

УТВЕРЖДЕНА
распоряжением ОАО «РЖД»
от _____ 2020 г. № _____

**ЦЕЛЕВАЯ ПРОГРАММА
«Молодежь ОАО «РЖД» (2021 – 2025 гг.)»**

1. Роль и место целевой программы «Молодежь ОАО «РЖД» (2021 – 2025 гг.)» в системе стратегического развития Компании

Сегодня ОАО «РЖД» и его дочерние и зависимые общества (далее – Компания) уделяют особое внимание развитию кадрового потенциала, привлечению в Компанию талантливой молодежи, созданию условий для ее закрепления, профессионального и личностного развития, творческой самореализации. основополагающим документом в области социально-кадровой политики Компании является Программа развития человеческого капитала ОАО «РЖД» на период до 2025 года утвержденная распоряжением ОАО «РЖД» от 14 декабря 2020 г. № 2757/р.

В Компании выстроена комплексная система работы с молодежью, основанная на принципах партнерства руководства Компании и молодых работников в решении экономических, производственных и социальных вопросов, баланса интересов Компании и потребностей молодежи.

Целевая программа «Молодежь ОАО «РЖД» (2021-2025 гг.)» (далее – Программа) является основополагающим документом по реализации молодежной политики.

Основные направления работы с молодежью, закрепленные в Программе, охватывают все ключевые аспекты взаимодействия и направлены на формирование устойчивого сообщества активных и инициативных молодых работников, обладающих высоким уровнем лояльности к Компании, разделяющих корпоративные ценности, этические нормы и принципы, вовлеченных в производственную и социальную жизнь Компании.

1.1. Предпосылки создания целевой программы

С 2006 года в Компании действует целевая программа «Молодежь ОАО «РЖД», которая обновляется каждые 5 лет с учетом актуальных поколенческих особенностей и мировых технологических и социальных трендов. За это время были реализованы: целевая программа «Молодежь ОАО «Российские железные дороги» (2006-2010 гг.)», целевая программа «Молодежь ОАО «Российские железные дороги» (2011-2015 гг.)» и целевая программа «Молодежь ОАО «РЖД» (2016-2020 гг.)».

На текущий момент в Компании трудоустроено около 295 000 молодых работников в возрасте до 35 лет (около 40% от общей численности персонала ОАО «РЖД»), из которых около трети – рабочая молодежь, и этот показатель растет.

Молодые работники Компании, обладающие необходимыми профессиональными и корпоративными компетенциями, являются

носителями изменений, проводниками современной корпоративной культуры и ценностей, максимально вовлеченными в решение актуальных задач Компании и системное инновационное развитие.

Работа с молодежью требует постоянного совершенствования используемых методов, разработки новых инструментов, в том числе с использованием цифровых технологий, которые должны не только помогать в решении приоритетных бизнес-задач, но и отвечать основным запросам молодежи.

Развитие методов, форм и инструментов работы с молодежью должно носить системный характер и иметь следующие акценты:

- адаптация и закрепление молодежи;
- карьерное развитие;
- развитие молодежи всех категорий должностей;
- развитие культуры безопасности, эффективности процессов и т.д.;
- поддержание условий для участия молодежи во внешних проектах, эффективное позиционирование бренда ОАО «РЖД» во внешней среде.

1.2. Ожидания и потребности заинтересованных сторон, определяющие основные направления работы с молодежью ОАО «РЖД»

При определении стратегических задач в области работы с молодежью Компании были учтены ожидания и потребности трех заинтересованных сторон:

- государственных институтов;
- бизнес-подразделений ОАО «РЖД»;
- работников Компании и соискателей.

Проекты и инициативы Программы направлены на выстраивание эффективного взаимодействия с указанными сторонами. При этом предусмотрен постоянный мониторинг внутренней и внешней социально-экономической среды, который позволит корректировать развитие проектов в соответствии с ожиданиями заинтересованных сторон, выявлять и устранять существующие риски.

1.2.1. Требования государственных институтов

Государственная молодежная политика является одним из приоритетных направлений внутренней политики страны и представляет собой комплекс мер, направленных на создание условий и предоставление возможностей для успешной самореализации молодежи, развитие ее интеллектуального потенциала в экономической, демографической и других сферах, вовлечение в жизнь общества и, как следствие, обеспечение конкурентоспособности.

Стратегическим приоритетом государственной молодежной политики является создание условий для формирования гармоничной, постоянно совершенствующейся, эрудированной, конкурентоспособной, равнодушной личности, способной при этом адаптироваться к меняющимся условиям и восприимчивой к новым созидательным идеям.

Являясь крупнейшим и одним из самых «молодых» работодателей, ОАО «РЖД» выстраивает работу с молодыми работниками с учетом приоритетных направлений реализации государственной молодежной политики, создавая условия для всестороннего развития молодежи.

1.2.2. Ожидания бизнес-подразделений ОАО «РЖД»

Для решения задач, закрепленных в Долгосрочной программе развития открытого акционерного общества «Российские железные дороги» до 2025 года (далее – Долгосрочная программа), Компании необходимы молодые инициативные, инновационно мыслящие работники, обладающие необходимыми профессиональными навыками и корпоративными компетенциями.

В этой связи основные усилия в рамках реализации корпоративной молодежной политики будут направлены на:

- совершенствование процессов адаптации и закрепления молодых работников;
- развитие молодых работников, которые должны стать амбассадорами изменений, происходящих в Компании;
- повышение уровня вовлеченности молодых работников (заинтересованности работников в результатах своего труда и достижении стратегических целей компании);
- снижение негативного влияния факторов, являющихся основополагающими при принятии решения молодыми работниками покинуть подразделения Компании.

1.2.3. Анализ потребностей и запросов работников

Согласно демографическому прогнозу Росстата до 2030 года в Российской Федерации к 2025 году произойдет резкое сокращение численности молодежи самых продуктивных возрастов (23-30 лет), что приведет к росту конкуренции за трудовые ресурсы среди работодателей.

В настоящее время трудовой коллектив Компании представлен пятью поколениями – молчаливое поколение, бэби-бумеры, поколение X, Y (миллениалы) и Z (хоумлендеры). При этом абсолютное большинство (96,8%) составляют работники поколений X и Y. К 2025 году прогнозируется существенное изменение доли каждого поколения в списочном составе

Компании: абсолютное сокращение количества представителей молчаливого поколения на фоне прироста численности молодых работников.

Представители различных поколений предъявляют к работодателям определенные требования, понимание и учет которых позволит эффективно выстраивать кадровую политику.

В настоящее время 47,9 процента работников ОАО «РЖД» – это представители поколения Y. Профессиональной потребностью поколения Y является признание заслуг, которое определяет уровень их удовлетворенности компанией-работодателем. Другими значимыми факторами при поиске работы являются гибкий график и комфортная рабочая обстановка, четко определенные карьерные траектории и стремительный карьерный рост.

Доля представителей поколения Z в общей численности Компании в настоящее время остается незначительной (0,04%). Вместе с тем, внедрение и развитие инициатив, направленных на привлечение молодежи, приведет к увеличению количества работников поколения Z в Компании к 2025 году.

На основе социологических исследований, проводимых в Компании, можно сделать вывод о наиболее эффективных инструментах привлечения и удержания молодых работников в Компании. Молодые работники ожидают комфортную рабочую среду (включающую в себя в том числе выстроенные процессы, слаженную команду, эффективное руководство), гибкий график работы и достойный уровень оплаты труда. Идеальный руководитель для них – наставник, вовлеченный в жизнь команды и помогающий развиваться.

2. Ключевые параметры Программы

2.1. Цели и задачи Программы

Цели Программы:

- обеспечение Компании необходимым количеством вовлеченных молодых работников, отвечающих приоритетам ОАО «РЖД»;
- развитие и реализация потенциала молодежи в интересах стратегического развития Компании;
- эффективное включение молодежи в социальную, производственную и культурную жизнь Компании.

Задачи Программы:

- адаптация и закрепление молодежи в Компании, развитие трудовых традиций;
- стимулирование научно-технического творчества, инновационной и научной деятельности молодежи;

- развитие культуры безопасности в молодежной среде;
- совершенствование мотивационных механизмов трудовой деятельности молодых руководителей и работников;
- содействие в личностном и профессиональном становлении молодых работников, обладающих адаптированными к условиям Компании знаниями и навыками, а также карьерном росте молодежи;
- формирование комплекса позитивных ценностей, сохранение преемственности поколений, укрепление престижа профессий Компании в молодежной среде;
- формирование международного молодежного сотрудничества;
- содействие в развитии зрелой и устойчивой корпоративной культуры.

2.2. Целевая аудитория Программы

Целевой аудиторией Программы является категория «Молодые работники Компании». К этой категории относятся работники в возрасте от 17 до 35 лет включительно.

Дополнительной аудиторией Программы являются студенты, аспиранты, преподаватели образовательных учреждений среднего профессионального и высшего образования в возрасте до 35 лет включительно.

2.3. Принципы реализации Программы

Базовые принципы реализации молодежной политики Компании:

Участие – включение молодежи в решение вопросов молодежной политики. Молодежь рассматривается в качестве сознательного субъекта деятельности.

Развитие – проведение на системной основе для молодых работников развивающих образовательных мероприятий. В Компании созданы условия для личностного и профессионального развития молодых работников.

Информирование – предоставление молодежи информации по актуальным вопросам в приемлемой и доступной форме.

Процессный подход – встраивание процесса реализации молодежной политики в процессные модели, существующие в Компании.

Системность – осуществление перехода от отдельных мероприятий и акций к системному включению молодежной политики в общие процессы Компании.

Инициативность – предоставление возможности широкого тиражирования успешного опыта реализации молодежных проектов, его активное распространение, масштабирование и применение на дорожном и общекорпоративном уровнях.

Эффективность – определение общих целевых параметров реализации Программы, а также установление показателей, количественно и качественно характеризующих результаты выполнения направлений Программы.

Доступность – предоставление всем молодым работникам возможности принимать участие в мероприятиях Программы при содействии всех уровней управления.

Профессионализм – организация комплексной многопрофильной деятельности, требующей от специалистов, вовлеченных в реализацию молодежной политики, постоянного развития профессиональных компетенций с использованием различных форм повышения квалификации и самообразования.

2.4. Целевые параметры Программы

Контроль за реализацией Программы осуществляет Департамент управления персоналом.

Анализ достижения целевых параметров Программы и расчет показателей эффективности проектов и направлений работы по Программе производятся ежегодно. Подразделения, курирующие проекты и направления работы, представляют отчет о выполнении плановых показателей и, в случае необходимости, дают аргументированные предложения по целевым значениям показателей на следующий год.

№	Целевые показатели	Ед. изм.	Целевые значения				
			2021 год	2022 год	2023 год	2024 год	2025 год
1.	Доля молодых работников Компании (работники в возрасте от 17 до 35 лет) от общей численности персонала	%	35-37	35-37	35-37	35-37	35-37
2.	Показатель вовлеченности молодых работников Компании	пункты	56	58	60	62	64
3.	Доля увольнений молодых работников до 35 лет в течение первого года работы от общей численности молодых работников Компании	%	≤7,5	≤7,5	≤7,5	≤7,5	≤7,5

№	Целевые показатели	Ед. изм.	Целевые значения				
			2021 год	2022 год	2023 год	2024 год	2025 год
4.	Доля молодых работников, охваченных мероприятиями Программы,	%	75	75	75	75	75
	в том числе доля уникальных участников мероприятий Программы	%	30	35	40	40	40
5.	Доля молодых работников, прошедших обучение по развитию компетенций, от общей численности молодых работников	%	10	10	10	10	10
6.	Доля молодых работников, принимающих участие в мероприятиях по духовно-нравственному воспитанию	%	более 30	более 30	более 30	более 30	более 30

3. Основные направления реализации Программы

3.1. Развитие системы адаптации и закрепления молодежи в Компании

Цели

Повышение эффективности адаптации молодых работников в Компании, а также формирование целостного представления о Компании.

Развитие системы наставничества в молодежной среде Компании на период адаптации вновь принятых молодых работников.

Механизмы реализации

Сбор, обобщение, анализ и распространение лучших идей и практик по решению социально значимых проблем молодых работников, молодых семей в профессиональной, жилищной, досуговой, спортивной сферах и т.д.

Организация и проведение комплекса мероприятий с применением различных инструментов, направленных на выстраивание эффективной системы адаптации молодых работников на всей сети железных дорог.

Разработка и распространение информационно-справочных материалов (буклетов, брошюр, видеороликов, web-страниц и др.) о деятельности Компании (о стратегии, структуре, системе управления, корпоративных ценностях и компетенциях, возможностях развития, обучения и т.д.), особенностях ее корпоративной культуры (о нормах деловой этики, принципах поведения и межличностного общения в коллективе, выстраивании коммуникаций и т.д.), возможностях и порядке пользования корпоративными социальными льготами, системе адаптации работников в ОАО «РЖД» и др.

Создание и реализация программ обучения, способствующих формированию единого понимания процесса наставничества (цели, задачи, области применения), а также направленных на освоение инструментов наставничества.

Результаты

Сформировано системное представление молодых работников о железнодорожной отрасли (в том числе о структуре, ценностях и культуре Компании, возможностях развития).

Сформирован имидж привлекательного работодателя в молодежной среде.

Выстроена эффективная система наставничества в молодежной среде Компании на период адаптации вновь принятых молодых работников.

Выстроена эффективная система социальной поддержки вновь принятых работников.

Ключевые показатели эффективности

Доля увольнений работников по собственной инициативе в течение одного года с момента трудоустройства.

Доля молодежи, охваченной мероприятиями, направленными на адаптацию молодых работников.

Доля молодых работников, выполняющих функции наставников (по профессиям/по должностям), по отношению к общему количеству молодых работников.

3.2. Вовлечение молодежи в решение корпоративных задач (в том числе в инновационную и научную деятельность) и развитие культуры безопасности

Цели

Повышение эффективности работы Компании посредством вовлечения молодежи в научно-техническое творчество, инновационную и научную деятельность.

Развитие внутреннего научно-прикладного потенциала Компании.

Формирование у молодежи инновационных подходов к решению производственных и управленческих задач.

Формирование условий для развития культуры бережливого производства, риск-ориентированного поведения, ответственного поведения работников при обеспечении всех видов деятельности.

Продвижение культуры безопасности как части корпоративной культуры Компании.

Механизмы реализации

Развитие эффективной системы сбора, обработки, анализа и реализации идей, предложений и проектов молодых работников, направленных на повышение эффективности работы Компании.

Развитие каналов обратной связи между молодыми работниками и руководством в Компании. Формирование внутреннего экспертного сообщества для оценки идей, предложений и проектов молодых работников.

Развитие широкого спектра механизмов для стимулирования технического творчества, инновационной и научной деятельности молодежи.

Содействие тиражированию лучших идей, предложений и проектов молодежи.

Поддержание условий и развитие мер, форм и инструментов для профессионального сотрудничества, обмена знаниями, информацией и опытом, а также укрепление социальных связей между молодыми работниками из разных регионов и подразделений Компании.

Формирование системы личной и командной ответственности в вопросах безопасности и управления рисками, в том числе через реализацию новых и развитие существующих проектов, информационно-коммуникационных кампаний.

Результаты

Обеспечено непрерывное развитие профессионального сообщества молодежи, вовлеченной в научно-техническое творчество, направленное на повышение эффективности работы Компании.

Сформированы сообщества агентов внедрения принципов культуры безопасности, культуры управления рисками и культуры бережливого производства.

Обеспечена эффективная система сбора, анализа и реализации инновационных идей и проектов молодых работников, направленных

на непрерывное развитие Компании. Выстроена инфраструктура реализации инновационных проектов молодежи.

Ключевые показатели эффективности

Количество инновационных идей, рационализаторских предложений и сервисных продуктов, направленных на решение корпоративных задач, предложенных молодыми работниками через площадки централизованного сбора идей (в том числе через информационную систему «4И», молодежный конкурс проектов «Новое звено», краудсорсинговую платформу «Продвижение» и проч.) (прирост к уровню предыдущего года).

Прирост доли предложений от молодежи, собранных через площадки централизованного сбора идей.

Количество мероприятий для молодежи, в которые включены темы, направленные на развитие культуры безопасности, культуры управления рисками и культуры бережливого производства.

3.3. Поддержание условий для непрерывного и всестороннего развития молодежи

3.3.1. Формирование современной управленческой культуры, карьерное развитие молодежи

Цели

Развитие современных управленческих моделей поведения молодых руководителей различных уровней (операционный, тактический, стратегический).

Формирование у молодых работников понимания принципов развития в Компании.

Повышение открытости и прозрачности взаимодействия между руководством и молодыми работниками Компании.

Механизмы реализации

Внедрение инструментов поддержки формирования современной управленческой культуры у молодых руководителей, способствующих улучшению корпоративной культуры Компании в целом.

Формирование у молодых работников Компании персональной ответственности за собственное развитие (профессиональное, карьерное и личное).

Обучение руководителей технологиям работы с молодыми работниками, заинтересованными в профессиональной самореализации в Компании.

Выстраивание системы информирования молодежи о возможностях и инструментах развития в Компании.

Системная поддержка обучения молодежи на взаимном опыте и развитие механизмов наставничества в Компании.

Поддержка проактивной позиции молодежи и совершенствование системы внутренних коммуникаций (каналов обмена мнениями, обратной связи) между руководством и молодыми работниками Компании.

Результаты

Проведена системная и планомерная работа по улучшению управленческой культуры Компании, способствующей повышению эффективности деятельности Компании.

У молодежи сформировано понимание принципов развития в Компании.

Ключевые показатели эффективности:

Повышение уровня вовлеченности по фактору «Руководство» в соответствии с исследованием, проводимым по методике, принятой в Компании.

3.3.2. Развитие корпоративных компетенций молодежи

Цели

Формирование понимания корпоративных компетенций и мотивации к их развитию молодыми работниками.

Формирование и поддержание среды, способствующей успешному развитию корпоративных компетенций и раскрытию потенциала молодых работников Компании, в том числе рабочей молодежи.

Механизмы реализации

Развитие и совершенствование системы обучения корпоративным компетенциям молодых работников, в том числе за счет внедрения современных образовательных форматов, востребованных в молодежной среде.

Создание и поддержание каналов коммуникаций, обеспечивающих взаимодействие среди молодежи, а также между руководством в Компании и молодыми работниками.

Повышение доступности инструментов для развития молодых работников, направленных на содействие достижению стратегических ориентиров Компании (согласно Стратегии развития холдинга «РЖД» на период до 2030 года и Долгосрочной программе).

Результаты

Уровень развития корпоративных компетенций молодых работников соответствует требованиям компании, определенным для различных категорий (рабочий, специалист, руководитель) и уровней должностей (исполнительский, управленческий).

Создана и поддерживается среда саморазвития, которая способствует постоянному развитию молодых работников и их самосовершенствованию.

Ключевые показатели эффективности

Среднее количество пройденных обучающих мероприятий (завершенных открытых дистанционных курсов на корпоративных платформах дистанционного обучения, образовательных программ) на одного молодого работника.

Доля молодежи, имеющая средний балл по оценке корпоративных компетенций на уровне 1,42 балла и выше по отношению к общему количеству молодых работников, прошедших оценку.

3.3.3. Развитие творческого потенциала молодежи

Цели

Создание и поддержка условий для всесторонней самореализации молодых работников внутри Компании.

Развитие условий социализации и качественного общения молодых работников за счет реализации различных форматов их неформального взаимодействия.

Механизмы реализации

Использование игровых форматов в процессе саморазвития и просвещения молодежи по вопросам истории Отечества, развития железнодорожной отрасли, науки и культуры.

Реализация просветительских мероприятий и обучающих программ, повышающих уровень осведомленности в профессиональной сфере, актуальных трендах и направлениях в мире.

Формирование и поддержка программ, направленных на улучшение благополучия молодых работников (популяризация здорового образа жизни, повышение уровня психологического комфорта, командообразующие мероприятия и т.п.).

Результаты

Повышен уровень удовлетворенности молодых работников возможностями самореализации в Компании.

Ключевые показатели эффективности

Доля количества молодежи, охваченной мероприятиями, направленными на творческое развитие.

Повышение уровня вовлеченности по фактору «Обучение» в соответствии с исследованием, проводимым по методике, принятой в Компании.

3.4. Духовно-нравственное и патриотическое воспитание молодежи, развитие корпоративного волонтерства, продвижение ценностей здорового образа жизни, спорта

Цели

Формирование в Компании культуры добровольного активного участия молодых работников в решении вопросов, связанных с корпоративной и социальной деятельностью Компании.

Формирование активной гражданской позиции молодежи Компании.

Укрепление репутации Компании как социально ответственной организации.

Продвижение ценностей здорового образа жизни и спорта среди молодежи.

Механизмы реализации

Развитие волонтерского движения и вовлечение молодых работников в волонтерские отряды.

Развитие механизмов, методов и форм поддержки для стимулирования социального проектирования.

Обеспечение информационно-методической поддержки и организация акций и мероприятий по духовно-нравственному и патриотическому воспитанию молодежи, проводимых в рамках реализуемых проектов, в том числе в части продвижения традиционных семейных ценностей.

Содействие развитию молодежных спортивных команд, клубов и сообществ.

Организация и проведение массовых спортивных мероприятий (спартакиад, турниров, корпоративных олимпиад) на общекорпоративном уровне.

Результаты

Создана благоприятная среда для формирования активной гражданской позиции молодежи.

Реализована системная и планомерная работа по вовлечению молодых работников в волонтерскую деятельность и мероприятия, поддерживающие здоровый образ жизни.

Ключевые показатели эффективности

Доля молодых работников, принимающих участие в волонтерских акциях от общей численности молодежи.

Доля молодых работников, принимающих участие в спортивных мероприятиях и мероприятиях, направленных на продвижение здорового образа жизни, от общей численности молодежи.

3.5. Развитие международного молодежного сотрудничества

Цели

Приобретение молодыми работниками Компании ключевых навыков и компетенций для работы на международных проектах Компании.

Формирование резерва высококвалифицированных молодых работников для участия в международных проектах Компании.

Установление широкой сети горизонтальных и вертикальных профессиональных связей, расширение сети деловых контактов и обмен профессиональным опытом молодежи Компании с зарубежными партнерами.

Формирование чувства причастности к созданию и транслированию позитивного имиджа Компании во внешней среде и за рубежом.

Механизмы реализации

Формирование и развитие компетенций для участия в международной деятельности Компании.

Развитие профессионального сообщества, готового к участию в международных проектах Компании, в том числе к работе на международных строительных и инфраструктурных проектах.

Повышение уровня владения иностранными языками среди молодежи.

Реализация двусторонних программ международного молодежного обмена с иностранными партнерами.

Развитие взаимодействия с зарубежными партнерами, включенными в программу международного молодежного сотрудничества Компании.

Результаты

Сформирован пул молодых работников, готовых к участию в международных проектах Компании и обладающих профессиональными и личными компетенциями международного уровня.

Сформировано профессиональное сообщество молодых работников, владеющих иностранными языками, в рамках которого происходит регулярное взаимодействие.

Ключевые показатели эффективности

Доля молодежи со знанием иностранных языков не ниже В2.

Количество молодых работников, принимающих участие в международных молодежных мероприятиях и проектах.

3.6. Повышение уровня вовлеченности молодежи

Цели

Повышение эффективности работников в решении повседневных задач.

Удержание молодых работников в Компании.

Развитие инструментов, в том числе управленческих компетенций, обеспечивающих участие руководителей разного уровня во взаимодействии с молодыми работниками.

Механизмы реализации

Систематическое выявление и проведение анализа факторов, влияющих на вовлеченность молодых работников.

Повышение уровня информированности молодых работников о реализуемых в Компании процессах, в том числе производственных, и проектах, направленных на обеспечение эффективности молодых работников, в том числе программах материального стимулирования и нематериальной мотивации.

Повышение эффективности реализуемых в Компании процессов, в том числе кадровых, производственных и др., направленных на обеспечение эффективности молодых работников.

Формирование системы управления вовлеченностью молодых работников – цикла управления вовлеченностью. Развитие методики мониторинга. Регулярный мониторинг ситуации за счет расширенных и пульс-опросов, фокус-групп.

Разработка мероприятий/программ/корректирующих мер по итогам мониторинга.

Результаты

Повышен уровень вовлеченности молодых работников.

Ключевые показатели эффективности

Доля работников, демонстрирующих в своем поведении принципы корпоративной культуры.

Количество участников социологических исследований.

Список терминов и определений

Амбассадоры (агенты) изменений – это работники разного уровня и специализации, стимулирующие и направляющие организационные изменения, проводники миссии, ценностей, стратегий, целей, видения и принципов работы.

Вовлеченность – это физическое, эмоциональное и интеллектуальное состояние, которое мотивирует сотрудников выполнять их работу как можно лучше.

Индикаторы вовлеченности:

«говорит» (сотрудник позитивно отзывается о Компании в общении с коллегами, потенциальными сотрудниками и клиентами);

«остается» (сотрудник хочет остаться в Компании на длительное время, быть частью Компании);

«стремится» (сотрудник прикладывает дополнительные усилия, чтобы способствовать успеху бизнеса).

Корпоративная задача – это набор шагов по достижению целей, поставленных перед Компанией поручениями и указами Президента Российской Федерации, распоряжениями Правительства Российской Федерации, Стратегией развития холдинга «Российские железные дороги» на период до 2030 года, прочими международными и межотраслевыми соглашениями. Перечень общекорпоративных задач определен Долгосрочной программой развития открытого акционерного общества «Российские железные дороги» до 2025 года и включает в себя в том числе:

получение необходимых финансовых ресурсов для решения задач, поставленных акционером, путем повышения финансово-экономической эффективности;

обеспечение перевозки предъявляемых грузов за счет развития комплексного обслуживания грузоотправителей и повышения качества грузовых перевозок;

повышение транспортной мобильности населения внутри и между агломерациями;

усиление взаимосвязи и взаимодействия открытого акционерного общества «Российские железные дороги» с организациями на внешнем рынке и развитие зарубежной деятельности, включая увеличение объема транзитных перевозок грузов и развитие контейнерных перевозок;

обеспечение пространственного развития страны, расширение сети высокоскоростных магистралей и развитие скоростного движения;

обновление парка подвижного состава, в том числе тягового, с учетом заключения с производителями контрактов жизненного цикла;

опережающее развитие инфраструктуры для обеспечения объемов перевозок, планируемых в перспективе, и повышение производственной эффективности;

обеспечение необходимого уровня безопасности движения и экологической безопасности; развитие сети поставщиков;

обеспечение социальной стабильности и минимизация кадровых рисков; переход на цифровую железную дорогу.

Корпоративная культура – это ценности, традиции и правила поведения, принятые в Компании, разделяемые и исполняемые всеми работниками.

Культура безопасности – это осознание важности, ответственности и способность работников железнодорожного транспорта обеспечивать безопасность, как одну из главных ценностей для Компании и каждого работника (решение правления ОАО «РЖД», протокол от 22 апреля 2020 г., № 25). Под безопасностью понимается весь спектр видов безопасности, в том числе экологическая, промышленная, пожарная, информационная, экономическая, личная, кибербезопасность, безопасность движения и пр.

Содержание

1. Роль и место целевой программы «Молодежь ОАО «РЖД» (2021 – 2025 гг.)» в системе стратегического развития Компании.....	2
1.1. Предпосылки создания целевой программы.....	2
1.2. Ожидания и потребности заинтересованных сторон, определяющие основные направления работы с молодежью ОАО «РЖД».....	3
1.2.1. Требования государственных институтов.....	3
1.2.2. Ожидания бизнес-подразделений ОАО «РЖД».....	4
1.2.3. Анализ потребностей и запросов работников.....	4
2. Ключевые параметры Программы.....	5
2.1. Цели и задачи Программы.....	5
2.2. Целевая аудитория Программы.....	6
2.3. Принципы реализации Программы.....	6
2.4. Целевые параметры Программы.....	7
3. Основные направления реализации Программы.....	8
3.1. Развитие системы адаптации и закрепления молодежи в Компании.....	8
3.2. Вовлечение молодежи в решение корпоративных задач (в том числе в инновационную и научную деятельность) и развитие культуры безопасности.....	9
3.3. Поддержание условий для непрерывного и всестороннего развития молодежи.....	11
3.3.1. Формирование современной управленческой культуры, карьерное развитие молодежи.....	11
3.3.2. Развитие корпоративных компетенций молодежи.....	12
3.3.3. Развитие творческого потенциала молодежи.....	13
3.4. Духовно-нравственное и патриотическое воспитание молодежи, развитие корпоративного волонтерства, продвижение ценностей здорового образа жизни, спорта.....	14
3.5. Развитие международного молодежного сотрудничества.....	15
3.6. Повышение уровня вовлеченности молодежи.....	15
Приложение 1.....	17