

Ассоциация предпринимателей
«Московский бизнес — за семью»

Бизнес за семью:

как предприниматели
и государство меняют
демографическое
будущее России

Москва, 2026





Бизнес за семью: как предприниматели и государство меняют демографическое будущее России

Научно-практический сборник.

О том, как создавать семейную инфраструктуру городов: кейсы, решения, практики.

Подготовлено Ассоциацией предпринимателей **«Московский бизнес — за семью»** к Ежегодной всероссийской научно-практической конференции Института демографической политики имени Д. И. Менделеева **«Демографический перелом в России: пути достижения»**

Москва, 2026

Сайт Ассоциации: бизнесзасемью.рф

Издание подготовлено в целях систематизации и распространения практик семейно ориентированного бизнеса, развития корпоративной и городской инфраструктуры заботы, а также масштабирования успешных решений на уровне регионов и муниципалитетов. Материалы сборника отражают позиции авторов, экспертов и представителей организаций, предоставивших комментарии и практические кейсы для подготовки издания.

При цитировании и использовании материалов ссылка на Ассоциацию предпринимателей **«Московский бизнес — за семью»** обязательна.



Бизнес за семью:

как предприниматели
и государство меняют
демографическое
будущее России

Над сборником работали

Таперичкин

Михаил Андреевич,
председатель Ассоциации

Николаев

Антон Анатольевич,
секретарь Ассоциации

Корчагин

Александр Владимирович,
лидер по маркетинговому
и медийному продвижению

Смирнов

Александр Алексеевич,
лидер направления бизнес-клуба

Образцов

Андрей Никитич,
лидер проекта ВАО

Осокина

Алёна Александровна,
комьюнити-менеджер Ассоциации

Мороз

Елизавета Александровна,
лидер направления HR

Анищик

Екатерина Сергеевна,
бизнес-ассистент Ассоциации

Благодарности

Ассоциация предпринимателей «Московский бизнес — за семью» выражает искреннюю благодарность всем компаниям, экспертам, партнёрам и организациям, которые внесли вклад в подготовку настоящего сборника.

Отдельно благодарим Институт демографической политики имени Д. И. Менделеева за вклад в создание сборника, экспертную и организационную поддержку, а также за формирование профессиональной площадки, на которой вопросы демографии, семейной политики, городской среды и роли бизнеса обсуждаются как практическая задача национального развития.

Благодарим всех партнёров Ассоциации, представителей бизнеса, общественных организаций и экспертного сообщества, чьи идеи, практики, комментарии и управленческий опыт легли в основу этого сборника.

Благодаря участию партнёров и экспертов в сборник вошли не только концептуальные подходы и предложения, но и реальные примеры того, как бизнес уже сегодня участвует в формировании семейно ориентированной среды, поддержке родителей, сотрудников с детьми и развитии просемейной инфраструктуры.

Мы благодарим за предоставленные комментарии, кейсы и практические материалы:

Карпович Наталью Николаевну,
руководителя РОО «Объединение
многодетных семей города Москвы»

Буцкую Татьяну Викторовну,
координатора федерального партийного
проекта «Крепкая семья», первого
заместителя председателя Комитета
Государственной Думы по защите семьи,
вопросам отцовства, материнства и детства

 **СОВКОМБАНК**

СОВКОМБАНК
Имаметдинову Надию Анверовну,
руководителя Департамента корпоративных
ценностей, HR-директора



КОМПАНИЯ RWB (Объединённая
компания WILDBERRIES & RUSS)



MR GROUP
Годованца Алексея Владимировича,
управляющего партнёра, девелопера
проекта «МЫС»


детский мир

ГК «ДЕТСКИЙ МИР»
Иванова Алексея Вадимовича,
директора по взаимодействию с органами
государственной власти


**КУЗЬМИНКИ
МОЛЛ**

ТРЦ «КУЗЬМИНКИ МОЛЛ»
Тоноян Лилит Нельсоновну,
руководителя отдела маркетинга


GRASS

GRASS
Комлеву Екатерину Сергеевну,
руководителя проекта корпоративной
культуры



КОМПАНИЯ ZOFFT
Корчагина Александра Владимировича,
бренд-директора

Отдельно благодарим префектуру
Восточного административного округа
города Москвы за поддержку пилотного
проекта, практическое взаимодействие
с Ассоциацией и вклад в развитие семейно
ориентированной городской среды.

Слово от Ассоциации

Сегодня демографическая повестка всё чаще обсуждается через меры государственной поддержки, выплаты и льготы. Но решение о рождении ребёнка семья принимает не только исходя из уровня дохода. Не меньшее значение имеет то, в какой среде она живёт каждый день: как устроен город, насколько удобно родителям с детьми пользоваться сервисами, чувствуют ли они поддержку на работе, видят ли уважение к семье в повседневной жизни.

Именно поэтому Ассоциация предпринимателей «Московский бизнес — за семью» рассматривает бизнес не как внешнего наблюдателя, а как одного из ключевых участников демографических изменений. Бизнес ежедневно взаимодействует с семьями — через товары, услуги, рабочие места, корпоративные практики, городские пространства, цифровые сервисы. Он способен не только реагировать на уже существующий спрос, но и формировать новую норму: среду, в которой семья с детьми воспринимается не как исключение, а как естественная и поддерживаемая часть общественной жизни.

Этот сборник подготовлен как практический инструмент. Мы стремились не просто зафиксировать важность семейно ориентированного подхода, а показать, как он работает на практике: в ритейле, девелопменте, банковском секторе, e-commerce, корпоративной политике, городской инфраструктуре и локальных сервисах. В сборнике собраны кейсы, решения и примеры, которые доказывают: просемейные меры — это не абстрактная социальная миссия, а конкретные управленческие решения, способные одновременно улучшать жизнь семей и усиливать устойчивость бизнеса.

Для предпринимателей этот сборник — возможность увидеть, с чего начинать и как выстраивать семейно ориентированные практики без лишней теории. Для представителей власти — набор подходов, которые можно масштабировать на уровне территорий, районов и регионов. Для экспертного сообщества — основание для дальнейшего обсуждения того, как объединить усилия государства, бизнеса и общества в вопросах демографии.

Мы убеждены, что будущее демографии формируется не только в кабинетах и программах, но и в магазинах, офисах, дворах, торговых центрах, цифровых платформах, на рабочих местах и в городской среде. Там, где семья чувствует заботу, предсказуемость и поддержку, решение о будущем принимается легче.

Наша задача — сделать такие решения не редкими примерами, а новой нормой.

**Команда ассоциации предпринимателей
«Московский бизнес — за семью»**

Оглавление

1. Просемейное пространственное проектирование: кратко и по делу

- 1.1 Что такое просемейное пространственное проектирование
- 1.2 Почему это напрямую влияет на рождаемость
- 1.3 Зачем это семье, бизнесу и власти: разговор на одном языке

2. Инфраструктура заботы: то, что родители чувствуют каждый день

- 2.1 Комнаты матери и ребёнка: маркер уважения к родителям
- 2.2 Семейные пространства в парках и публичных местах
- 2.3 Семейные парковочные места
- 2.4 Что уже делает бизнес: просемейные форматы «снизу»
- 2.5 Опыт офисов и бизнес-пространств с детскими зонами

3. Бизнес как оператор просемейной среды

- 3.1 Роль бизнеса в демографии
- 3.2 Экономика просемейного бизнеса
- 3.3 Забота о клиентах и сотрудниках
- 3.4 Онлайн-бизнес как участник просемейной цифровой среды

4. Пилотный проект: Москва, Восточный административный округ

- 4.1 Вступление: зачем нужен «пилот» в ВАО. Карпович Н.Н.

9

- 4.2 Как устроен проект «Просемейное пространство ВАО»
- 4.3 Что делает бизнес
- 4.4 Роль префектуры Восточного административного округа в проекте

5. Что может уже сегодня сделать власть

49

15

- 5.1 Принять стандарты комнат матери и ребёнка. Буцкая Т.В., депутат Государственной Думы
- 5.2 Ввести требования к «просемейному двору» и улице
- 5.3 Встроить просемейные критерии в программы благоустройства и «Формирования комфортной городской среды»
- 5.4 Запустить налоговые и арендные стимулы для просемейных объектов
- 5.5 Семейные парковочные места у общественных объектов
- 5.6 Масштабировать опыт Восточного административного округа г.Москвы

29

6. Что может уже сегодня сделать бизнес

55

- 6.1 Провести «семейный аудит» своих продуктов и своей корпоративной культуры
- 6.2 Что ещё можно сделать

43

7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

59

1

**Просемейное
пространственное
проектирование:
кратко и по делу**

Просемейное пространственное проектирование: кратко и по делу

Сегодня демографию чаще всего обсуждают через выплаты и пособия, но люди принимают решение о детях не только исходя из сумм в личном кабинете Госуслуг. Для семьи важнее, в какой среде она живёт каждый день: как устроены двор и улица, какие сигналы она получает от города и от бизнеса — от скидок и сервисов для семей до отношения работодателя к родителям. Если вокруг удобный, безопасный, предсказуемый город и компании, которые поддерживают родителей, второй и третий ребёнок воспринимаются как нормальный шаг; если каждая поездка с коляской похожа на «квест на выживание»,

семья откладывает это решение или вовсе отказывается от него.

Просемейное пространственное проектирование — это подход к развитию города, при котором семья с детьми становится не «одной из групп населения», а отправной точкой для планировки двора, улицы, района и системы сервисов. Это не отдельный красивый парк и не «детский уголок» в ТРЦ, а сквозная логика: от проектирования новых кварталов и уличной сети до настройки транспорта и форматов работы бизнеса с семьями — как жителей, так и сотрудников.

1.1 Что такое просемейное пространственное проектирование

Простыми словами, просемейное пространственное проектирование — это способ собирать город вокруг маршрутов и потребностей семей: **«дом – двор – сад / школа – поликлиника – работа – досуг»**. На каждом шаге задаётся один вопрос: что здесь мешает

родителям и детям жить нормально и как это убрать в проекте? И отсюда же вытекает второй вопрос: что здесь может помочь родителям жить нормально и думать об увеличении семьи?

Ключевые элементы:



Дом и подъезд

Лифт, в который входит коляска; место для хранения колясок и велосипедов; отсутствие «барьеров» на пути к выходу — зона совместной ответственности застройщика, управляющей компании и города.



Двор

Безопасная территория без сквозного автопроезда, зонирование по возрастам (0–3, 3–7, 7–12, 12+), естественные игровые элементы, освещение и хороший обзор для родителей; здесь задаёт тон девелопер, УК и локальный бизнес на первых этажах.



Улица

Безопасный переход к школе и детскому саду, «школьные улицы» в часы начала и конца занятий, тротуары и пандусы для колясок, понятная навигация; решения принимает город, но их качество напрямую влияет на трафик магазинов, сервисов и офисов вдоль улиц.



Район

Детский сад, школа, поликлиника, секции и кружки в шаговой доступности (500–800 м), парки и семейные «третьи места» — соседские центры, семейные кафе, библиотеки, сервисы и офисы, которые создаёт бизнес и НКО.



Город

Система транспорта, где с коляской и детьми можно доехать до любого городского объекта без героизма, и сеть крупных ТРЦ, ТПУ и парков с комнатами матери и ребёнка, семейными сервисами и просемейными форматами работы компаний с клиентами и сотрудниками; к этому же уровню относятся семейные парковочные места у ТЦ и общественных объектов — расширенные по ширине и расположенные ближе к входу, в том числе отдельные места для многодетных семей.

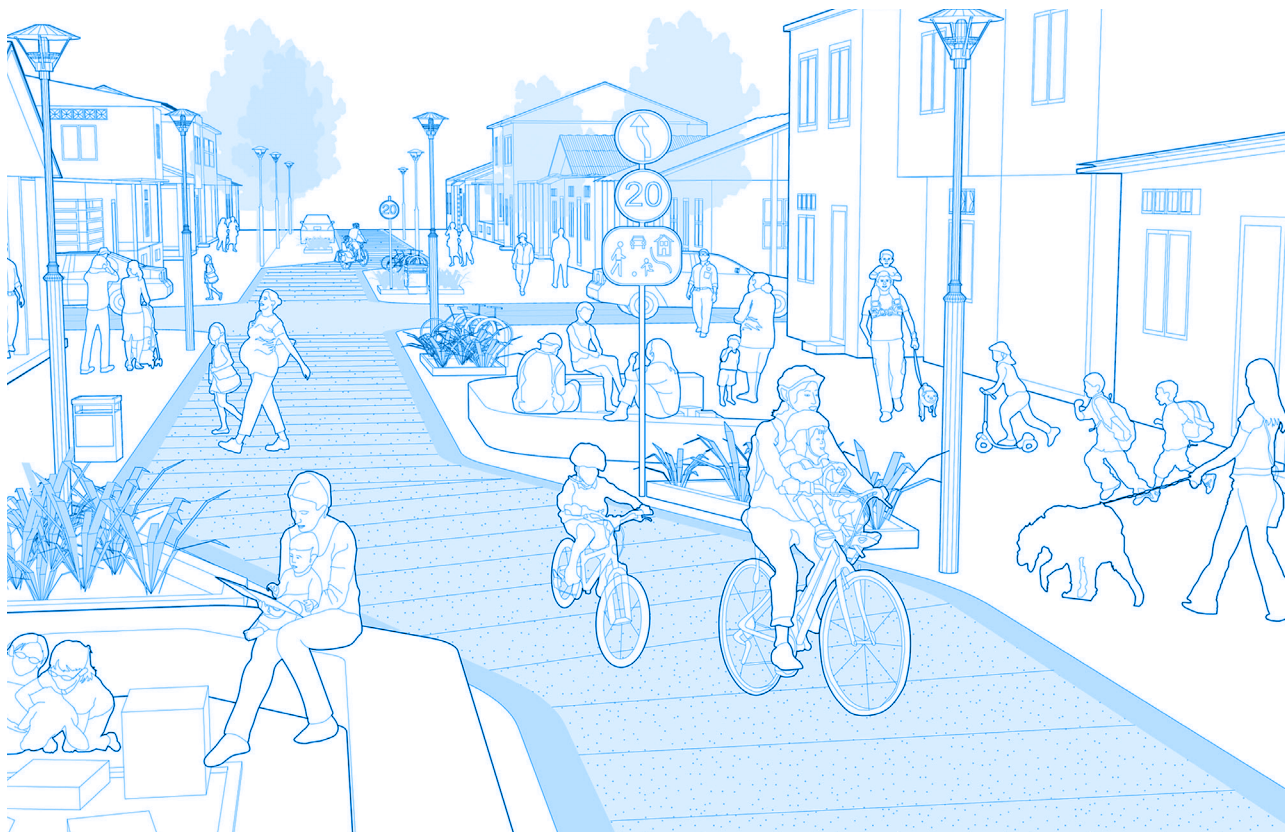


Онлайн-среда

В цифровом пространстве просемейное проектирование — это прежде всего особые семейные кабинеты и программы лояльности. Платформа распознаёт семейный профиль (родители, дети возможно, бабушки/дедушки) и предлагает повышенный кешбэк и скидки на детские товары и услуги, абонементы, семейные тарифы и регулярные покупки. Удобные семейные аккаунты позволяют при согласии родителей хранить данные детей, быстро повторять нужные заказы, видеть общую историю трат и бонусов семьи; для бизнеса такие механики повышают частоту покупок, глубину лояльности и делают сервис «своим» для семей на многие годы вперёд.

В международной практике такой подход описывается терминами *child-friendly / family-friendly urban design* и уже встроен в городскую политику Скандинавии, Нидерландов, ряда городов Западной Европы. В России

аналогичная логика закрепляется через нацпроект «Жильё и городская среда», индекс качества городской среды и новые стандарты благоустройства, но просемейный акцент пока только формируется.



Пример спроектированной городской среды для семей

1.2 Почему это напрямую влияет на рождаемость

В России демографическая ситуация остаётся напряжённой: суммарный коэффициент рождаемости колеблется около 1,4 ребёнка на женщину при необходимом для простого воспроизводства уровне порядка 2,1.

На решения о деторождении влияет целый спектр факторов, но исследования и международный опыт показывают: **качество среды и повседневного быта** — один из ключевых, особенно для вторых и третьих детей.

Как это взаимосвязано?

Время.

Чем больше времени семья тратит на логистику (доставить ребёнка до сада, отвести в кружок, доехать до врача), тем меньше сил остаётся на жизнь и тем сложнее представить воспитание ещё одного ребёнка. Просемейный город и локальный бизнес сокращают это «паразитное» время: когда сад, кружки, семейное кафе, аптека и базовые сервисы расположены рядом с домом или местом работы, а предприятия подстраивают график и онлайн-сервисы под родителей, дорога и очереди перестают съедать день целиком.

Безопасность.

Страх за ребёнка на дороге, во дворе, по пути в школу — один из сильнейших невидимых барьеров для родителей. Безопасные дворы, «школьные улицы», освещённые маршруты и участие бизнеса (семейные парковочные места, продуманная навигация в ТЦ, комнаты матери и ребёнка, детские зоны без доступа машин) — снимают часть этой тревоги и уменьшают «цену нервов» родительства.

Поддержка и одиночество.

Если родитель всё время один на один с ребёнком в неблагоприятной среде, выгорание наступает быстро. Когда рядом есть соседские центры, семейные кафе, детские клубы, торговые центры с инфраструктурой для детей и сообщества, которые бизнес помогает организовать (клубы по интересам, семейные мероприятия, лояльность для многодетных), семья чувствует поддержку и не воспринимает второго ребёнка как окончательный разрыв с нормальной жизнью.

Планы на будущее.

Там, где город понятен, предсказуем и удобен для детей, молодые пары меньше задумываются о переезде и чаще связывают будущее семьи с привычным местом жизни. Когда к этому добавляется активный местный бизнес, инвестирующий в семейную инфраструктуру и сервисы, территория превращается в устойчивое просемейное пространство, к которому люди привязываются душой, где готовы жить, расти профессионально и рожать детей, не тратя силы и время на поиск лучшей жизни.

Международные обзоры по фертильности и городской среде фиксируют одно и то же: там, где жильё и среда адаптированы под семьи, намерения рожать выше, а падение рождаемости замедленно. В Северной Ев-

ропе и ряде европейских стран именно сочетание семейной политики и семейно-дружественной среды помогает удерживать показатели рождаемости выше, чем в среднем по Европе.

1.3 Зачем это семье, бизнесу и власти: разговор на одном языке

Просемейное пространственное проектирование выгодно сразу трём сторонам — **семьям, бизнесу и власти.**



для СЕМЬИ:

Меньше стресса и «героизма» в повседневной жизни.

Экономия времени и денег на логистике и услугах.

Ощущение безопасности и поддержки, важное при решении о рождении детей.



для БИЗНЕСА:

Выручка и трафик — семьи больше времени проводят там, где им удобно и безопасно с детьми, и формируют устойчивый спрос.

Капитализация объектов — семейно-дружелюбные районы и ТРЦ оцениваются выше и легче заполняются арендаторами.

Бренд ответственного бизнеса — участие в просемейных проектах усиливает позиции компании в диалоге с государством, улучшает ЭКГ-рейтинг и повышает её привлекательность для инвесторов и сотрудников.



для ВЛАСТИ:

Демографический эффект — рост демографических показателей за счёт постоянно работающей среды, а не только за счёт выплат.

Экономический эффект — создание новых рабочих мест, увеличение налогооблагаемой базы за счёт привлечения к работе бизнеса, обеспечивающего функционирование просемейной среды.

Электоральный эффект — жители связывают конкретные позитивные изменения во дворах, на улицах и в сервисах с действиями власти.

2

**Инфраструктура
заботы: то, что
родители чувствуют
каждый день**

Инфраструктура заботы: то, что родители чувствуют каждый день



С появлением ребёнка город для семьи меняется не абстрактно, а буквально – на уровне ежедневных маршрутов и мелких бытовых решений. Привычные места внезапно оказываются недоступными: сюда нельзя пройти с коляской, здесь негде покормить или переодеть ребёнка, а плач и суета вызывают раздражение у окружающих и персонала.

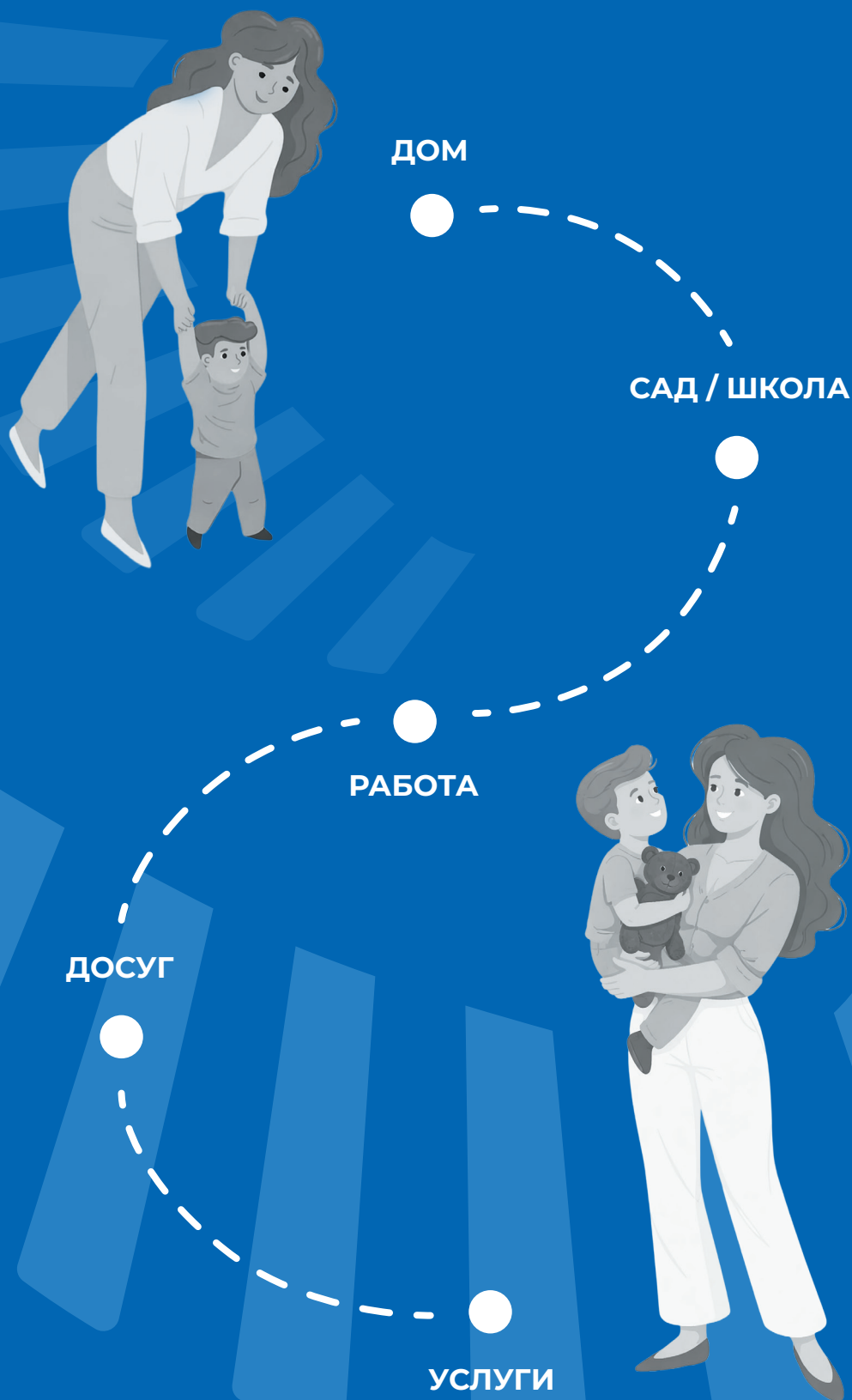
Параллельно в городской среде проявляются другие точки – точки заботы, где с ребёнком можно быть. Где есть место, чтобы спокойно присесть с коляской, где с пониманием относятся к детским эмоциям, где помогут переждать истерику или просто не посмотрят косо.

Именно из таких повседневных, на первый взгляд незаметных точек складывается инфраструктура заботы – слой городской среды, который родители ощущают каждый день, за-

частую не называя его так и не задумываясь о его «проектном» устройстве. Это не отдельные объекты и не разрозненные инициативы, а совокупный пользовательский опыт семьи в городе.

Инфраструктура заботы превращает просейное пространственное проектирование из набора принципов и схем в реальность повседневной жизни. В маршруте **«дом — детский сад или школа — работа — досуг — услуги»** у семьи должны быть пространства, где присутствие ребёнка воспринимается как норма, а не как помеха.

Именно здесь забота становится ощутимой: не в декларациях, а в том, как устроен обычный день семьи в большом или маленьком населённом пункте.



2.1 Комнаты матери и ребёнка: маркер уважения к родителям

Для родителей младенцев комната матери и ребёнка — это не просто удобство, а возможность в принципе пользоваться городом. Это небольшое, но защищённое пространство, где можно накормить ребёнка, переодеть его, умыться, переодеться самому, по-

сидеть в тишине и переждать напряжённый момент. Важна не только функциональность таких помещений, но и сам факт их наличия: «здесь нас ждали с ребёнком, а не терпят по необходимости».

Особенно значимы комнаты матери и ребёнка **в узловых точках городской жизни:**



торгово-развлекательные центры и крупные магазины



транспортно-пересадочные узлы и вокзалы



большие парки и общественные пространства



МФЦ, поликлиники и больницы



Комната матери и ребёнка

При отсутствии таких комнат родитель с младенцем либо оказывается фактически привязан к дому, либо постоянно действует на грани допустимого – кормит «на коленке», ищет укромные углы, резко сокращает время пребывания вне дома. В этих условиях мысли о втором или третьем ребёнке нередко связываются не только с финансовыми, но и с бытовыми страхами: «я снова окажусь в ловушке четырёх стен».

Когда же комнаты матери и ребёнка становятся привычной частью городской инфраструктуры, повседневная логика меняется. С ребёнком можно поехать по делам, в торговый центр, парк или на вокзал без ощущения, что любой сбой автоматически заканчи-

вается срочным возвращением домой. Это не «магическая» мера, но она снимает один из наиболее жёстких барьеров, снижает уровень родительского выгорания и делает жизнь семьи в городе более предсказуемой и управляемой.

Для города это сравнительно недорогой инфраструктурный шаг, который ежедневно ощущают тысячи людей. Для бизнеса, и прежде всего для ТРЦ и крупных общественных объектов, такие пространства увеличивают время пребывания семей, средний чек и уровень лояльности: люди возвращаются туда, где в сложной ситуации им помогли, а не оставили один на один с проблемой.

2.2 Семейные пространства в парках и публичных местах

Парк для семьи с детьми — это не только зелёные зоны и прогулочные дорожки. Это пространство, куда можно выйти без долгих сборов, где ребёнок находит занятие по возрасту, а взрослый получает возможность хотя бы ненадолго выдохнуть или заняться своими делами.

Полноценное семейное пространство в парке, как правило, включает:



игровые зоны для разных возрастов, где малыши, младшие школьники и подростки имеют собственные пространства и не мешают друг другу;



места для взрослых — удобные скамейки, тень, хороший обзор, а иногда Wi-Fi и возможность поработать, пока ребёнок занят;



элементы игры на природе — холмы, дерево, песок, воду и работу с ландшафтом, которые дают детям возможность естественной игры и движения, а не только стандартных «аттракционных» сценариев;



систему освещения и видеонаблюдения на детских площадках и ключевых маршрутах, которая помогает оперативно реагировать на инциденты, снижает уровень вандализма и повышает чувство безопасности родителей.



Детская площадка с элементами “natural play areas”

Качественное семейное пространство учитывает не одного «абстрактного ребёнка», а разные этапы взросления — от коляски до подросткового возраста. Это снижает конфликт интересов между детьми разного возраста и делает пространство устойчивым во времени.

Почему это важно: родители не «выпадают» из парка через 2–3 года; семье не приходится

постоянно менять маршруты; среда перестаёт быть исключительно «детской» и становится по-настоящему семейной.

Такие парки становятся для семьи «вторым двором», местом повседневной жизни, а не редкой поездки «по особому поводу». Чем больше подобных пространств расположено в шаговой доступности от жилья, тем меньше семья замыкается в связке «квартира — тор-

говый центр» и тем ниже уровень родительского выгорания и постоянного ощущения, что ребёнок – это прежде всего нагрузка и логистика.

Для города развитие семейных парков означает устойчивый рост качества городской среды и удовлетворённости жителей, что от-

ражается как в индексе качества городской среды, так и в результатах социологических опросов. Для бизнеса, расположенного рядом (кафе, сервисы, малые предприниматели), — это стабильный поток семейных посетителей, которые остаются в своём районе и тратят деньги рядом с домом, а не уезжают за «нормальным парком» в другую часть города.

2.3 Семейные парковочные места

Во многих повседневных маршрутах семьи с маленькими детьми начальной ключевой точкой становится не парк и не кафе, а парковка — место, где начинается и заканчивается взаимодействие с городской средой. Для родителей с коляской, автокреслом или несколькими детьми расстояние от машины до входа, ширина прохода и возможность спокойно открыть дверь напрямую влияют на комфорт семьи.

Сегодня в городской среде уже закреплён и понятен знак парковки для людей с инвалидностью – как нормативный, так и культурный. Он считается без объяснений: здесь учитываются особые физические ограничения.

Аналогичным образом семейные парковочные места с обозначением «мама, папа и ребёнок», недавно появившиеся в Москве, формируют понятный сигнал заботы о родителях с маленькими детьми.

На первый взгляд, это небольшое решение, но в совокупности оно снижает количество стрессовых ситуаций, экономит время и силы родителей и делает город более дружелюбным к семьям на самом базовом уровне — уровне повседневных действий.

Проект знака: Парковка для многодетных семей



Такие места, как правило:

- расположены ближе к входу в здание или общественное пространство;
- имеют увеличенную ширину парковочного места для безопасной установки детского кресла и выхода с коляской;
- содержат понятную визуальную навигацию и маркировку.

С точки зрения города и бизнеса такие парковочные места — один из самых доступных инструментов поддержки семей: они не требуют капитального строительства, легко масштабируются и хорошо считываются жителями.

С точки зрения семьи, это сигнал уважения и признания: «здесь учитывают, что ты с ребёнком, и делают жизнь немного проще».

Для подрастающего поколения такие решения тоже важны: они ежедневно показывают, что семья с детьми — нормальная и ожидаемая часть городской жизни, а не исключение, и что общество готово вкладываться в её удобство.

В долгосрочной перспективе такая среда формирует более позитивные ожидания от родительства и может способствовать тому, что планы родить первого ребёнка перестают бесконечно откладываться «на потом».

2.4 Что уже делает бизнес: просемейные форматы «снизу»

Даже без специальных программ со стороны государства московский бизнес уже формирует элементы инфраструктуры заботы через повседневные решения, встроенные в сервис, пространство и логику работы.

Эти практики редко оформлены как отдельная «социальная политика», но именно они определяют, насколько город удобен и дружелюбен для жизни с детьми здесь и сейчас.

Сегодня можно выделить несколько устойчивых направлений такой просемейной инициативы.



СЕМЕЙНЫЕ КАФЕ И РЕСТОРАНЫ

В Москве работают заведения, где дети получают бесплатное питание или особые условия — не в формате разовой акции, а как часть постоянной политики. Например, сеть пельменных «Лепим и Варим» кормит детей до определённого возраста бесплатно при заказе взрослого. Для родителей это снижает финансовый и эмоциональный порог выхода в город, для бизнеса — формирует устойчивую лояльность и повторные визиты.



СЕРВИСЫ И РИТЕЙЛ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА СЕМЬЮ

Речь идёт не только о детских товарах, но и о повседневных услугах: ремонте обуви и одежды, бытовом сервисе, медицинских и образовательных услугах, где учитывается специфика семей с детьми. В Москве есть примеры компаний, которые, например, предоставляют бесплатный или льготный ремонт детской обуви, понимая, что для семьи это не прихоть, а регулярная необходимость.



ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА

Некоторые ТРЦ и общественные объекты создают детские зоны, игровые комнаты, пространства для спокойного пребывания с ребёнком. Это позволяет семье находиться в городе дольше, не превращая каждый выход «по делам» в источник стресса. Такие решения работают не только как сервис, но и как элемент городской навигации: «сюда можно с детьми».



ОФИСЫ, ПРОИЗВОДСТВА, КОВОРКИНГИ, ОНЛАЙН-БИЗНЕС

Часть компаний идёт дальше клиентских форматов и внедряет поддержку семей для сотрудников. Это комнаты для кормления, детские зоны, семейные дни, гибкие графики и удалённые форматы. Подобные практики напрямую влияют на удержание персонала, вовлечённость и снижение выгорания, особенно среди родителей маленьких детей. Мы поговорим об этом более детально в следующих главах.



Детский уголок в пункте выдачи

Подобные решения появляются всё чаще и становятся важной частью городской инфраструктуры для семей с детьми. Так, торгово-развлекательный центр **«Кузьминки**

Молл» последовательно развивает семейную инфраструктуру, рассматривая её как важную часть комфортной городской среды для родителей.

Руководитель отдела маркетинга
ТРЦ «Кузьминки Молл»

Тоноян Лилиа Нельсоновна
рассказывает:



Торгово-развлекательный центр «Кузьминки Молл» – это семейный торговый центр и центральное место шопинга, развлечений и встреч жителей района Кузьминки. Семьи с детьми – один из основных сегментов посетителя, поэтому мы последовательно развиваем инфраструктуру, которая делает пребывание родителей с детьми комфортным и безопасным:

- *На территории торгового центра оборудованы современные комнаты матери и ребёнка, где родители могут спокойно покормить или переодеть малыша. Для удобства посетителей с детьми доступен прокат детских колясок, а на фудкорте можно бесплатно взять детский стульчик для кормления и разогреть еду в микроволновке.*
- *Отдельное внимание уделяется безопасности детей. На стойке информации можно взять браслетик, надеть его на руку ребёнка и написать ФИО и телефонный номер родителя. Родителям позвонят в случае, если ребёнок потеряется.*
- *Мы также стараемся поддерживать многодетные семьи: для них действует возможность бесплатной парковки автомобиля, что делает посещение торгового центра более доступным.*
- *Периодически мы организовываем детские клубы, а также различные мероприятия для детей абсолютно бесплатно.*

Мы убеждены, что торговые центры сегодня должны быть не только местом покупок, но и комфортным общественным пространством для семей, где родители чувствуют заботу, а дети – безопасность и внимание.





ТРЦ «Кузьминки Молл»

В совокупности для семьи это складывается в простую и очень практичную карту города: «сюда можно с детьми — здесь нас ждут, а сюда лучше не идти». Для бизнеса — в измеримые эффекты: устойчивый семейный трафик, рост времени пребывания, среднего чека и «сарафанное радио» через родительские сообщества и чаты.

Ассоциация «Московский бизнес — за семью» собрала первичную информацию о таких практиках и выявила в Москве **более 300 компаний**, которые по-разному поддерживают семьи клиентов и сотрудников — от бесплатного питания и сервисов для детей до гибких форматов работы и корпоративной инфраструктуры. При этом большинство жителей о них просто не знает: сегодня нет

единого информационного решения, который позволял бы увидеть на карте города **«семейно-дружелюбные» места.**

Одна из задач ассоциации — сделать эту инфраструктуру заботы видимой и системной. В том числе направлены запросы в геосервисы Яндекса и 2gis с предложением ввести отдельные фильтры или обозначения для бизнеса, поддерживающего семьи, чтобы родители могли находить такие места так же просто, как сегодня ищут аптеки, школы или поликлиники. Это позволяет не создавать новую систему с нуля, а собрать в единую городскую инфраструктуру то, что уже работает «снизу» — силами бизнеса и в ответ на реальный запрос семей.

Исследования показывают, что такие практики повышают удовлетворённость сотрудников, удержание персонала и общую продуктивность, особенно среди родителей маленьких детей. Для городов и стран это напрямую связано с более высокой вовлечённостью женщин в экономику, когда работа и семья не находятся в прямом конфликте и у родителей появляется больше возможностей задумываться о новых детях.

Подобные решения реализуются и в России, где появляются компании, которые выстраивают семейную инфраструктуру как долгосрочную инвестицию в персонал. Так, компания **GRASS** реализует проект помощи детскому саду для детей сотрудников. Это пример того, как бизнес берёт на себя часть заботы о семье не в формате разовой льготы, а через устойчивое инфраструктурное решение.



Пример мероприятия для детского сада

Руководитель проекта
корпоративной культуры
Комлева Екатерина Сергеевна
рассказывает:



Семья всегда была важной ценностью для нашей компании — неслучайно наша корпоративная культура называется «ГРАСС СЕМЬЯ».

Сегодня мы поддерживаем местный детский сад, а сотрудники, чьи дети его посещают, могут получать компенсацию за дополнительное образование, например кружок Лего, английский язык и многое другое. Уже на этапе запуска более 90 родителей выразили желание привести туда своих детей.

Сотрудники отмечают, что чувствуют спокойствие и уверенность: компания находится в постоянном контакте с детским садом, помогает в решении любых вопросов и поддерживает все необходимые инициативы.

Для многих мам это также стало важным фактором более комфортного выхода из декретного отпуска — они знают, что рядом есть место, где их детей ждут и о них заботятся.

Мы видим, что внимание и искренняя забота о детях усиливают доверие к компании и делают нас более привлекательным работодателем.



Подобные решения требуют сложной инфраструктуры, но существенно снижают барьеры для семей с детьми и формируют устойчивую лояльность сотрудников, обеспечивая сильное конкурентное преимущество в HR бренде. Для родителей это сигнал: здесь учитывают их повседневные потребности, а не делают заботу формальной.

Для российских городов и компаний вывод прагматичен: семейно ориентированная корпоративная среда — это не социальная роскошь, а элемент конкурентной борьбы за людей и бизнес. Компании, создающие такие условия, получают преимущество в привлечении и удержании семейных сотрудников, а значит вносят вклад одновременно и в экономическую устойчивость, и в демографические перспективы территории.



3

**Бизнес как оператор
просемейной среды**

Бизнес как оператор просемейной среды



3.1 Роль бизнеса в демографии

Сегодня в России зарегистрировано около 6,7 млн субъектов малого и среднего бизнеса — это более 4,4 млн индивидуальных предпринимателей и более 2,2 млн компаний разного уровня.

Если смотреть на демографию не как на статистику, а как на среду, в которой семья принимает решение о рождении ребёнка, становится очевидно: именно бизнес сегодня является самым масштабным оператором этой среды. Миллионы предпринимателей ежедневно формируют пространство, где семья живёт, покупает, отдыхает, получает услуги и ощущает поддержку. Поэтому бизнес — это не просто экономика, а пространство демографических изменений в стране.

Малый бизнес часто воспринимается как локальный игрок, однако даже компания с 10–50 сотрудниками и потоком ~30 клиентов в день формирует до 10 000 контактов с людьми в год, а значит — с семьями, которые ежедневно принимают жизненные решения. Каждое управленческое решение предпринимателя — о гибком графике для сотрудников, о скидке для многодетных, о детской зоне или удобстве сервиса — масштабируется через сотни и тысячи контактов с людьми.



Демографические решения никогда не принимаются одномоментно. Это не реакция на одну меру поддержки и не результат одного события. Решение о рождении ребёнка формируется как итог длительного опыта проживания **в определённой среде**, на которую может влиять и которую может создавать любой предприниматель. Семья оценивает, насколько эта среда дружелюбна, предсказуема, безопасна и уважительна к родителям и детям. И в этом процессе бизнес играет определяющую роль.

Особенность бизнеса заключается **в его масштабе и скорости распространения практик**. Даже небольшие изменения, внедрённые массово, способны охватить миллионы людей за короткий срок. Если каждая компания или индивидуальный предприниматель внедряет хотя бы одну простую просемейную меру, эффект неизбежно становится си-

стемным и сопоставимым по масштабу с государственными программами.

Таким образом, бизнес перестаёт быть внешним наблюдателем демографических процессов. Он становится активным участником формирования социальной среды, в которой семья принимает ключевые жизненные решения. В современных условиях именно бизнес является связующим звеном между демографической стратегией государства и реальным опытом жизни семьи.

Одно управленческое решение предпринимателя может повлиять на тысячи семей в год. Но создание просемейного пространства для бизнеса может быть не просто инфраструктурой лояльных клиентов, но и точкой для роста показателей бизнеса, таких как выручка, прибыль, средний чек.

3.2 Экономика просемейного бизнеса

Просемейное пространственное проектирование — это не издержки и не благотворительность. Это инвестиции в поведение на-

ших жителей и клиентов, которые напрямую влияют на финансовые показатели бизнеса.

Семьи с детьми — самые лояльные, самые долгосрочные и самые предсказуемые клиенты, если бизнес создаёт для них комфортную среду.

семья выбирает **не «дешевле»**,
а удобнее и безопаснее

↑ **СРЕДНИЙ ЧЕК**

семья **дольше** остаётся в пространстве

↑ **ВРЕМЯ ПРЕБЫВАНИЯ**

семья **возвращается**

↑ **LTV** – пожизненная
ценность клиента

семья **рекомендует**

↑ **NPS** – индекс
потребительской
лояльности



СЕМЬЯ – ЭТО ВЫГОДНЫЙ КЛИЕНТ!

Время, проведённое клиентом в пространстве, напрямую конвертируется в деньги.

Бизнес перестаёт быть просто продавцом товаров, становясь оператором «инфраструктуры заботы», что напрямую влияет на стоимость и лояльность клиентов.

Пример: компания **«Детский мир»**, один из крупнейших игроков в сфере товаров для детей, ежедневно взаимодействует с мил-

лионами семей по всей стране и глубоко понимает их реальные потребности, поведение и ожидания. Её опыт показывает, что просемейный подход — это не декларация, а стратегическая модель развития, в которой удобство, безопасность, доступность и поддержка родителей напрямую связаны с устойчивостью бизнеса, лояльностью клиентов и долгосрочным ростом. Как итог: системная ориентация на семью влияет на показатели и формирует доверие на рынке.



Иванов Алексей Вадимович

Директор по взаимодействию
с органами государственной
власти ГК «Детский мир»



Для «Детского мира», крупнейшего ритейлера в сегменте детских товаров, просемейный подход — фундаментальная ценность, которая определяет наш взгляд на бизнес. Мы глубоко убеждены, что забота о семье и детстве — это инвестиция в устойчивое будущее.

Мы не просто производим и продаём одежду, обувь, средства гигиены и игрушки — мы анализируем потребности тысяч семей, чтобы наши товары решали реальные проблемы, а не создавали новые. Мы помогаем мамам и папам делать осознанный выбор, ограждая их от сомнений в качестве, предлагая широкий выбор товаров под собственными торговыми марками.

Как социально ответственный бизнес федерального масштаба, мы стремимся сделать поддержку семей с детьми адресной и конкретной: реализуем программы социальных сертификатов на покупки детских товаров, участвуем в разработке программ поддержки каждой семьи с ребёнком.

Кроме того, мы считаем своим долгом участвовать в жизни общества через благотворительные инициативы, поддерживая тех детей и те семьи, кому наша помощь нужна здесь и сейчас. Быть просемейным — значит слышать потребности родителей и отвечать на них качеством, заботой и надёжностью.



3.3 Забота о клиентах и сотрудниках

Как же создать пространство, где семья будет проводить время с удовольствием и чувствовать себя комфортно? Уже сейчас есть примеры, которые могут вдохновлять и доказывать нам ещё раз, что это выгодное вложение в развитие своего бизнеса. От крупных девелоперов до маленьких кафе и мастерских. Любой может стать частью большого дела.

Инвестиции в инфраструктуру ЖК: сегодня часть девелоперов начинает рассматривать семейную инфраструктуру как ключевой

элемент жилого продукта. При проектировании новых кварталов внимание уделяется не только планировкам квартир, но и тому, насколько район будет удобен для семей с детьми.

Девелоперы включают в проекты жилых комплексов не просто детские площадки, а полноценные «семейные хабы» — коворкинги с игровыми зонами, соседские центры для совместных праздников и безопасные закрытые двory без машин.

MR GROUP

Годованец Алексей Владимирович

Управляющий партнёр MR Group,
девелопер проекта «МЫС»



Создавая жилой продукт, мы думали об оптимальном сочетании стоимости жилья, удалённости от работы и развитой инфраструктуры в пешеходной доступности от дома, а также о разнообразии форматов жилья.

Кому нужна квартира большой площади? Прежде всего семьям с двумя или тремя детьми, а также семьям нескольких поколений, живущим вместе. Это также жильё для семей, которые планируют расти.

Народосбережение и рост рождаемости являются приоритетной задачей государства и общества на ближайшие годы. Помогая решать эту задачу, мы соединяем наши усилия с приоритетами государства и насущными потребностями большого количества московских семей.

Мы ставим перед собой задачу построить большой квартал для многодетных семей - представителей московского среднего класса, которые будут использовать эту недвижимость как основное или единственное жильё.

Какие качества необходимо придать такому продукту, чтобы он максимально соответствовал требованиям и ожиданиям таких клиентов?

В первую очередь необходимо создать полноценную инфраструктуру, позволяющую жителям, прежде всего детям, передвигаться по району пешком.

В пешей доступности должны находиться качественные и доступные школы, дополнительное образование, спортивная инфраструктура, а также пространства для уличной активности — детские и спортивные площадки, места для прогулок, катания на велосипедах и других видов активного отдыха.

Не менее важно обеспечить инфраструктуру и для взрослых: спортивные объекты, рестораны и кафе, прогулочные зоны, коворкинги, соседские центры и пространства для общественной активности.



Такие решения становятся для девелоперов не просто элементом благоустройства, а **мощным экономическим драйвером**. Семейно ориентированная инфраструктура увеличивает ценность жилого проекта в глазах покупателей: семьи дольше остаются внутри пространства, активнее пользуются сервисами, формируют устойчивое соседское сообщество и возвращаются к локальным бизнесам снова и снова. Там, где двор и общественные зоны превращаются в «семейный хаб», растёт не только качество жизни, но и коммерческий потенциал территории — повышается спрос, ускоряются продажи, усиливается лояльность жителей и увеличивается долгосрочная доходность проекта. Именно поэтому просемейное пространственное проектирование становится одним из самых перспективных направлений современной бизнес-инфраструктуры.

Создание «третьих мест»: малый и средний бизнес проектирует свои интерьеры с учётом семейных нужд: комнаты матери и ребёнка, удобные парковки для колясок, небольшие детские уголки с раскрасками, книгами и настольными играми, стульчики для кормления, место для подогрева детского питания. Простые меры — бесплатные раскраски с логотипом заведения, маленькие подарки детям, семейные меню и программы лояльности — почти не требуют вложений, но увеличивают время пребывания семьи, возвращаемость клиентов, пожизненную ценность клиента и «сарафанное радио», превращая такие точки в настоящие семейные «третьи места» района.

Важно зафиксировать: просемейные решения **не являются прерогативой крупных корпораций**. Напротив, именно малый и средний бизнес обладает главным преимуществом — гибкостью и скоростью вне-

дрения. Там, где крупной компании нужны регламенты, бюджеты и согласования, собственник малого или среднего бизнеса может принять решение за один день.

Забота о семье в бизнесе проявляется не только в том, что видит клиент, но и в том, как чувствует себя сотрудник внутри компании. Просемейная среда начинается с уважения к повседневным потребностям родителей — удобства, безопасности, внимания к детям — и продолжается в корпоративной культуре, где работодатель поддерживает человека в ключевые моменты жизни. Создавая комфорт для клиентов и одновременно укрепляя поддержку сотрудников, бизнес формирует доверие, лояльность и сильный HR-бренд, превращая заботу о семье в устойчивое конкурентное преимущество.

Сегодня работа и семья перестали быть разными сферами жизни. Для большинства россиян именно работодатель формирует ощущение стабильности, предсказуемости и поддержки в ключевые моменты жизни. Решение о рождении ребёнка всё чаще принимается не только исходя из дохода, но и также исходя из ответа на вопрос: **«Что со мной будет на работе, когда у меня появится ребёнок?»**

Практика показывает: не все меры требуют больших бюджетов, но многие дают сильный семейно ориентированный эффект:

- гибкий график;
- расширенные отпуска для многодетных;
- удалённый или гибридный формат работы;
- «семейные дни» в компании;
- корпоративные страховки для детей;
- подарочные наборы и поддержка при рождении ребёнка;
- сохранение карьерной траектории после декрета.

Прямые финансовые меры поддержки — важный, но не единственный элемент.

Для семьи принципиально важно:

- понимание, что работодатель не подвергнет явной или скрытой дискриминации за рождение ребёнка;

- уверенность в сохранении дохода, кадровой позиции и сложившегося отношения;
- ощущение, что семья — не «проблема», а нормальная часть жизни сотрудника.

Именно поэтому корпоративные меры работают сильнее, когда они системны и понятны.



На фоне кадрового дефицита семейно ориентированная политика становится не социальной нагрузкой, а HR-стратегией.

Компании, внедряющие такие меры:

- снижают текучесть кадров;
- повышают вовлечённость сотрудников;
- усиливают лояльность;
- выигрывают конкуренцию за кадры на рынке труда.

Современный семейно ориентированный работодатель выигрывает не только сегодняшний день, но и перспективу.

Этот подход всё чаще становится частью стратегий крупных компаний.

Такую модель последовательно развивает **Совкомбанк**.



Руководитель Департамента
корпоративных ценностей,
HR-директор Совкомбанка
Имаметдинова Надия Анверовна
отмечает:



Поддержка семей в Совкомбанке - часть долгосрочной HR-стратегии, в которую за два года мы уже инвестировали более 500 млн рублей. Мы последовательно формируем систему мер поддержки для сотрудников: в банке действуют программы ведения беременности, кредитование ЭКО под 1%, выплаты при рождении ребёнка до 200 тысяч рублей, компенсация частных детских садов и путёвок в детские лагеря. Для школьников и их родителей у нас есть разные программы — выплаты к 1 сентября и оплачиваемый выходной для родителей первоклассников, для старшеклассников доступны курсы подготовки к ОГЭ и ЕГЭ.

Для наших сотрудников доступны банковские продукты на выгодных условиях, например ипотека и кредиты, можно получить поддержку корпоративных психологов, существуют программы отдыха и финансирования инициатив, которые укрепляют семейные связи. Всё это помогает нам создавать комфортную рабочую среду, где сотрудники могут совмещать работу и семью, а внутри команды укрепляется доверие и вовлечённость. Поддержка семьи учитывается и в работе с клиентами, чтобы помогать им в решении повседневных задач. Для нас устойчивое развитие бизнеса неразрывно связано с заботой о семье и балансе между работой и личной жизнью.



Подобные практики показывают, что семейно ориентированная политика становится не социальной инициативой, а инструмен-

том управления человеческим капиталом и устойчивого развития бизнеса.

3.4 Онлайн-бизнес как участник просемейной цифровой среды

За последние годы онлайн-среда перестала быть дополнением к офлайн-жизни. Для миллионов семей в России она стала основным пространством принятия решений: что купить, куда пойти, как сэкономить время, деньги и силы. Особенно это чувствительно для семей с детьми, где каждая лишняя поездка, очередь или стресс имеют значение.

Маркетплейсы, сервисы доставки, онлайн-банки, цифровые экосистемы и платформы формируют привычки, ритм жизни и уровень комфорта семьи не меньше, чем физическая городская среда. Именно поэтому онлайн-бизнес сегодня является полноценным участником формирования просемейной среды.

Практики, которые уже работают, но не повсеместно:

- **семейные и детские категории** с понятной навигацией;
- **фильтры и подборки «для семьи»**, «для новорождённых», «для многодетных»;
- **подписки и регулярные поставки товаров** первой необходимости;

- **программы лояльности** и персональные предложения для семей;
- **прозрачные и предсказуемые условия** доставки;
- **удобный возврат и поддержка** без конфликтов;
- **семейные аккаунты** и совместное управление заказами;
- **пространства для детей в пункте выдачи заказов** маркетплейсов.

Эти решения напрямую влияют на удержание клиента и его долгосрочную ценность.

Пример: внедрением просемейных практик заняты не только крупные федеральные компании, но и предприниматели, которые только формируют свои бренды, осознанно выбирая подход, в котором забота о сотрудниках и внимание к потребностям семей становятся частью стратегии роста.

Своим взглядом на эту тему делится бренд-директор компании **“Zofft”**, рассказывая, почему для молодой компании важно сразу закладывать просемейные ценности в основу развития бизнеса.

zofft

**Корчагин Александр
Владимирович**

Бренд-директор российского
бренда бытовой техники Zofft



”

Для Zofft просемейные инициативы — это не разовая акция, а естественное продолжение того, чем мы являемся как бренд бытовой техники. В основе нашей философии лежит забота, а семья — самая ценная часть жизни большинства наших сотрудников и клиентов.

Для команды Zofft забота о семьях — это выплаты молодожёнам и родителям новорождённых, дополнительные выходные для мам и пап в период беременности и появления ребёнка.

Для клиентов — партнёрство с Союзом многодетных матерей России и постоянная скидка 15% на весь ассортимент для его участниц.

На короткой дистанции такую политику трудно измерить только в деньгах, но уже сейчас мы видим, как растёт доверие к компании со стороны клиентов.

“

Самые большие точки продаж в онлайн-среде на текущий момент – маркетплейсы. Цифровые сервисы фактически выравнивают доступ семей к товарам и сервисам, незави-

симо от географии. Это важный демографический эффект, который редко проговаривается напрямую, но имеет стратегическое значение.

Ниже представлен комментарий компании **RWB (объединённая компания Wildberries&Russ)** – одного из крупнейших игроков российского e-commerce рынка.



Онлайн-бизнес уже стал неотъемлемой частью семейной инфраструктуры, и мы в Wildberries хорошо это понимаем. Каждый день миллионы родителей выбирают на нашей площадке товары для детей, планируют семейный бюджет и распределяют своё время — от того, насколько удобно и уважительно устроен этот опыт, напрямую зависит качество их повседневной жизни.

Сегодня мы делаем следующий шаг: разрабатываем систему поддержки для продавцов и брендов, которые внедряют просемейные практики — предлагают специальные скидки и программы лояльности для семей и многодетных, создают товары и сервисы, упрощающие жизнь родителям и детям. Для таких партнёров мы будем формировать дополнительные возможности продвижения, участия в акциях и специальных витринах, чтобы просемейные предложения становились заметнее и доступнее семьям по всей стране.

Мы рассматриваем это не как разовую инициативу, а как долгосрочное направление: Wildberries уже сегодня влияет на то, какие сценарии жизни семьи кажутся реальными и доступными, а значит — и на демографическую устойчивость России. Наша задача как платформы — сделать так, чтобы забота о семье была выгодна и покупателю, и продавцу, и в ближайшие годы мы будем только усиливать эту линию, поддерживая предпринимателей, которые помогают семьям жить легче и увереннее.



Онлайн-бизнес уже стал частью семейной инфраструктуры. Вопрос не в том, участвует ли он в формировании демографической среды, а в том, **насколько осознанно он это делает.**

Будущее демографии формируется не только в городах и офисах, но и в интерфейсах, e-commerce и пользовательском опыте.

A large, stylized gear or cogwheel is the central background element. It is rendered in a dark blue color with a lighter blue gradient, giving it a three-dimensional appearance. The gear has several teeth, and the background is a solid dark blue color.

4

**Пилотный проект:
МОСКВА, Восточный
административный
округ**

Пилотный проект: МОСКВА, Восточный административный округ

4.1 Вступление: зачем нужен «пилот» в ВАО

Карпович Наталья Николаевна

Член Совета при Президенте РФ по реализации государственной политики в сфере поддержки русского языка и языков народов РФ, руководитель РОО «Объединение многодетных семей города Москвы», партнёр Ассоциации предпринимателей «Московский бизнес – за семью»:



Восточный административный округ стал первой площадкой, где мы вместе с префектурой округа, Ассоциацией «Московский бизнес – за семью» и предпринимателями округа смогли в одном проекте соединить самые разные меры поддержки семьи и превратить их в реальный, работающий просемейный стандарт

для района. Для нас этот пилот — не эксперимент «ради галочки», а уверенный шаг к тому, чтобы мягкие, недорогие для бюджета решения, поддержанные административным ресурсом префектуры и инициативой бизнеса, одновременно улучшали повседневную жизнь семей с детьми, способствовали укреплению семейных отношений и в итоге усиливали демографический, налоговый и инвестиционный потенциал всей территории.



4.2 Как устроен проект «Просемейное пространство ВАО»

В основу пилота положен простой принцип: семья с детьми, проживающая в округе, должна чувствовать, что о ней заботятся и стремятся помочь при решении больших и малых проблем — от выбора места работы до повседневных покупок и отды-

ха. Ассоциация выступает «сборщиком» и координатором этого процесса: помогает предпринимателям внедрять просемейные практики, а органам власти — выстраивать понятные правила игры и тиражировать удачные решения.

Проект реализуется в трёх форматах:



«СЕМЬЯ — БИЗНЕС»

(скидки, сервисы и поддержка сотрудников с детьми);



«СЕМЬЯ — ГОРОДСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА»

(комнаты матери и ребёнка, семейные парковочные места);



«БИЗНЕС — ВЛАСТЬ»

(совместные встречи, льготные условия и информационная поддержка).

4.3 Что делает бизнес

В пилоте участвуют компании торговли, услуг, общепита, спорта и досуга, которые добровольно взяли на себя просемейные обязательства и закрепили их в партнёрских соглашениях с Ассоциацией. **В результате семьям клиентов и сотрудников предлагаются:**



постоянные скидки на товары и услуги для семей с детьми, в том числе многодетных, акции «семейный день», семейные абонементы и пакеты услуг;



прозрачные условия участия в акциях (карта участника, цифровой промокод, подтверждение статуса семьи), что позволяет бизнесу учитывать эффект акций и видеть рост повторных визитов;



гибкие графики и возможность краткосрочного удалённого формата работы для родителей с детьми, дополнительные дни оплачиваемого или частично оплачиваемого отпуска по случаю рождения ребёнка;



частичная компенсация оплаты детского сада или секций, расширенный ДМС с детскими опциями, внутренние «семейные» мероприятия для сотрудников;



создание в торговых центрах комнат матери и ребёнка с возможностью кормления, переодевания и краткого отдыха;



организация семейных парковочных мест ближе к входу в ТЦ и крупные объекты услуг, с увеличенной шириной и понятной навигацией.

Ассоциация «Московский бизнес — за семью» в пилоте ВАО реализует **три ключевые функции:**

1.

Создаётся **информационный агрегатор** семейно ориентированного бизнеса округа — единая база партнёров, где житель видит, какие компании поддерживают семьи и какие постоянные меры и скидки действуют.

2.

Формируется коммуникационное ядро проекта — открытое бизнес-сообщество с бесплатным участием, в рамках округа к нему уже присоединилось более 50 компаний.

3.

Разрабатываются информационные материалы о семейных программах партнёров, что позволяет малому бизнесу внедрять просемейные меры без дополнительных маркетинговых затрат, и одновременно создаёт узнаваемый информационный продукт о просемейной городской среде.

4.4 Роль префектуры Восточного административного округа в проекте

Роль префектуры ВАО в проекте является ключевой, обеспечивающей системное взаимодействие всех его участников, результативность реализуемых инициатив бизнеса при создании семейно ориентированной среды.

В частности, префектура:

- включила тему просемейного стандарта ведения дел в повестку встреч ассоциации с бизнесом;
- обеспечивает информационную поддержку инициативы в округе;
- обеспечивает координацию взаимодействия бизнеса по теме формирования просемейной среды с городскими службами;
- помогает в подборе информации для участников программы по льготной аренде, субсидиям на оборудование;

- поддерживает инициативу ассоциации по внедрению особых парковочных зон в торговых центрах «для семей с детьми»;
- учитывает просемейную ориентацию бизнеса при конкурсах на размещение в городских помещениях, при участии в ярмарках, фестивалях и социальных проектах округа;
- помогает анализировать данные о результатах пилотного проекта, необходимых для подготовки предложений по его дальнейшему тиражированию.

Поддержка префектурой ВАО просемейных практик бизнеса дополняет усилия столицы и государства в целом в сфере демографии без роста прямых бюджетных ассигнований, получая при этом существенный экономический и социальный эффект.

A large, stylized sunburst graphic in shades of blue, with rays radiating from the center. The rays are composed of various lengths and widths, creating a dynamic, sun-like effect.

5

**Что может уже
сегодня сделать
власть**

Что может уже сегодня сделать власть

Буцкая Татьяна Викторовна

Координатор федерального партийного проекта «Крепкая семья», первый заместитель председателя Комитета Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по защите семьи, вопросам отцовства, материнства и детства, партнёр Ассоциации предпринимателей «Московский бизнес — за семью»



Как педиатр и как депутат, я каждый день вижу, насколько уязвима мама с грудным ребёнком в городской среде. Часто у неё просто нет места, где спокойно покормить малыша, переодеть, помыть руки, привести себя в порядок — и каждый выход из дома превращается в стресс и для женщины, и для ребёнка. Поэтому я считаю принципиально важным, чтобы в торговых центрах, на крупных транспортных узлах, в парках, МФЦ и других местах притяжения людей появились удобные, понятные всем комнаты матери и ребёнка. Это недорогая мера, но она напрямую влияет и на здоровье детей, и на готовность семей жить активной жизнью с младенцем, не запираясь дома на несколько лет. То же самое касается и других предлагаемых нами мер. Все они не требуют бюджетных затрат — нужна лишь добрая воля, ответственность перед страной и согласованность действий.



5.1 Принять стандарты комнат матери и ребёнка

Первое, что власти могут сделать быстро и с высоким эффектом, — **утвердить национальный стандарт комнаты матери и ребёнка для ТРЦ, транспортных узлов, крупных парков и МФЦ**, ввести его соблю-

дение в разряд обязательных при получении разрешения на строительство.

Это решение сразу почувствуют на себе миллионы родителей, оно радикально поменяет в лучшую сторону жизнь семьи с младенцем.

5.2 Ввести требования к «просемейному двору» и улице

Следующий шаг — закрепить в правилах благоустройства **базовые параметры просемейного двора и улицы**. Это не про дорогие

«фешенебельные» пространства, а про простые, но системные вещи. Что можно зафиксировать в нормах:



запрет везде, где только возможно, сквозного проезда транспорта через дворы;



обязательное разделение дворов на зоны для разных возрастов и зоны тихого отдыха взрослых;



устройство на детских площадках пространств natural play areas (холмы, дерево, песок, вода) вместо полностью пластиковых комплексов.

5.3 Встроить просемейные критерии в программы благоустройства и «Формирования комфортной городской среды»

Логичный шаг — сделать просемейные решения в федеральном проекте не локальной «опцией», а приоритетом, главным критерием отбора при финансировании.

Для этого:

- ввести в методических рекомендациях ФКГС обязательный раздел «семейная инфраструктура» с минимальным набором требований: безопасные маршруты «дом–школа–сад–кружок», зоны для разных возрастов, безбарьерная среда, освещение, места для родителей (лавочки, навесы, комнаты матери и ребёнка);
- установить дополнительные баллы в конкурсе проектов благоустройства: за наличие помещений или модулей под комнаты матери и ребёнка, семейные «третьи места», инфраструктуру для колясок и многодетных семей, участие местного бизнеса в жизни общественного пространства (семейные мероприятия, партнёрские программы);
- зафиксировать, что проекты, игнорирующие потребности семей с детьми (нет безопасных переходов, детских зон, освещения, безбарьерных решений), не могут претендовать на верхний уровень финансирования и федеральные награды в сфере благоустройства;
- включить просемейные показатели в систему мониторинга ФКГС: доля объектов с детскими и семейными зонами, доступность площадок в шаговой доступности, удовлетворённость семей качеством среды.

5.4 Запустить налоговые и арендные стимулы для просемейных объектов

Чтобы бизнесу было выгодно инвестировать в семейную инфраструктуру, можно ввести:

- снижение арендной ставки в муниципальных помещениях для семейных коворкингов, детских центров, семейных кафе, сервисов кратковременного присмотра и других просемейных форматов; возможность арендных каникул на период запуска;
- налоговый вычет или ускоренная амортизация на оборудование детских комнат, комнат матери и ребёнка, семейных зон, а также на адаптацию помещений под безбарьерную среду (лифты, пандусы, санузлы);
- пониженные ставки имущественного налога на 3–5 лет для ТРЦ и объектов, которые внедрили стандартизированные просемейные решения и прошли сертификацию муниципалитета;
- установить дополнительные баллы в конкурсах на размещение в городских помещениях и при участии в региональных грантах для предпринимателей, имеющих статус «просемейного объекта» и работающих в районах с высокой долей семей.

5.5 Семейные парковочные места у общественных объектов

Для родителей с маленькими детьми путь «машина – вход в здание» часто оказывается самым стрессовым участком маршрута: нужно выгрузить автокресло, достать коляску, проследить за старшими детьми, не мешая

потоку машин. Отдельные семейные парковочные места, расположенные ближе к входу и увеличенные по ширине, позволяют сделать этот участок безопасным и предсказуемым, особенно для многодетных семей.



Проект знака: Бесплатная парковка для многодетных семей

Для этого:

- закрепить в региональных и муниципальных рекомендациях минимальную долю семейных парковочных мест у ключевых объектах населённых пунктов;
- предусмотреть отдельное обозначение и мониторинг соблюдения установленных правил использования по аналогии с местами для людей с инвалидностью;
- при выдаче разрешений на строительство новых объектов сразу включать семейные парковочные места в проект, а для существующих — реализовать их за счёт новой разметки части парковки.

5.6 Масштабировать опыт Восточного административного округа г. Москвы

Префектурой ВАО г. Москвы совместно с Ассоциацией «Московский бизнес – за семью» в 2025 г. начат пилотный проект просемейного пространственного развития.

Сегодня здесь в интересах семей с детьми власть и бизнес вместе создают комнаты матери и ребёнка в ТРЦ, детские зоны, семейные пространства, организуют скидки и другие меры поддержки, а также участвуют в обсуждении благоустройства территорий в рамках программы «Мой район».

За время работы накоплен опыт, выработан системный подход в развитии просемейной городской среды.

Логичен следующий шаг — масштабирование полученного опыта.

Ассоциация «Московский бизнес – за семью» готова к работе с другими округами г. Москвы, с городами, населёнными пунктами России.

6

**Что может уже
сегодня сделать
бизнес**

Что может уже сегодня сделать бизнес

6.1 Провести «семейный аудит» своих продуктов и своей корпоративной культуры

Первый шаг — провести «просе-
мейный аудит» своих продуктов
и своей корпоративной культуры.

В результате просемейной фокусировки продуктов и сервисов бизнеса будут получены следующие **внешние эффекты**:

- **рост выручки и среднего чека**: при увеличении внимания к посетителю семьи тратят больше за один визит на питание, детские товары, услуги для детей, особенно в ТРЦ, в семейных кафе и в сервисах выходного дня;
- **увеличение количества постоянных клиентов, повышение частоты их визитов и уровня их лояльности**: родители быстро привыкают к местам, где им гарантирован комфорт с детьми;
- **увеличение времени пребывания и процент возвращаемости**: в этом смысле обустройство на вашем объекте комнаты матери и ребёнка, детских зон, удобных мест для колясок кратно увеличивают время пребывания клиентов и число их спонтанных покупок;
- **расширение целевой аудитории**: когда родители заняты, вместо них с детьми приходят бабушки, дедушки, няни, старшие дети, возникает вирусный эффект, бизнес начинает работать сразу с несколькими поколениями, что автоматически диверсифицирует его продуктовую линейку и расширяет доходную базу;

- **снижение затрат на рекламу, маркетинг:** благодаря уже упомянутому вирусному эффекту запускается «сарафанное радио», возникают спонтанные рекомендации в чатах и соцсетях, что снижает расходы на платную рекламу, маркетинговые мероприятия;
- **возникновение сообщества «адвокатов бренда»:** семейные скидки, программы лояльности, постоянное внимание к клиентам постепенно превращают родителей в активных общественных защитников вашего бизнеса.

В результате просемейной фокусировки внутрикорпоративной среды будут получены следующие **внутренние эффекты:**

- **удержание ключевых сотрудников:** гибкий график, частичная «удалёнка», поддержка при рождении ребёнка и адекватный отпуск по уходу за ним минимизируют желание сотрудника менять работу;
- **снижение затрат на подбор новых сотрудников и их обучение:** снижение текучести кадров радикально уменьшают расходы на адаптацию новых сотрудников;
- **повышение производительности труда:** сотрудники, которые не «разрываются» между работой и семьёй, трудятся ответственнее, продуктивнее, чем до рождения ребёнка («есть за кого отвечать»);
- **укрепление бренда:** просемейная корпоративная политика становится критерием выбора работы для квалифицированных специалистов, является преимуществом при конкуренции за кадры;
- **рост качества работы:** просемейная корпоративная культура формирует дружелюбную внутреннюю среду, что неизбежно ведёт к улучшению качества работы команды.

Стратегические эффекты от просемейной фокусировки клиентской и корпоративной опций:

- **предсказуемость доходов (высокий LTV семьи):** семьи потребляют услуги годами, меняя лишь набор продуктов со сменой возраста детей, но не сам факт потребления;
- **доступ к мерам поддержки и внимание государства:** активное участие в просемейных проектах открывает доступ к льготной аренде, налоговым стимулам, грантам и городским программам поддержки бизнеса;
- **улучшение позиций в ЭКГ-рейтинге:** ведение бизнеса на принципах социальной ответственности позволяет компании занимать высокие позиции в национальном ЭКГ-рейтинге, что, в свою очередь, даёт ей ряд преференций при участии в торгах, в региональных программах;
- **защита от кризисов:** бизнес, встроенный в семейную повседневность, легче переживает различные вызовы, турбулентности, так как семьи никогда не отказываются от базовых расходов на детей, на их досуг.

6.2 Что ещё можно сделать

Можно ещё стать партнёром Ассоциации «МОСКОВСКИЙ БИЗНЕС – ЗА СЕМЬЮ».

Это даёт:

- доступ к апробированным решениям в сфере ответственного ведения бизнеса, которые уже показали экономическую эффективность;
- Ассоциация кропотливо собирает лучшие практики компаний, которые реально работают с семьями: типовые пакеты поддержки при рождении ребёнка, готовые модели корпоративных детских комнат и shared-садов, просемейные HR-политики, понятные для сотрудников, клиентов и государства;
- присоединяясь к Ассоциации, предприниматель получает две вещи сразу: доступ к живому опыту ответственного бизнеса и принадлежность к сообществу, которое активно формирует демографическую повестку столицы и страны;
- если вы уже строите бизнес как ответственный или только планируете делать шаги в этом направлении, сканируйте QR-код и присоединяйтесь к Ассоциации «Московский бизнес – за семью» прямо сейчас.

Присоединиться к Ассоциации

Сканируйте QR-код, чтобы:

- стать партнёром Ассоциации;
- узнать больше о проектах и инициативах;
- присоединиться к развитию семейно ориентированной среды.

Сайт Ассоциации:
бизнесзасемью.рф



Стать партнёром

7

Заключение

Заключение

Мы обращаемся к предпринимателям: мы с вами лучше других понимаем, что люди — это наша главная ценность и наш основной ресурс. Чем больше в стране семей, которые чувствуют себя уверенно и получают поддержку, тем устойчивее спрос на наши товары и услуги сегодня и тем лучше жизнь для наших детей и внуков завтра. Просемейные решения — это не только про ответственность, это про рост: выручки, лояльности, качества команды, устойчивости к кризисам и репутации компании как партнёра государства и общества.

Мы обращаемся к представителям власти: у вас уже есть инструменты — программы благоустройства, ФКГС, налоговые и арендные льготы, корпоративные выплаты, гранты для НКО. Просемейные критерии должны стать ключевыми при принятии государственных решений, при формировании жизненного пространства для ныне живущих и будущих поколений.

Ассоциация «Московский бизнес — за семью» уже показала на примере Восточного административного округа, что это работает: более 50 компаний включились в пилот, создают семейную инфраструктуру, вводят скидки и программы поддержки сотрудников, а жители округа видят реальные изменения в повседневной жизни. Наша цель — не сделать один «витринный» проект, а запустить сеть просемейных пространств по всей стране.

Мы открыты для сотрудничества. Если вы представляете бизнес — присоединяйтесь к Ассоциации, подключайте свои объекты к просемейным стандартам, используйте этот сборник как чек-лист для изменений в компании. Если вы работаете в органах власти — берите наши наработки как готовый набор решений для пилота в вашем регионе, а мы расскажем, как собрать вокруг него местный бизнес и отладить механики.

**«Московский бизнес —
за семью»**

Сайт Ассоциации:
бизнесзасемью.рф



