиках поддержки семейных сотрудников и включение этих практик в систему критериев выбора будущего места работы. Более детально важно рассмотреть представления студентов о корпоративной демографической политике во взаимосвязи с их ценностными установками на семью и родительство. В этом состоят новизна и особый аспект практической значимости исследования. Представляется, что результаты работы помогут дифференцировать корпоративную демографическую политику относительно целевых аудиторий, сделать ее более адресной, позволят определить потенциал влияния корпоративных практик поддержки семьи и семейных ценностей на репродуктивное поведение настоящих и потенциальных работников.

Таким образом, цель исследования — выявление и анализ представлений студентов российских вузов о корпоративных демографических практиках. Особый ракурс целеполагания заключается в выявлении взаимосвязи представлений студентов о корпоративных демографических практиках бизнеса с установками на семью и родительство. Одним из аспектов новизны и научно-методологической значимости исследования стала разработка авторской методики сбора и анализа качественных социологических данных, формирования типологии приверженности участников исследования установкам на семью и рождение детей.

Теоретическая рамка исследования

Включение демографических программ в социальные программы бизнеса рассматривается в рамках концепции корпоративной гражданственности (Nagi, Robb, 2008; Tutton, Brand, 2023). Понятие «корпоративное гражданство» возникло в последние десятилетия прошлого века и стало активно использоваться наряду с понятием корпоративной социальной ответственности (КСО). В самой общей трактовке корпоративной социальной ответственностью обозначалась такая политика бизнеса, которая

была бы желательна для целей и ценностей общества (Bowen, 1953). Концепт «корпоративное гражданство» не является полным синонимом КСО. Сторонники содержательного различия терминов считают, что корпоративное гражданство не сводится к практикам КСО, акцент перемещается из социальной плоскости в плоскость общественно-политическую (Перегудов, Семененко, 2008). Ученые отмечают, что практика корпоративной гражданственности дает компаниям и экономические, и репутационные выгоды: оказывает положительное влияние на финансовые результаты, максимизацию стоимости компании, увеличение прибыли (Devine, Halpern, 2001), способствует росту лояльности персонала и клиентов (Wong et al., 2020; Mullins et al., 2021; Tang et al., 2023). При этом главным индикатором корпоративной гражданственности считается стратегический выбор бизнеса в пользу общественного блага — развития и поддержания среды обитания и человеческого капитала (Grit, 2004). Исследователи предполагают, что организации, которые можно идентифицировать как хороших «корпоративных граждан», в полной мере включают этические и социальные цели в повестку деятельности, закладывая эти ценности в основу своего корпоративного управления (Zappala, 2004; Warhurst, 2004). Корпоративная гражданственность предполагает тесное партнерство бизнеса с государством и обществом. В сфере демографии она подразумевает взаимодействие и взаимообмен основных акторов: государства, которое демонстрирует заинтересованность во включении института бизнеса в поддержку демографической повестки; общества, заинтересованного в построении справедливого и устойчивого будущего, и бизнеса, использующего корпоративную демографическую политику для достижения стратегических целей по наращиванию человеческого капитала (Багирова и др., 2024). Именно в этом заключается эвристический потенциал концепта «корпоративное гражданство».

Корпоративная демографическая политика — это система мер, направленных на поддержку потребностей работников организации, выполняющих помимо профессионально-трудовых еще и семейные функции, в том числе родительские, уход за престарелыми родителями и др. (Багирова, Вавилова, 2021). Она является частью социальной политики и в последнее

время расценивается предприятиями и корпорациями как важный механизм повышения лояльности и удержания кадров. Корпоративная демографическая политика — относительно новое направление в социальной деятельности российских компаний, однако ее содержание и значение уже рассматривались в работах таких отечественных ученых, как Т.К. Ростовская, А.П. Багирова, О.М. Шубат, А.С. Вавилова и др.

В современных исследованиях выявлены наиболее распространенные и популярные направления реализации такой политики:

1) здоровьесбережение сотрудников и формирование ценности здорового образа жизни (Ростовская и др., 2021);

2) достойное вознаграждение за труд, включая меры социальной поддержки (Hodges, 2020; Lee et al., 2022; Wuestenenk, Begall, 2022);

3) уважение семейных обязанностей сотрудников с детьми (Mastersonet al., 2020; Wang et al., 2023).

Таким образом, ключевыми особенностями социальной политики компаний, имеющих семейноцентричную ориентацию, являются формирование концептуальной поддержки семейных ценностей на высшем уровне управления; создание безопасной корпоративной среды для сотрудников, планирующих и осуществляющих родительские обязанности, что отвечает запросам общества в части решения демографических задач.

Теоретико-методологические ориентиры обращения к мнению студентов в контексте заявленной темы обозначим двумя аспектами. Во-первых, исследования последних лет акцентируют внимание на особой роли студенчества в трансформационных процессах, идущих на рынке труда и в экономике в целом (Шиняева, Тчапе, 2015; Емелин, Шиняева, 2023; Поплавская, 2023; Великая и др., 2024). Во-вторых, именно в этой социальной группе наиболее ярко проявляются изменения в системе ценностей и репродуктивных установок: приоритет профессиональных, карьерных, а не семейных ценностей, отложенное родительство, установка на малолетность (Назарова, Зеленская, 2021; Ростовская и др., 2023).

Материалы и методы исследования

В ходе работы был использован качественный метод сбора социологических данных — развернутое эссе с фокусом на заданной теме.

При его выборе авторы опирались на позицию ученых, подчеркивающих приоритетность качественных методов в исследованиях с акцентом на ценностные аспекты, в центре внимания которых находятся новые, не имеющие массового распространения феномены, выраженные в индивидуальных суждениях (Кишинская, 2011). Выбор поисковой стратегии в качественной парадигме обусловлен тем, что и сами корпоративные демографические практики, и представления о них — весьма новое и для социальной науки, и для социальной практики явление, имеющее неоднозначную, субъективно окрашенную оценку.

Эмпирической базой исследования стали 169 эссе студентов из вузов трех федеральных округов РФ — Северо-Западного, Сибирского и Уральского. В каждом округе отобрано по два высших учебных заведения: в Северо-Западном — Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина) и Череповецкий государственный университет, в Сибирском — Иркутский государственный университет и Новосибирский государственный университет экономики и управления, в Уральском — Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина и Южно-Уральский государственный университет. Участниками исследования стали студенты третьего и четвертого курсов бакалавриата. Кроме курса обучения критериями отбора стали направление обучения и пол (табл. 2).

Эссе как метод качественного социологического исследования в какой-то степени схож с фокусированным интервью, когда респонденты отвечают на открытые вопросы, а дополнительные вопросы, направленные на углубление темы, предполагают конкретизацию субъективных представлений о предмете интереса исследователя. Специфика эссе состоит в том, что это цельное сочинение-рассуждение на заданную тему в свободной творческой индивидуально-авторской манере. Предложенный план/гайд эссе лишь обеспечивал фокусирование на теме, служил ориентиром, но не ограничивал авторов. Применение проективных методик в ориентирующих вопросах усиливало творческую составляющую, позволяя глубже раскрыть уникальность мнений. Такой формат дает возможность, с одной стороны, предварительно

Таблица 2. Распределение участников интервью в соответствии с критериями отбора

Направления/профили обучения	Всего	Гуманитарный, социальный, экономический		Естественный		Технический	
		муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.
Северо-Западный округ	56						
Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина)	28	4	5	6	4	5	4
Череповецкий государственный университет	28	5	5	5	4	5	4
Уральский федеральный округ	56	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.
Уральский федеральный университет имени Б.Н. Ельцина	28	4	6	5	4	5	4
Новосибирский государственный университет экономики и управления	28	4	5	5	5	5	4
Сибирский федеральный округ	56	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.
Иркутский государственный университет	29	4	5	5	5	5	5
Южно-Уральский государственный университет	28	4	6	5	4	5	4
Составлено по: данные исследования.							

систематизировать необходимую для исследования информацию, не упустив наиболее значимые аспекты, а с другой стороны, получить ее в развернутом эмоционально окрашенном виде.

В современных условиях развития качественные методы опираются на информационные технологии, которые служат целям совершенствования инструментария и популяризации самих методов. Студенты письменно в Яндекс-forms оформляли свои размышления на тему корпоративной политики в сфере демографии и поддержки семьи, о балансе своих карьерных и репродуктивных установок, о работе мечты, о зависимости своих планов по созданию семьи и рождению детей от работы и карьеры.

Применение Яндекс-forms позволило сформировать электронную базу качественных социологических данных, дополнить анализ смыслов и содержания методами статистического анализа текста.

Мы работали в логике изучения специфического проблемного поля, выявления взаимосвязи представлений студентов о корпоративных демографических практиках бизнеса и приверженности установкам на семью и родительство. С этой целью была разработана авторская методика типологизации по уровню приверженности этим установкам.

Для построения типологии по уровню выраженности установок на семью и рождение детей применялись элементы кластерного и

контент-анализа, анализ частоты употребления слов и фраз-маркеров, выполненные в программах Excel и специализированной программе обработки данных SPSS. Было определено четыре типа выраженности установок на семью и родительство:

- 1) высокий уровень выраженности установок на создание семьи и рождение детей;
- 2) средний уровень выраженности установок на создание семьи и рождение детей;
- 3) отложенный характер реализации репродуктивных установок;
- 4) слабовыраженные установки на семью, выраженные установки на малодетность или нежелание иметь детей.

В целях отнесения индивида к тому или иному типу использовались ответы и размышления на вопросы: «Вы женаты/замужем? Когда (в каком возрасте) и при каких условиях Вы планируете создать семью? Будете ли регистрировать брак или нет? Сколько детей Вы бы хотели иметь? Когда, в каком возрасте Вы планируете первого ребенка? Если не планируете в ближайшие десять лет заводить детей, то почему?».

Для разделения на типы по каждому индикаторному вопросу присваивались баллы. Индикаторами выделения типов стали:

- 1) время вступления в брак (сразу после окончания вуза или во время обучения — 3 балла; в ближайшие два-три года после обучения в вузе — 2 балла; ближе к 30 годам и позже — 1 балл);

2) время рождения первенца (во время обучения в вузе и сразу после окончания вуза — 3 балла; через три-пять лет после окончания вуза — 2 балла; ближе к 30 годам и позже — 1 балл);

3) желаемое количество детей (трех и более, двух детей с возможностью третьего только при определенных условиях — 3 балла; двух детей — 2 балла; одного ребенка и не иметь детей — 1 балл);

4) эмоциональное отношение к браку и семье (положительное, ярко эмоционально окрашенное — 3 балла; нейтральное — 2 балла; негативное — 1 балл).

В соответствии с индикаторной моделью сумма баллов могла варьироваться от 4 до 12. Участники исследования, набравшие 10–12 баллов, были отнесены к группе с высоким уровнем выраженности установок на создание семьи и рождение детей; студенты с суммой 8–9 баллов — к группе среднего уровня выраженности установок на создание семьи и рождение детей; 6–7 баллов — к группе «отложенного характера реализации репродуктивных установок»; 4–5 баллов — к группе «слабовыраженных установок на семью».

Пример фраз-индикаторов для отнесения индивидов к тому или иному типу представлен в таблице 3.

Качественные исследования не предполагают количественных измерений, к ним не применяется требование репрезентативности выборки. При этом авторская методика была нацелена на интеграцию качественных и количественных методов анализа. Применение элементов кластерного и контент-анализа позволяет систематизировать текстовую информацию. Количественные характеристики текста, такие как частота упоминаний определенных тем, кластирование по сходным признакам в сочетании с анализом и интерпретацией глубинных смыслов высказываний, дают возможность выявить скрытые связи между различными элементами текста, классифицировать и категоризировать информацию для последующего анализа.

Для более глубокого понимания и характеристики участников исследования представляется важным показать структуру эмпирической базы в соответствии с выстроенной типологией. К первому типу — высокий уровень выраженности установок на создание семьи и рождение

Таблица 3. Характерные высказывания-маркеры для определения типов выраженности установок студентов на семью и родительство

Тип	Данные информанта	Вы женаты/замужем? Когда (в каком возрасте) и при каких условиях Вы планируете создать семью? Будете ли регистрировать брак или нет?	Сколько детей Вы бы хотели иметь? Когда, в каком возрасте Вы планируете первого ребенка? Если не планируете в ближайшие десять лет заводить детей, то почему?
1 тип. Высокий уровень выраженности установок на создание семьи и рождение детей	Ж, ИГУ, Иркутск	«Замуж вышла в 22 года ... перед 4 курсом бакалавриата. Брак зарегистрирован, мы сразу обозначили друг другу что хотим правильную, полноценную семью»	«По-хорошему, хотелось бы родить ровно двоих детей... — двое детей взамен двоих взрослых. При идеальных условиях существования, а не выживания — троих или четверых... Желательно в ближайшее время, пока хватает здоровья и нервов»
	М, НГУЭУ, Новосибирск	«Я не женат, хотелось бы иметь семью в 24 года примерно. Брак обязателен к регистрации»	«Хотелось бы иметь 2-3 детей, первенца родить в возрасте примерно 25 лет»
	Ж, ЮУрГУ, Челябинск	«Я не замужем, но всегда хотела выйти замуж. ... Я считаю, что брак нужно регистрировать. В любом случае это упрощает многие аспекты бюрократии, не только при наличии детей, но и когда вас только двое»	«Я бы хотела иметь много детей. В моей (родительской) семье всего два ребенка, но в моей жизни много примеров многодетных семей, и мне всегда нравилось их взаимодействие друг с другом»
	М, ЧГУ, Череповец	«Женат, год в зарегистрированном браке»	«Четверо, думаю, в ближайшем будущем»

Окончание таблицы 3

Тип	Данные информанта	Вы женаты/замужем? Когда (в каком возрасте) и при каких условиях Вы планируете создать семью? Будете ли регистрировать брак или нет?	Сколько детей Вы бы хотели иметь? Когда, в каком возрасте Вы планируете первого ребенка? Если не планируете в ближайшие десять лет заводить детей, то почему?
2 тип. Средний уровень выраженности установок на создание семьи и рождение детей	М, ИГУ, Иркутск	«Я не замужем, семью планирую после 25 лет, когда будет возможность и финансовая стабильность. Брак, конечно, буду регистрировать»	«Я хотела бы двоих детей, первого ребенка планирую в 25–27 лет, при условии собственной финансовой стабильности и независимости, наличии постоянного заработка, в идеальной ситуации собственного жилья или средств для покупки в ближайшем будущем»
	Ж, УрФУ, Екатеринбург	«Я не замужем. Если брать учет всех факторов, то я хотела бы выйти замуж в 19–21 год. ... Да, я бы хотела узаконить отношения с моим молодым человеком»	«Я бы хотела 1–2 ребенка, для меня это оптимальное количество детей в семье. Первого малыша я бы хотела после 24 лет, но не нужно забывать о том, как будут обстоять дела с деньгами и другое. Второго ребенка я бы хотела после 27 лет»
	Ж, ЮУрГУ, Челябинск	«... я не замужем. Но очень хотелось бы завести семью примерно в 25–27 лет. Для этого конечно нужна работа с постоянным достаточным заработком и хорошими условиями труда. Я бы хотела зарегистрировать брак»	«Я бы хотела иметь двоих детей. Первого ребенка хотелось бы завести до 30 лет. В самом идеальном варианте примерно в 25–27 лет. Так как я считаю, что к этому возрасту можно уже добиться каких-то успехов в карьере и достойного уровня жизни»
3 тип. Отложенный характер реализации репродуктивных установок	Ж, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург	«Я планирую создать семью примерно через 10 лет, когда мне будет около 30–35 лет. К этому времени у меня будет высшее образование, хорошая работа и финансовая стабильность. Это позволит мне чувствовать себя готовой к ответственности и заботе о семье»	«Мне сложно сказать, сколько именно детей я бы хотела иметь. ... Сначала важно родить и воспитать хотя бы одного ребенка, чтобы понять, как это – быть родителем. ... Я планирую завести первого ребенка, ... когда мне и потенциальному отцу будет около 30 лет»
	М, ЮУрГУ, Челябинск	«Не женат. Пока не задумывался над этим вопросом. Ориентировочно планирую завести семью, как только буду уверен в том, что смогу обеспечить все нужды, необходимые для поддержания семейного очага»	«Не планирую заводить детей в ближайшие десять лет, так как считаю, что в ближайшее время не смогу их обеспечить материально и дать должное воспитание»
4 тип. Слабовыраженные установки на семью, установки на малодетность или нежелание иметь детей	Ж, УрФУ, Екатеринбург	«Не замужем. Пока не задумывалась о создании семьи»	«Планирую одного ребенка. ...не раньше 30 лет»
	Ж, ЮУрГУ, Челябинск	«Не замужем и не планирую создавать семью»	«Я бы не хотела иметь детей»
	М, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург	«Я не женат. Планирую вступить в брак и официально его оформить после окончания обучения, в возрасте около 25–26 лет»	«Лучшим вариантом будет 1 ребенок. В таком случае я смогу ему уделять максимальное внимание. Ребенка можно завести уже в браке»
	Ж, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург	«Не замужем, к счастью. ... во время учебы семья будет мешать мне, после 25 лет, когда буду стоять на ногах, иметь хорошую стабильную высокооплачиваемую работу, рядом будет надежный мужчина, который понимает свои обязательства. Смысла в браке не вижу»	«Пока нисколько не хотела бы. Не люблю детей, я большая эгоистка»
Составлено по: данные исследования.			

детей — были отнесены 29 авторов эссе (17%); ко второму типу — средний уровень выраженности установок на создание семьи и рождение детей — 79 студентов (47%); к третьему типу — отложенный характер реализации репродуктивных установок — 44 студента (26%); к четвертому типу — слабовыраженные установки на семью, выраженные установки на малолетность или нежелание иметь детей — 17 студентов (10%).

Анализ представлений и ожиданий студентов от будущей работы и выявление зависимости этих ожиданий от ценностных ориентиров позволяет наметить некие сценарные линии возможного развития ситуации, определить механизмы влияния на установки и ожидания.

Результаты и обсуждение

Для анализа информированности студентов о практиках корпоративных демографических политик на основе предложенной ранее классификации нами были выделены следующие направления корпоративной демографической политики:

1) забота о здоровье членов семьи работника (корпоративное семейное добровольное медицинское страхование (ДМС), возможность ведения беременности по ДМС, семейные курортные и санаторные путевки и т. п.);

2) материальные выплаты (дополнительные выплаты в отпуске по уходу за ребенком, подъемные выплаты молодым семьям, пособия многодетным семьям, льготы семьям с детьми и т. п.);

3) помощь в воспитании, развитии, обучении, организации досуга детей работников (помощь в устройстве детей в детский сад и школу, детские оздоровительные лагеря, каникулярные программы, праздничные утренники, экскурсии для детей сотрудников и т. п.);

4) создание условий для совмещения должностных и родительских обязанностей (гибкий график, удаленная работа, детские зоны в офисе, корпоративные няни-волонтеры и т. п.).

Анализ данных показал, что студенты значительно больше знают о мерах материальной поддержки семей: выплаты и подарки на рождение первого и последующих детей, разовые выплаты и дополнения к пособиям многодетным семьям и т. п. Меньше информации о помощи работодателя в воспитании, развитии и организации досуга детей сотрудников. Примеры, как правило, приводят, опираясь на личный опыт — воспоминания из детства о «елке на папиной работе», поездках в летний лагерь «от маминой работы», экскурсии на работу к родителям и т. п. Примерно на таком же уровне информированность о создании условий для совмещения должностных и родительских обязанностей. Упоминаются возможность работать удаленно, оплачиваемые свободные дни на 1 сентября для родителей первоклассников, на прощание с близкими и т. п. Низка информированность о практиках корпоративной заботы о здоровье членов семьи работников (табл. 4).

Следует отметить, что в своих размышлениях о корпоративных практиках поддержки семей работников авторы эссе чаще употребляли обобщенные термины: «соцпакет», «разные социальные бонусы» и т. п., а не упоминали конкретные меры, что свидетельствует о весьма общем и поверхностном представлении студентов как потенциальных работников о корпоративных практиках поддержки семьи.

При этом исследование показало, что запрос студентов на наличие корпоративных демографических практик в арсенале будущего работодателя высок и сформирован вполне от-

Таблица 4. Информированность студентов о корпоративных практиках поддержки сотрудников, выполняющих родительские обязанности, и их семей (количество упоминаний в соответствии с кластерами основных направлений)

Основные направления поддержки семей сотрудников	Кол-во упоминаний
Материальные выплаты	104
Помощь в воспитании, развитии, организации досуга детей	87
Создание условий для совмещения должностных и родительских обязанностей	80
Здоровьесбережение членов семьи сотрудников	59
Составлено по: данные исследования.	

Таблица 5. Приоритеты важности направлений корпоративных практик поддержки семей работников при оценке и выборе работодателя

Основные направления поддержки семей сотрудников	Кол-во упоминаний
Создание условий для совмещения должностных и родительских обязанностей	132
Материальные выплаты	104
Помощь в воспитании, развитии, организации досуга детей	37
Здоровьесбережение членов семьи сотрудников	35
Составлено по: кластерный и контент-анализ данных исследования.	

четливо. В системе критериев оценки и выбора работодателя приоритет отдается двум направлениям — создание условий для совмещения должностных и родительских обязанностей и материальные выплаты с явным преимуществом первого (табл. 5).

Студенты — потенциальные работники отмечают особую важность баланса работы и свободного времени: гибкий график работы, возможность работать удаленно, практики создания условий на предприятии для временного содержания детей, помощи работнику в экстренных случаях, когда не с кем оставить ребенка — детские комнаты, социальные няни, волонтерские практики заботы о детях.

«... важными практиками поддержки семьи на предприятии должны быть те, которые помогают сотрудникам эффективно сочетать работу и личную жизнь, обеспечивают поддержку в воспитании детей и создают благоприятные условия для сохранения здоровья и благополучия всей семьи. Для меня лично наиболее важными являются гибкий график работы, программа поддержки образования детей, семейные мероприятия и праздники» (Ж, НГУЭУ, Новосибирск).

«...я бы хотела, чтоб на моей работе лояльно относились к тому, что мне придется иногда брать больничный из-за болезни ребенка, чтобы могли дать отгул или отпустить раньше с работы, чтоб я смогла поучаствовать в важных мероприятиях, связанных с ребенком» (Ж, ИГУ, Иркутск).

«Гибкий график работы: возможность сочетать работу и семейную жизнь. Например, гибкое начало и конец рабочего дня, возможность работать из дома несколько дней в неделю, или частично удаленная работа. ... Дополнительный отпуск, например, для посещения школьных мероприятий, соревнований детей или других семейных событий» (Ж, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург).

Безусловно, важна и материальная поддержка родительства, включая выплаты, связанные с рождением первого и последующего детей, надбавками к заработной плате, и другие льготы многодетным семьям, обеспечение бесплатного летнего оздоровительного отдыха детей, компенсации затрат на сбор ребенка в школу и т. п. Такие меры часто переплетаются с направлением помощи предприятия, предоставляемой работникам-родителям в организации воспитания, развития и досуга детей.

«Я бы хотела помощь (работодателя) с приобретением жилья» (Ж, ИГУ, Иркутск).

«Я бы хотела видеть следующие меры поддержки: выплаты при рождении детей, предоставление дополнительного отпуска для родителей с детьми, новогодние праздники и бесплатные подарки для детей» (Ж, УрФУ, Екатеринбург).

Сравнительно нечастое упоминание корпоративных практик заботы о здоровье членов семей работников обусловлено не тем, что студенты не считают их важными, а слабой информированностью о них. В рамках нашего исследования выявлено, что студенты мечтают о возможности получать помощь работодателя в части медицинского обслуживания, в том числе обеспечение здоровой беременности, регулярная диспансеризация, компенсация расходов на посещение спортивных учреждений, корпоративные семейные программы дополнительного медицинского страхования. Звучала и потребность заботы о ментальном здоровье — введение в штат психологов, включение услуг психологов/психотерапевтов в пакет ДМС; проведение тренингов, семинаров, направленных на восстановление психологического баланса, и т. д.

«Обязательно расширенное медицинское обеспечение (ведение беременности и т. п.)» (Ж, НГУЭУ, Новосибирск).

«Компенсация за медицину, за расходы на важные операции и обследования» (М, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург).

«Хотелось бы видеть корпоративную медицинскую страховку на всю семью. В приоритете — медицинское обслуживание» (Ж, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург).

«Я бы хотел видеть хорошую медицинскую страховку на семью и детей» (М, ЧГУ, Череповец).

Также была выявлена взаимосвязь между оценкой важности корпоративных демографических практик при выборе работодателя и типом выраженности установок на семью и рождение детей у авторов эссе. В таблице 6 приведены результаты кластерного и контент-анализа — частотности упоминаний ключевых категорий в сопряжении с построенной типологией. Ключевой категорией анализа являлось упоминание корпоративной практики, отнесенной к тому или иному направлению корпоративной демографической политики. Сумма процентов по каждому столбцу больше 100, так как участники исследования в своих репликах-размышлениях упоминали сразу несколько практик.

Авторы эссе первого и второго типа чаще других хотели бы видеть меры, связанные с условиями труда, которые позволили бы им чаще бывать с детьми, участвовать в их жизни.

В числе приоритетных они называют практики создания условий для совмещения должностных и родительских обязанностей: дополнительные выходные и отпуска по семейным обстоятельствам, гибкий график, чтобы провожать/встречать детей из школы, быть с ними в значимые даты, возможность удаленной работы. Авторы эссе с высоким уровнем выраженности установок на семью и родительство чаще проявляют заинтересованность в корпоративной заботе о здоровье членов семьи.

«Представила свою будущую семью, тогда очень важным становится свободный график, поскольку дети — это иногда непредсказуемая история, сложно совмещать четкий график с семьей» (Ж, НГУЭУ, Новосибирск, 1 тип).

«... корпоративный календарь семейных мероприятий, дополнительные дни отпуска в день отца и матери, просто, чтобы не нужно было выходить работать в праздники, помощь в устройстве ребенка в сад/школу при необходимости, скидка на посещения ребенком секций и школ дополнительного образования» (Ж, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург, 1 тип).

«Если мечтать, то ни в чем себе не отказывать — может быть, работодатель будет давать семейные путевки в санатории, хотя бы раз в 2 года. Может быть, сертификат на полное мед. обследование, это было бы просто здорово!» (Ж, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург, 2 тип).

Таблица 6. Частота упоминаний практик поддержки семьи работников в размышлениях о важности таких практик при выборе и оценке работодателя в зависимости от типа выраженности установок на создание семьи и рождение детей, % от общего количества информантов в каждой группе

	Весь массив	Высокий уровень выраженности установок на создание семьи и рождение детей (1 тип)	Средний уровень выраженности установок на создание семьи и рождение детей (2 тип)	Отложенный характер реализации репродуктивных установок (3 тип)	Слабовыраженные установки на семью, установки на малолетность или нежелание иметь детей (4 тип)
Создание условий для совмещения должностных и родительских обязанностей	78	76	73	61	35
Материальные выплаты	62	72	70	48	100
Помощь в воспитании, развитии, организации досуга детей	22	28	42	23	35
Здоровьесбережение членов семьи сотрудников	21	18	20	7	12

Составлено по: кластерный и контент-анализ данных исследования.

Студенты с низким уровнем выраженности установок на семью, установкой на отложенное родительство и малодетность заметно чаще остальных отдают предпочтение материальным выплатам, в целом проявляют слабую информированность и меньшую заинтересованность в практиках поддержки семьи работников. Авторы эссе третьего и четвертого типа, рассуждая о потребности/важности гибкого гибридного графика и «удаленки», иногда упоминают, что это необходимо для семьи. Однако стилистика высказываний показывает, что больше они заботятся о собственном комфорте. В этом контексте они представляют собой типичных «Зумеров» (Зарубина, 2012; Volkova, Chiker, 2016): любят комфорт, вознаграждения и бонусы, интересные тренинги и обучение, готовы менять работу, если не разделяются их ценности, баланс «личное время – работа» распределяется в пользу личного времени.

«Я мечтаю об удаленной работе или работе с гибким графиком. Важные критерии при выборе места работы: зарплата, начальство, график, коллектив. Важно, чтобы работа была интересна для меня, не было рутинных задач, начальник входил в положение при возникающих обстоятельствах. Если будут какие-то материальные бонусы – супер» (Ж, НГУЭУ, Новосибирск, 4 тип).

«Характерные черты работы моей мечты: высокая зарплата; карьерный рост; легкость выполняемой работы; адекватный и дружелюбный

коллектив. Что это будет за работа или работодатель, не имеет значения. Главное – моя личная удовлетворенность» (М, ИГУ, Иркутск, 3 тип).

«Если про мечту, то самое лучшее – чтобы просто так платили...» (М, УрФУ, Екатеринбург, 4 тип).

«Я мечтаю работать из дома либо работа по возможности (хочу – иду, не хочу – не иду). Важна почасовая ставка от 500 руб./час.» (Ж, ЧГУ, Череповец, 3 тип).

Еще один важный аспект исследования – оценка влияния корпоративных демографических практик на репродуктивное поведение работников. Студенты с высоким и средним уровнем выраженности установок на создание семьи чаще отмечают влияние данных мер на изменение репродуктивного поведения, как своего, так и других (табл. 7).

Продуктивность и важность корпоративной демографической политики, по их мнению, заключается в снижении барьеров для реализации репродуктивных планов работников, комфортного достижения баланса работы и семьи, эффект для работодателя при этом состоит в повышении лояльности и закреплении работников на предприятии.

«Я считаю, что корпоративные меры поддержки семьи влияют на создание семьи и рождение детей. Если человек уверен, что компания поможет обеспечить баланс между семьей и работой, ... то сотрудник захочет оставаться в такой компании как можно дольше. При отсут-

Таблица 7. Оценка влияния корпоративных демографических практик на репродуктивное поведение работников, в процентах от числа студентов в каждой типологической группе

	Весь массив	Высокий уровень выраженности установок на создание семьи и рождение детей	Средний уровень выраженности установок на создание семьи и рождение детей	Отложенный характер реализации репродуктивных установок	Слабовыраженные установки на семью, установки на малодетность или нежелание иметь детей
Безусловно, влияют	52	54	60	50	14
Влияют на репродуктивные планы других сотрудников, но не на мои планы	13	14	13	10	21
Это не более чем приятный бонус, слабо влияют на репродуктивные планы	19	18	14	19	50
Не влияют	16	14	13	21	14
Составлено по: кластерный и контент-анализ данных исследования.					

ствии таких мер в компании ... на увеличение семьи он вряд ли решится» (Ж, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург, 1 тип).

«... корпоративные меры поддержки семьи не могут «заставить» сотрудников создавать семьи и рожать детей, но могут создать благоприятные условия, устранить барьеры и сделать это решение более доступным и комфортным» (М, НГУЭУ, Новосибирск, 2 тип).

«Да, мне кажется, это влияет в положительную сторону. Меня бы это сподвигло к созданию семьи» (Ж, ЮУрГУ, Челябинск, 2 тип).

«Меры поддержки сотрудников определенно могут повлиять на их семейные планы, так как одна из причин, сдерживающих людей от рождения детей и вступления в брак — неуверенность в своем материальном положении, это проблема, которая решается такими мерами» (М, ЧГУ, Череповец, 1 тип).

Студенты со слабо выраженными репродуктивными установками чаще придерживаются мнения о том, что корпоративные демографические практики — не более чем приятный бонус. Они с осторожностью могут признать влияние таких мер на поведение «других работников», влияние на изменение собственных репродуктивных планов отрицают.

«Для кого-то, возможно, это (корпоративные демографические практики) будет важно, а для меня может стать лишь дополнительным бонусом и никак не повлияет на мои планы по созданию семьи» (Ж, ИГУ, Иркутск, 4 тип).

«Будет приятным бонусом, но никак не повлияет, потому что рождение детей — это более серьезно, чем просто иметь дополнительные привилегии за это» (М, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург, 3 тип).

«На моих планах не скажется никак. Я не стану любить детей, потому что мой работодатель будет оплачивать их отдых, обеды и т. п.» (Ж, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург, 4 тип).

«Я считаю, что корпоративные меры поддержки от работодателя могут быть полезны сотрудникам, которые уже имеют семьи. Но мои планы такие меры никак не изменят. Появление ребенка в семье — это ответственное и финансово-затратное событие. ... Я не готова» (Ж, НГУЭУ, Новосибирск, 3 тип).

Таким образом, исследование доказывает взаимосвязь выраженности установок на создание семьи и рождение детей с оценкой влияния корпоративных демографических практик на репродуктивное поведение.

Заключение

Активное формирование института корпоративной гражданственности в демографической сфере определяет особую актуальность исследований в рамках этой проблематики. Одной из основных предпосылок такого процесса является заинтересованность государства во включении корпоративного сектора в реализацию приоритетных национальных целей в сфере демографии (развитие инструментов независимой оценки компаний с учетом их вклада в решение общественно значимых задач, конкурсы РСПП, ЭКГ-рейтинг и поддержка его лидеров, информационная поддержка корпоративных демографических практик и пр.). Очевидна и заинтересованность бизнес-сообщества: реализация корпоративных демографических политик рассматривается как инструмент наращивания человеческого капитала, условие успешной конкуренции за кадры и поддержание на этой основе большей устойчивости бизнеса. Создание условий для совмещения профессиональной и родительской траекторий благодаря корпоративной демографической политике становится фактором позитивного изменения семейного и репродуктивного поведения работников.

В прогнозном аспекте развития ситуации особый интерес представляет мнение потенциальных работников — студентов российских вузов, а именно определение уровня их информированности о практиках корпоративной демографической политики и заинтересованности в них.

Исследование показало, что студенты российских регионов имеют низкий уровень информированности о корпоративных практиках поддержки семей работников на предприятиях. По мнению участников, работодатели редко транслируют информацию о мерах социальной поддержки семей сотрудников во внешней среде, целенаправленно рассказывают о них студентам как будущим работникам. Один из практически значимых выводов исследования

заключается в необходимости выстраивания в российском обществе системы информирования молодежи, в частности студентов, о корпоративных демографических политиках, реализуемых предприятиями страны.

При выборе и оценке будущей работы наиболее важными из корпоративных демографических практик бизнеса студенты называют создание условий для совмещения профессиональных и родительских обязанностей (гибкий график работы, возможность работать удаленно) и меры, относящиеся к материальной поддержке семейных работников (единовременные и разовые выплаты, льготы, бесплатные услуги).

В ходе исследования подтвердилась гипотеза о взаимовлиянии заинтересованности в корпоративных демографических практиках и выраженности у студентов установок на семью и родительство.

На основе разработанной авторской методики была выстроена типологизация студентов по уровню выраженности установок на создание семьи и рождение детей. Определены четыре типа: высокий уровень выраженности установок на создание семьи и рождение детей, средний уровень выраженности установок на создание семьи и рождение детей, отложенный характер реализации репродуктивных установок, слабовыраженные установки на семью. По данным исследования, студенты с высоким уровнем выраженности установок на создание семьи демонстрируют более высокий уровень информированности о корпоративных демографических практиках и мерах поддержки семьи и более высокую оценку важности таких практик при выборе и оценке работодателя. С одной стороны, это свидетельствует о более высокой заинтересованности в такой информации. Но возможна и обратная связь, что немаловажно для прогнозирования развития ситуации: более информированные студенты реже проявляют склонность откладывать свои репродуктивные и брачные планы, предполагая в будущем поддержку работодателя.

Выявленная сопряженность запроса на практики корпоративной демографической политики и уровня выраженности установок на семью и рождение детей у будущих работников позволяет сделать вывод о важности целенаправленной деятельности по формированию и повышению значимости семейных ценностей и в раннем возрасте, и среди студенчества. Кроме того, результаты исследования в этой части имеют большую практическую значимость и будут полезны работодателям для корректировки социальной политики, дают понимание, как сделать корпоративную помощь семьям работников более адресной, выделить особые категории среди сотрудников: многодетные семьи, молодежны, родители первенца и т. п. — и предложить им специфические меры поддержки.

Следует особо отметить, что выбранная авторами поисковая стратегия в качественной парадигме подтвердила свой эвристический потенциал. В этом заключается еще один аспект научной новизны исследования. Авторская методика, основанная на интеграции методов анализа и понимания смыслов и статистических методов анализа качественных социологических данных, позволила выявить скрытые связи, выстроить типологии, классифицировать и категоризировать информацию, сделать более глубокие заключения.

Таким образом, результаты исследования приводят к выводу о необходимости формирования у российского студенчества представлений о возможности эффективного совмещения профессиональной и родительской траекторий благодаря не только поддержке со стороны государства, но и более адресной демографической политике работодателя. Корпоративные демографические практики бизнеса имеют потенциал для влияния на репродуктивное поведение молодых людей, тем самым способствуют достижению стратегических национальных целей по наращиванию человеческого капитала и преодолению демографических вызовов. Эти процессы нуждаются в постоянном исследовательском мониторинге и научном сопровождении.

Литература

- Багирова А.П., Вавилова А.С. (2021). Корпоративная демографическая политика: оценки и возможности // *Human Progress*. Т. 7. Вып. 2. DOI: 10.34709/IM.172
- Багирова А.П., Вавилова А.С., Бледнова Н.Д. (2024). Корпоративная демографическая политика как инструмент реализации стратегических интересов государства, бизнеса и персонала // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. Т. 17. № 3. С. 137–153. DOI: 10.15838/esc.2024.3.93.8
- Великая Н.М., Ирсетская Е.А., Нархов Д.Ю., Нархова Е.Н. (2024). Образовательные стратегии студенчества в условиях цифровизации // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. Т. 17. № 6. С. 260–278. DOI: 10.15838/esc.2024.6.96.14
- Емелин Д.В., Шиняева О.В. (2023). Студенты высших учебных заведений как основа формирования интеллектуального класса в России. С. 25–30. DOI: <https://doi.org/10.26907/2079-5912.2023.1>
- Зарубина Н.Н. (2012). Этика ответственности современной российской молодежи // *Вестник МГИМО-Университета*. № 6 (27). С. 250–257. DOI: <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2012-6-27-250-257>
- Казенин К.И., Козлов В.А., Митрофанова Е.С. (2020). Как изменения гендерных и межпоколенческих отношений влияют на демографическое поведение? Случай Ингушетии // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. № 4. С. 342–365. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.4.1615>
- Кишинская В.С. (2021). Качественные данные и методы социологического исследования // *Петербургская социология сегодня*. Т. 1. С. 366–373.
- Костина С.Н., Банных Г.А. (2020). Мотивация рождаемости: перспективы развития теории // *XXII Уральские социологические чтения. Национальные проекты и социально-экономическое развитие Уральского региона: мат.-лы Всерос. науч.-практ. конф. (г. Екатеринбург, 17–18 марта 2020 г.)*. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета. С. 351–355. URL: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/82360> (дата обращения 07.03.2025).
- Назарова И.Б., Зеленская М.П. (2021). Ценностные приоритеты и репродуктивные установки студенческой молодежи // *Социологическая наука и социальная практика*. Т. 9. № 2. С. 177–189. DOI: 10.19181/snsp.2021.9.2.8110
- Перегудов С.П., Семененко И.С. (2008). Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. Москва: Прогресс-Традиция. 226 с.
- Поплавская А.А. (2023). Будущая работа глазами студентов российских вузов: дифференциация образа работы в межрегиональной перспективе // *Мир России*. Т. 32. № 1. С. 61–86. DOI: <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2023-32-1-61-86>
- Ростовская Т.К., Шабунова А.А., Багирова А.П. (2021). Концепция корпоративной демографической политики российских организаций в контексте социальной ответственности бизнеса // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. Т. 14. № 5. С. 151–164. DOI: 10.15838/esc.2021.5.77.9
- Ростовская Т.К., Шабунова А.А., Калачикова О.Н. (2023). Брачно-семейные представления студенческой молодежи: по результатам авторского исследования // *Женщина в российском обществе*. № 3. С. 31–42. DOI: 10.21064/WinRS.2023.3.3
- Шабунова А.А., Калачикова О.Н. (2012). Особенности репродуктивного поведения населения // *Социологические исследования*. № 8. С. 78. URL: https://www.isras.ru/files/File/Socis/2012_8/Shabunova.pdf (дата обращения 07.03.2025).
- Шиняева О.В., Тчапе А.К. (2015). Теоретико-методологические подходы к исследованию профессиональной идентификации молодежи // *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. № 4 (36). С. 134–145. URL: <https://rucont.ru/efd/552444> (дата обращения 15.03.2025).
- Шубат О.М., Багирова А.П., Янь Д. (2022). Корпоративная политика, ориентированная на семьи работников: потенциал внедрения в российских регионах // *Экономика региона*. № 18 (4). С. 1121–1134. DOI: 10.17059/ekon.reg
- Bowen H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper and Row.
- Devine I., Halpern P. (2001). Implicit claims: The role of corporate reputation in value creation. *Corporate Reputation Review*, 4(1), 42–49. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540131>

- Grit K. (2004). Corporate citizenship: How to strengthen the social responsibility of managers. *Journal of Business Ethics*, 53, 97–106.
- Hodges L. (2020). Do female occupations pay less but offer more benefits? *Gender and Society*, 34(3), 381–412. DOI: 10.1177/0891243220913527
- Lee L.K., Miller K.A., Chuersanga Ch. et al. (2022). Childbearing and family leave policies for physicians at US children's hospitals. *The Journal of Pediatrics*. DOI: 10.1016/j.jpeds.2022.12.008
- Masterson C., Sugiyama K., Ladge J. (2020). The value of 21st century work-family supports: Review and cross-level path forward. *Journal of Organizational Behavior*, 42(2), 118–138. DOI: 10.1002/job.2442
- Mullins L., Chabonneay E., Riccucci N. (2021). The effects of family responsibilities discrimination on public employees' satisfaction and turnover intentions: Can flexible work arrangements help? *Review of Public Personnel Administration*, 41(2), 384–410. DOI: 10.1177/0734371X19894035
- Nagi J., Robb A. (2008). Can universities be good corporate citizens? *Critical Perspectives on Accounting*, 19(8), 1414–1430. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2007.10.001>
- Tang A.D., Luu T.T. Chen W.K., Liu S.C. (2023). Internal corporate social responsibility and customer-oriented organizational citizenship behavior: The mediating roles of job satisfaction, work-family facilitation, life satisfaction, and the moderating role of organizational tenure. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(5), 986–1007. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2195134>
- Tutton J., Brand V. (2023). Should business have 'a sense of morality'? Company director views on corporate engagement with socio-political issues. *Public Relations*, 49(1), 102278. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102278>
- Volkova N.V., Chiker V.A. (2016). Features of career choices through the generation theory: The results of empirical research. *Vestnik of Saint Petersburg University Management*, 15(4), 79–105. DOI: 10.21638/11701/spbu08.2016.404
- Wang J., Zhao Y., Sun S., Zhu J. (2023). Female-friendly boards in family firms. *Journal of Business Research*, 157. DOI: 10.1016/j.jbusres.2022.113552
- Warhurst A. (2004). Future roles of business in society: The expanding boundaries of corporate responsibility and a compelling case for partnership. *Futures*, 37(2-3), 151–168. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.futures.2004.03.033>
- Wong K., Chan A.H.S., Teh P.-L. (2020). How is work-life balance arrangement associated with organizational performance? A meta-analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 1–19. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph17124446>
- Wuestenenk N., Begall K. (2022). The motherhood wage gap and trade-offs between family and work: A test of compensating wage differentials. *Social Science Research*, 106. DOI: 10.1016/j.ssresearch.2022.102726
- Zappala G. (2004). Corporate citizenship and human resource management: A new tool or a missed opportunity? *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 42(2), 185–201. DOI: <https://doi.org/10.1177/1038411104045362>

Сведения об авторах

Альбина Анатольевна Мехова — кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой, Череповецкий государственный университет (162600, Российская Федерация, г. Череповец, Советский пр-т, д. 8; e-mail: aamekhova@chsu.ru)

Ирина Николаевна Воробьева — кандидат социологических наук, доцент, Череповецкий государственный университет (162600, Российская Федерация, г. Череповец, Советский пр-т, д. 8; e-mail: invorobeva@chsu.ru)

Ася Сергеевна Вавилова — кандидат экономических наук, доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента РФ Б.Н. Ельцина (620002, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 19; e-mail: a.s.vavilova@edu.nsuem.ru), Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» (630099, Российская Федерация, г. Новосибирск, ул. Каменская, д. 56)

Mekhova A.A., Vorobeva I.N., Vavilova A.S.

Corporate Demographic Business Practices: Attitudes of Russian Students as Future Employees

Abstract. The demographic challenges facing the country, especially given their impact on the problem of personnel shortage in the labor market, are creating a demand for the active involvement of business in the implementation of priority national tasks aimed at supporting families and strengthening family values. An institution of corporate citizenship in the demographic sphere is being formed. Enterprises include in the range of social responsibility tasks to support employees fulfilling parental responsibilities and their families. Corporate demographic policy becomes a factor in successful competition for personnel, contributes to the formation of a reputation as a responsible employer. It is relevant and practically significant to study how important corporate demographic practices are for the employees themselves. In terms of forecasting the development of the situation, the opinion of future employees – Russian students – is of particular interest. The article presents an analysis of the ideas of students of Russian universities about corporate demographic practices, about the importance of these practices when choosing an employer. A special perspective and novelty of the study is to identify the relationship between the attitude of students to corporate demographic practices and the expression of their attitudes towards family and parenthood. The author's methodology for collecting and analyzing qualitative sociological data has been developed and tested. The empirical base consisted of materials from 169 essays by senior students of universities in three federal districts of the Russian Federation – Northwestern, Siberian and Ural. The study revealed a low level of awareness among students about the corporate demographic policy of Russian business. At the same time, the demand for corporate demographic practices depends on the attitudes and value orientations of future employees. Students with high levels of family-oriented attitudes demonstrate higher levels of awareness of corporate demographic practices and give higher ratings to the importance of such practices when choosing an employer. The study confirms the importance of targeted work to develop Russian students' commitment to family values and ideas about the possibility of effectively combining professional and parental trajectories. A conclusion is made about the potential influence of corporate family support practices on the reproductive behavior of future employees, which in turn contributes to the achievement of strategic national goals to overcome demographic challenges.

Key words: corporate citizenship, ESG agenda, corporate demographic policy, Russian students, attitudes toward family and parenthood, employer.

Information about the Authors

Albina A. Mekhova – Candidate of Sciences (Philosophy), Associate Professor, head of department, Cherepovets State University (8, Sovetsky Avenue, Cherepovets, 162600, Russian Federation; e-mail: aamekhova@chsu.ru)

Irina N. Vorobeva – Candidate of Sciences (Sociology), Associate Professor, Cherepovets State University (8, Sovetsky Avenue, Cherepovets, 162600, Russian Federation; e-mail: invorobeva@chsu.ru)

Asya S. Vavilova – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Ural Federal University named after the First President of the Russian Federation B.N. Yeltsin (19, Mira Street, Yekaterinburg, 620002, Russian Federation; e-mail: a.s.vavilova@edu.nsuem.ru), Novosibirsk State University of Economics and Management (NSUEM) (56, Kamenskaya Street, Novosibirsk, 630099, Russian Federation)

Статья поступила 17.03.2025.