

Потребительская уверенность в России переместилась в позитивную сторону. В первые месяцы 2023 года доля потребителей, уверенных в своих перспективах и готовых тратить деньги, превысила число пессимистично настроенных, что позволяет аналитикам говорить о восстановлении спроса на рынке продуктов и товаров повседневного спроса (FMCG). Тем не менее потребители сохраняют рациональный подход к тратам, продолжая откладывать дорогостоящие покупки, экономя на новой одежде, развлечениях и питании вне дома.

Потребители настроились на активность



— тенденции —

По итогам первого квартала 2023 года значение индекса потребительского оптимизма, измеряемого NielsenIQ, выросло до 104 пунктов. Это на 23 пункта превышает показатель первого квартала 2022 года и на 4 пункта выше значения четвертого квартала 2022 года. Как пояснил аналитик, значения выше 100 пунктов свидетельствуют о том, что среди потребителей преобладают оптимистичные настроения с точки зрения личного материального положения, рабочих перспектив и готовности тратить деньги.

Приrost позитивных оценок заметен во всех трех ключевых компонентах индекса, следует из данных NielsenIQ. Так, доля опрошенных потребителей, оценивающих перспективы трудоустройства как отличные и хорошие, увеличилась с 55% до 66%. Доля уверенных в личном материальном положении выросла с 56% до 61%, а процент россиян, готовых к покупке новых вещей, — с 43% до 46%. Как отмечают в NielsenIQ, самый заметный рост позитивных оценок наблюдается среди москвичей, у которых индекс потребительской уверенности достигает 111 пунктов, а также в среднем в возрастной группе 45–54 лет.

Одновременно, по данным NielsenIQ, в первом квартале 2023 года значительно сократилось число тех, кто считает, что экономика страны находится в кризисе. Если ранее об этом говорило около 70% респондентов, то к началу 2023 года показатель снизился до 55%. А 21% потребителей считает, что в ближайший год экономическое положение в стране улучшится. По данным NielsenIQ, наиболее оптимистично выступает группа потребителей в возрасте 55–65 лет.

Последние данные Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) также говорят скорее об улучшении настроений потребителей. По данным опроса центра, с начала 2022 года по начало 2023 года доля россиян, которых в целом устраивает жизнь, выросла с 48% до 58%. Еще 24% дали нейтральную оценку, а доля недовольных жизнью за год сократилась с 24% до 17%, свидетельствуют данные ВЦИОМа. Кроме того, там отметили рост с начала 2022 года доли россиян, которые считают ситуацию в стране в це-

лом хорошей, — с 53% до 59% к началу 2023 года. В августе доля оптимистов достигала 67%, но затем сократилась, что может быть связано с ростом неопределенности на фоне объявления частичной мобилизации, что, впрочем, не помешало стабилизации оценок к началу 2023 года, отмечают во ВЦИОМе.

Колеблющийся спрос

Директор по аналитике и консалтингу NielsenIQ Марина Волкова отмечает, что рост потребительской уверенности, который наблюдается на протяжении последних кварталов, демонстрирует, как быстро покупатели адаптируются к происходящим событиям. Также это позволяет сделать осторожные прогнозы относительно восстановления спроса на FMCG-рынке. К началу 2023 года динамика натуральных продаж зафиксировалась около нуля после резкого снижения в 2022 году, в марте показатель стал отрицательным из-за высокой базы прошлого года, затем при отсутствии новых потрясений может наблюдаться дальнейшее восстановление, указывают в NielsenIQ.

Председатель президиума Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ; включает X5 Group, «Магнит», «Ленту», Auchan и пр.) Игорь Караваев говорит, что за повышенным спросом в марте 2022 года последовал значительный спад, а с 2023 года ритейлеры фиксируют небольшое оживление в первую очередь в сегменте товаров повседневного спроса. По его словам, рост индексов потребительских настроений и показателей розничной торговли — положительные сигналы, но косвенные и говорить о позитивной динамике на рынке все еще преждевременно. Потребители все еще склонны откладывать более дорогостоящие покупки на потом, продукты первой необходимости остаются в приоритете, и крайне чувствительным параметром продолжает выступать цена, рассказывает господин Караваев.

В «Ленте» также отмечают сдержанный потребительский спрос на фоне растущего инфляционного давления и высокой неопределенности. Как сказано в отчетности сети, в подобных условиях потребители продолжили сокращать расходы: выбирать более дешевые марки и категории товаров, покупать только

товары первой необходимости, сокращая дополнительные траты, что приводит к снижению частоты визитов и количества товаров в чеке. Это стимулирует участников рынка расширять линейку товаров в более низких ценовых сегментах, активно работать с промо и тестировать новые форматы магазинов, в том числе ориентированные на экономичных потребителей.

Рациональный расход

Хотя готовность тратить деньги и уверенность в личных и профессиональных перспективах укрепляются, 67% потребителей в России все еще продолжают руководствоваться необходимостью тщательного управления своим бюджетом, подтверждают данные NielsenIQ. Основными сферами для экономии, по данным аналитиков, остаются покупка новой одежды и расходы на развлечения и питание вне дома. И если доля экономящих на покупке новой одежды квартал к кварталу сократилась с 71% до 67%, то число оптимизирующих расходы на развлечения и питание вне дома выросло с 64% до 65% и с 59% до 61% соответственно, следует из данных NielsenIQ.

Кроме того, по подсчетам аналитиков, 48% потребителей экономит на покупке еды на вынос или доставке еды, по 46% — на предметах для дома и ежегодном отпуске, 44% сокращают траты за счет перехода на более дешевые марки, а 33% экономят на домашних развлечениях. Хотя доли экономящих на этих статьях расходов квартал к кварталу снижаются на несколько процентных пунктов.

По словам Игоря Караваева, бурный рост спроса на продукты под собственными торговыми марками (СТМ) сетей из-за более низкой стоимости при проверенном качестве и активное использование промо также свидетельствуют о склонности потребителей к экономии. Как отмечают в АКОРТ, тренд на увеличение доли СТМ, зародившийся несколько лет назад, усилился в условиях усложнения логистики и изменения ассортиментных матриц.

По данным АКОРТ, доля СТМ в товарообороте федеральных продовольственных ритейлеров уже превысила 20% и продолжает увеличиваться год к году. Почти каждый пятый продаваемый в крупной торговой сети товар — это СТМ, указы-

вает господин Караваев. По оценкам NielsenIQ, средняя доля промо в деньгах на продовольственном рынке в первом квартале 2023 года достигала 43,7% против 41,4% годом ранее. А размер средней скидки в продуктовых категориях, напротив, сократился с 22% до 19% за год.

Как отмечают в NielsenIQ, покупатели реагируют и на значительную трансформацию полки, произошедшую в 2022 году. По данным аналитиков, за последний год почти половина россиян (47%) в связи с отсутствием привычных иностранных брендов полностью перешли или стали чаще покупать бренды российского производства. А 65% потребителей сказали, что обращают внимание на отечественные товары на полках магазинов. По данным NielsenIQ, за 2022 год на российском FMCG-рынке появилось 10,46 тыс. новых брендов, в том числе локализованные международные марки, суммарный объем продаж которых превысил 65 млрд руб.

«Наиболее заметными для аудитори стали локальные марки в категориях сыров, традиционной молочной продукции и безалкогольных газированных напитков, где увеличение числа российских брендов заметили 43%, 40% и 39% респондентов соответственно. А среди непродовольственных категорий — товары для ухода за телом (31%) и средства для стирки (29%)», — рассказывает директор по работе с клиентами NielsenIQ Салтанат Нысанова.

Согласно NielsenIQ, хотя в текущих условиях ключевым трендом остается экономия, потребители настроены оптимистично и в долгосрочной перспективе планируют тратить чуть больше средств при улучшении экономической ситуации, чем ранее. Так, сокращать расходы на питание вне дома планируют 26% потребителей против 28% в конце 2022 года. Доля тех, кто планирует при улучшении экономики оптимизировать траты на покупку еды на вынос, снизилась с 27% до 23%, а число готовых продолжать экономить на отпуске — с 14% до 12%. Стабильной на уровне 16% остается доля потребителей, которые намерены сокращать расходы, связанные с курением. Еще 15% против 16% в конце 2022 года планируют продолжать экономить на алкоголе в долгосрочной перспективе.

Антон Степанов

— практика —

Потребители в России не намерены экономить на вредных привычках. В долгосрочной перспективе сокращать траты на курение и потребление алкоголя планирует лишь 15–16% россиян, тогда как около 26% готовы экономить на развлечениях, ресторанах и обновлении гардероба. Количество приверженных вредным привычкам совершеннолетних потребителей также не сокращается. И хотя государство продолжает реализовывать политику, направленную на снижение потребления табачных продуктов, последние меры в первую очередь ориентированы на предотвращение потребления среди несовершеннолетних и не затрагивают основную часть потребителей. В таких условиях эффект может дать распространение концепции модификации или снижения рисков, задача которой убедить взрослых потребителей, не готовых отказываться от вредных привычек, переключаться с потребления более вредной продукции на менее вредную до постепенного выхода из зависимости.

Россияне не намерены экономить на вредных привычках, следует из данных NielsenIQ. По оценкам аналитиков компании, на начало 2023 года 16% потребителей в долгосрочной перспективе не готовы были сокращать расходы, связанные с курением, а 15% — снижать траты на употребление алкогольных напитков. Для сравнения: на питании вне дома, развлечениях и покупке новой одежды готовы продолжать экономить 26% опрошенных NielsenIQ потребителей.

О сохранении числа приверженцев вредных привычек на стабильном уровне говорят и социологические опросы. По данным ВЦИОМа, процесс снижения количества курильщиков в России фактически остановился на лето 2022 года и последние пять лет доля курильщиков в стране остается на уровне 33%. Стабильной на уровне 20% остается и доля заядлых курильщиков с объемом потребления от пачки сигарет в день. По данным ВЦИОМа, 13 лет назад наиболее курящей частью населения была группа 18–44 лет (48–50%), а сегодня эту аудиторию наполняют 25–59-летние (38–42%), то есть те, кто курил тогда, остались преданными вредной привычке.

Результаты исследования SuperJob от апреля 2023 года говорят о небольшом росте доли курильщиков среди экономически активной доли населения до 24% с 23% годом ранее. Каждый девятый не планирует отказываться от вредной привычки, а каждый шестой признается, что за последний год стал курить чаще, говорится в исследовании. Согласно данным SuperJob, среднестатистический курильщик, который не собирается отказываться от этой привычки, выкуривает по 16 сигарет в сутки, планирующие бросить — по 11 сигарет. По данным ВЦИОМа, не готовы отказываться от сигарет ни при каких обстоятельствах 13% россиян, и доля таких курильщиков с 2017 года выросла более чем вдвое.

Новые меры

Новые меры антитабачного законодательства эксперты называют одним из самых развитых и жестких в мире. В 2013 году вступил в силу федеральный закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», запрещающий курение в общественных местах, спонсорство и рекламу табака, а также вовлечение несовершеннолетних в потребление табака. Но положительный эффект от этих мер к настоящему моменту может быть уже во многом исчерпан. А принятый весной 2023 года закон, ужесточающий правила оборота электронных устройств доставки никотина, направлен в первую очередь на недопущение потребления этой продукции несовершеннолетними.

Вариантом дальнейшего совершенствования мер по борьбе с вредными привычками может стать распространение практик концепции модификации и снижения рисков. В России с 2022 года действует Ас-

социация медицинских специалистов по модификации рисков (АМСМР), одной из главных задач которой является разработка и внедрение на федеральном уровне программ комплексного улучшения качества жизни пациентов через модификацию факторов риска и создание мотивации к изменению потребительского поведения.

Как отмечают в АМСМР, сегодня 43,6% населения в России отличается низкой приверженностью нормам здорового образа жизни. Для 50,5% характерно избыточное потребление соли, для 37,5% — недостаток овощей и фруктов, 22,7% россиян являются заядлыми курильщиками, 19,6% страдают от гиподинамии, а 4,9% злоупотребляют алкоголем. А такие ключевые аспекты, как качество питания, физическая активность, отказ от курения и качество сна, — базовые для поддержания здоровья человека, указывают специалисты ассоциации. И для того чтобы каждый человек соблюдал эти принципы, необходимо не только рассказывать об этом населению, но также правильно готовить медицинских специалистов и вводить специальные государственные инициативы, направленные на повышение привлекательности здорового образа жизни.

Директор АМСМР Александр Розанов указывает, что в абсолютном большинстве случаев медицина в России занимается тем, что «тушит пожар», разбираясь с последствиями инфаркта миокарда, пневмонии и т. д., а множества этих проблем можно избежать, если вспомнить, что же такое здоровый образ жизни. По его словам, убедить людей следовать принципам здорового образа жизни поможет, если наглядно и доступным языком объяснить действия, достаточный сон или замена обычных сигарет менее вредными бездымными никотинсодержащими альтернативами, уже могут заметно снизить риск заболеваний и улучшить качество жизни человека, уверены в АМСМР.

Конкретные шаги

Как рассказывает Александр Розанов, рекомендации по соблюдению принципов здорового образа жизни должны быть в первую очередь понятными, а также не вызывать негативных реакций пациентов. Например, рекомендация просто ограничить потребление соли не даст нужного эффекта, скорее всего, потребитель хоть и сократит объем потребления продукта, но показатель все равно останется избыточным. Более эффективной будет рекомендация вообще не использовать солонку дома и проверять содержание соли на этикетках продуктов, указывает господин Розанов.

Для соблюдения принципов сбалансированного питания специалисты также советуют при каждой покупке приобретать минимум пять разных типов овощей или фруктов на каждый день, чаще покупать рыбу и орехи. А для поддержания необходимого уровня физической активности кардиологи советуют меньше ездить на машине ходить пешком не менее 30 минут в день. Включает рекомендацию и снижение доз алкоголя, а также полный отказ от спиртного на некоторые дни в течение недели.

Александр Розанов добавляет, что отказываться от вредных привычек нужно в комплексе. Например, вряд ли стоит ожидать заметного эффекта от поддержания здорового уровня сна без отказа от курения или рассчитывать, что достаточным будет только отказ от курения без перехода на активный образ жизни. Убедить взрослых людей отказаться от вредных привычек, таких как курение, может быть сложно, так как у таких людей, как правило, сформирована стойкая никотиновая зависимость. Как поясняют в АМСМР, концепция модификации рисков в этом случае предполагает постепенный отказ от курения с переходом на альтернативные, менее вредные средства доставки никотина, такие как системы нагревания табака с научно подтвержденным потенциалом к снижению вреда для организма совершеннолетнего потребителя.

Илья Вадимов

Скорость запрета

Спустя десять лет после принятия масштабного комплекса мер, ограничивающих продажи табачных изделий, российские законодатели и исполнительная власть продолжают доработку нормативно-правового регулирования в этой сфере. И если такие инициативы, как введение госрегулирования в части производства и оборота табачной и никотинсодержащей продукции и сырья для ее производства и переход на цифровой акциз, эксперты поддерживают, то некоторые другие меры считают поспешными и не учитывающими интересов всех участников рынка. Более эффективным эксперты считают переход к риск-ориентированному регулированию, которое будет не только вводить жесткие запреты, но и позволять потребителям сделать выбор в пользу менее вредных альтернатив традиционным сигаретам.

— регулирование —

Опыт регулирования

1 июня 2023 года исполнилось десять лет со дня вступления в силу в России антитабачного закона, который ограничил возможность курения в общественных местах, рекламу табачных изделий, демонстрацию курения на телеэкранах и продажу табачных изделий, запретив, в частности, открытую выкладку такой продукции на предприятиях розничной торговли.

И сегодня российское законодательство в части регулирования табачного рынка продолжает пересматриваться. Так, в июне Госдума приняла законопроект о введении госрегулирования производства и оборота табачной и никотинсодержащей продукции и сырья для их производства, который предусматривает введение системы лицензирования деятельности в сфере производства и оборота табачной, никотинсодержащей продукции и сырья, регистрацию производственного оборудования, установление правил учета продукции и сырья на базе системы цифровой маркировки, а также установление специализированного органа по контролю и надзору. В Минфин параллельно планируют переход с 2024 года на цифровой акциз на табачном рынке.

Как отмечали в Минпромторге, в 2022 году ущерб бюджету РФ от нелегального оборота табака оценивается в 80–100 млрд руб. и указанные меры должны улучшить ситуацию на рынке. Глава Минфина Антон Силуанов говорил, что система прослеживаемости, ответственность, контроль за производством и перемещением та-

бачной продукции должны быть такие же, как в алкогольной сфере. В сфере оборота табачной продукции «еще много непрозрачных зон, включая серый импорт из соседних стран», отмечал министр. В Национальном научном центре компетенций в сфере противодействия незаконному обороту промышленной продукции (ННЦК) оценивали долю незаконного оборота табачной продукции в России в 2022 году в 12,1%. По данным ННЦК, наибольший вклад в незаконный оборот вносят сигареты, незаконно ввезенные в РФ из стран ЕЭАС, прежде всего Белоруссии.

С 1 июня 2023 года также вступают в силу новые поправки, ограничивающие оборот вейпов, включающие запрет на продажу таких устройств на ярмарках, выставках, дистанционным способом с использованием автоматов и на открытую выкладку или демонстрацию в розничных магазинах, кроме как по просьбе покупателей. Также на все устройства доставки никотина теперь распространяются действующие ограничения по продаже и рекламе табачной продукции, вводится запрет на скидки, а на никотинсодержащую продукцию устанавливается минимальная цена. Кроме того, правительством России будет установлен Перечень запрещенных к использованию в никотинсодержащих жидкостях веществ, направленных на повышение привлекательности такой продукции среди несовершеннолетних.

Оценки мер

Президент Ассоциации малоформатной торговли Владлен Максимов говорит, что правительственный зако-



нопроект о введении госрегулирования может облегчить участникам рынка взаимодействие с государством по экономическим вопросам функционирования отрасли и положительно повлиять на эффективность противодействия нелегальному обороту. В первую очередь в сфере производства контрафактной продукции.

А вот поправки, ограничивающие оборот вейпов, продолжал Владлен Максимов, принимались поспешно и без учета мнений участников рынка. Возможно, скорость объяснялась тем, что в фокусе законопроекта была тема защиты несовершеннолетних, но теперь не ясно, удастся ли достичь поставленных целей по выводу из тени рынка продажи одноразовых электронных средств доставки никотина, говорит эксперт.

Исполнительный директор Общественного совета по проблеме подросткового курения Анна Сорочинская отмечает, что последние поправки, ограничивающие оборот вейпов, подавались как запрет на продажу таких устройств несовершеннолетним, хотя на самом деле эта мера уже была введена три года назад. Но, отмечает она, заметных результатов тот запрет не принес. Анна Сорочинская связывает это прежде всего с недостаточным контролем за исполнением запрета, отмечая отсутствие хотя бы одного случая

громкого наказания за нарушения. Сейчас, по ее словам, контроль еще больше осложняется мораторием на проверки бизнеса.

Как отмечает Анна Сорочинская, принятие последних ограничений на продажу вейпов сопровождалось громкой информационной кампанией, в результате чего продавцы могут придерживаться требований какое-то время. Но, подчеркивает эксперт, без эффективных мер контроля эффект вряд ли будет долгосрочным.

По словам Владлена Максимова, неучтенными вопросами в регулировании табачного рынка также остаются устаревшие нормы федерального закона «О рекламе», которые фактически запрещают информировать совершеннолетних курильщиков о преимуществах менее вредных в сравнении с сигаретами альтернатив, таких как бездымные продукты. Кроме того, существующий в текущем виде запрет на продажу табачной продукции не ближе 100 м к образовательным учреждениям по прямой приводит к тому, что из рынка выпадают некоторые законопослушные, легальные точки.

Учет рисков

Сокращение числа курильщиков — один из приоритетов национального проекта «Демография», согласно которому к 2024 году в России потребление сигарет должно уменьшиться

на 10%. И, как считают эксперты, достижению этой цели будет лучше содействовать включение концепции модификации рисков в перечень методологических подходов, используемых странами — членами Рамочной конвенции по борьбе с табаком ВОЗ (РКБТ ВОЗ ООН), на базе которой разрабатываются рекомендации, которые учитываются в том числе при обновлении российского законодательства в этой сфере.

Как отмечают в Институте экономики здравоохранения НИУ ВШЭ, внедрение риск-ориентированных подходов позволит найти компромисс между интересами совершеннолетних курильщиков и некурящих на основе достаточной информированности о сравнительной степени вреда и возможных вредных последствиях употребления никотинсодержащей продукции по сравнению с курением.

В 2022 году было проведено несколько крупных исследований, посвященных оценке влияния альтернативных систем доставки никотина или полного отказа от курения по сравнению с курением. Одно из исследований, проведенное в Южной Корее, показало, что по сравнению с постоянными курильщиками пользователи альтернативных никотинсодержащих бездымных продуктов имели на 17% ниже риск сердечно-сосудистых заболеваний. Поэтому переход на электронные сис-

темы нагревания табака, которые используют нагревание табака а не его горение, некоторыми специалистами рассматривается как «мост» в сторону полного отказа от курения для тех, кто не может отказаться от вредной привычки в один момент. Вышедшая в медицинском журнале The Lancet статья бывших сотрудников ВОЗ Роберта Биглхола и Руф Бониты также отмечает низкую эффективность мер по борьбе с курением в большинстве стран мира из-за игнорирования последних научных данных о роли инновационных устройств для доставки никотина с пониженным риском, помогающих при переходе от сигарет к менее вредной продукции и последующем отказе от вредной привычки.

В Ассоциации медицинских специалистов по модификации рисков указывают, что около 30% населения в России составляют так называемое ядро курильщиков, которые не готовы отказаться от вредной привычки. И регуляторная политика государства должна учитывать интересы таких потребителей, не только вводя жесткие запреты, но и предлагая альтернативы, которые помогут сократить риски уже в краткосрочной перспективе, а в рамках долгосрочной комплексной терапии, направленной на определение мотивации к продолжению и отказу от курения — выйти из зависимости.

Антон Степанов

Здоровые кадры

— тенденции —

Необходимость сохранения и привлечения квалифицированных кадров в условиях общего роста неопределенности стимулирует работодателей активнее развивать программы поддержки сотрудников. В социальный пакет включают психологическую помощь, а также меры по поддержанию здорового образа жизни. Специалисты тем не менее видят потенциал для расширения корпоративных программ, например за счет практик модификации рисков.

Работодатели стали прикладывать больше усилий для поддержки и удержания работников, следует из исследований рекрутинговых сервисов. «Для привлечения и удержания кадров требуются разнообразные программы поддержки и бонусы. При выборе работы все больше соискателей обращает внимание на меры поддержки за пределами зарплат, включая заботу о здоровье, условия труда, наличие обучения, возможностей для повышения квалификации и карьерного роста», — говорится в исследовании «Авито Работа».

По данным сервиса, в 37% случаев речь идет о программах обучения, в 32% — о медицинской страховке, в 21% — о компенсации расходов на питание, в 18% — расходов на транспорт, а в 10% — на занятия спортом. Также в числе поддерживающих мер — предоставление туристических путевок, экскурсий, билетов в театр, организация корпоративных соревнований и т. д.

В HeadHunter трендом 2022 года называли рост запроса сотрудников на психологическую помощь. Согласно исследованию компании, о важности этого фактора в компенсационном пакете заявляли 68% работников, а в возрастных группах 18–24



и 25–34 года таких было 77% и 72% соответственно. Аналитики связывают тенденцию с внешними потрясениями и негативным информационным фоном. Кроме того, для работников остается важным наличие дополнительной медицинской страховки. По данным HeadHunter, также работодатели обеспечивают сотрудникам доступ к услугам телемедицины, предоставляют возможность лечения в корпоративных клиниках, а также внедряют программы правильного питания.

Нужная поддержка

Управляющий директор по корпоративной ответственности, устойчивому развитию и социальному предпринимательству Российского союза промышленников и предприни-

мателей Елена Феоктистова отмечает, что тренд на социальную поддержку компаниями сотрудников в последнее время усиливается в условиях нехватки квалифицированных кадров в том числе из-за проблем с демографией и общего роста запроса на работников с высокой квалификацией. Для работодателя хорошим доступ к услугам телемедицины, предоставление возможности лечения в корпоративных клиниках, а также внедрять программы правильного питания.

Исполнительный директор Ассоциации менеджеров Вячеслав Евсеев говорит, что тема устойчивого развития и ESG-трансформации уже стала неотъемлемой частью бизнес-повестки и компании ищут баланс между экологическими, социальны-

ми, экономическими вопросами и вопросами корпоративного управления. Осенью 2022 года члены Ассоциации менеджеров стали фокусироваться на мерах, помогающих бороться со стрессом сотрудников, но пока только 34% из них реализуют профильные программы и инициативы, так называемые well-being программы, рассказывает господин Евсеев. По его словам, преимущественно они посвящены психологической помощи (70%), а также мероприятиям, позволяющим сотрудникам обратить внимание на свое состояние и оказать себе первую помощь (61%). Кроме того, в прошлом году у сотрудников появился запрос на помощь в переезде, о чем заявили от 10% до 19% опрошенных сотрудников российских компаний.

Как поясняет Вячеслав Евсеев, программы well-being хотя и являются расходной частью, тем не менее приносят и экономический эффект в виде трудоспособного и лояльного персонала. Программы затрагивают практически все аспекты благополучия сотрудников, решают проблемы, вызванные злоупотреблением алкоголем, депрессией и тревогой, а также оказывают поддержку в решении финансовых и юридических вопросов. Также актуальны на сегодня и программы помощи мобилизованным сотрудникам и их семьям, говорят в Ассоциации менеджеров.

Стремление большинства работодателей сделать свой HR-бренд более привлекательным за счет внедрения дополнительных преимуществ и программ нефинансовой мотивации — один из долгосрочных трендов, отмечает господин Евсеев. По данным Ассоциации менеджеров, 88% входящих в объединение компаний предоставляют ДМС своим сотрудникам, 65% проводят корпоративные тренинги, а у 58% компаний действует гибкий рабочий график.

Как уточняет Вячеслав Евсеев, ДМС на сегодня самый популярный способ нефинансовой мотивации для сотрудников в России, но только 31% компаний предоставляют полный полис ДМС, включающий стоматологию и иные дополнительные медицинские услуги. Еще 36% компаний — членов Ассоциации менеджеров в качестве мотивации для персонала проводят различные выездные развлекательные мероприятия, 15% — предоставляют возможность бесплатно заниматься спортом, 8% — обеспечивают бесплатное питание в офисах.

В исследовании компании Mirapolis в числе мер заботы о здоровье сотрудников называют мотива-

ционные программы, предполагающие материальные вознаграждения за реализацию различных аспектов здорового образа жизни. Например, за разминку раз в час или перекус без сладкого сотрудник получает определенное количество баллов, которые потом можно обменять на бонус к заработной плате, либо по результатам месячной работы он получает прибавку, которую может потратить на консультацию врача, указывают в Mirapolis. Там добавляют, что усилить составляющую well-being помогут наличие здоровой еды в обеденной зоне, питьевой воды, проветривание и грамотное освещение рабочего пространства, организация ежегодных медицинских осмотров и программ вакцинации, тренингов, арт-терапии, встречи с психологом, обеспечение доступа к горячим линиям психологической помощи и т. д.

В Ассоциации медицинских специалистов по модификации рисков (AMCMP), где выступают за применение научно обоснованных методов гибкого снижения воздействия вредных факторов — стресса, гиподинамии, избыточного потребления соли, алкоголя и курения табака, заинтересованы во включении практик модификации рисков в программы корпоративного здоровья. Но, отмечает директор AMCMP Александр Розанов, пока многие работодатели не готовы идти на дополнительные затраты для поддержания здоровья работников. Как подчеркивают в AMCMP, от самочувствия сотрудников напрямую зависит производительность труда. И это должно повысить важность вопросов сохранения здоровья и профессионального долголетия сотрудников, профилактики профессиональных заболеваний, повышения качества и доступности медицинской помощи, поддержания и популяризации здорового образа жизни.

Инна Мухина

«Главный наш актив — компетентные и неравнодушные сотрудники»

Популярность волонтерского движения в корпоративном секторе, способствующего решениям экологических и социальных вопросов, активно растет в России в последние годы. В ответ на запрос бизнеса в 2014 году был создан Национальный совет по корпоративному волонтерству (НСКВ), позволяющий компаниям обмениваться лучшими практиками и поддерживать диалог с некоммерческими организациями и органами власти. О том, как меняется корпоративное волонтерство, популярных инициативах и задачах объединения рассказала председатель НСКВ **Ирина Жукова**.

— интервью —

— Как меняется популярность корпоративного волонтерства в последнее время в России? С чем связываете изменения?

— Востребованность корпоративного волонтерства растет на протяжении девяти лет. Национальный совет по корпоративному волонтерству был создан в ответ на запрос со стороны сотрудников компаний о более активном участии в жизни местных сообществ. За эти годы волонтерские активности стали неотъемлемой частью устойчивого развития не только бизнеса, но и городов и регионов. Продолжение бизнесом волонтерских и благотворительных практик в обществе становится признаком стабильности, дает сотрудникам чувство уверенности в завтрашнем дне.

НСКВ стал реальной платформой для взаимодействия и обмена лучшими практиками бизнес-компаний на добровольной основе независимо от отрасли или числа сотрудников, и эта работа продолжается и в настоящее время на основе общих ценностей.

Мы научились не конкурировать, а действовать как партнеры, поддерживать друг друга, учиться друг у друга, сохраняя неформальный подход и развивая долгосроч-

ные партнерства. Мы поддерживаем открытый диалог между бизнесом, некоммерческими организациями и органами власти.

Корпоративное волонтерство стало важной частью корпоративной культуры компаний-участников. Но главным остается то, что корпоративное волонтерство быстро реагирует на общественные потребности и подставляет плечо там, где это действительно важно и нужно.

— Какие инициативы сейчас наиболее популярны?

— В большинстве компаний экологическое волонтерство является фокусным, приоритетным направлением среди волонтерских активностей. Это подтверждается данными опроса, в котором приняли участие полтора десятка крупнейших социально ответственных компаний из разных отраслей экономики. Таких экоктивностей в прошлом году было реализовано более 800, в них приняли участие более 39 тыс. корпоративных волонтеров.

Ключевые направления реализации таких проектов — субботники с раздельным сбором мусора, высадка зеленых насаждений, защита рек и уборка берегов, экопросвещение, сохранение биоразнообразия, зеленый офис, содействие устойчивому туризму.



ПРЕДСЕДАТЕЛЬ НАЦИОНАЛЬНОГО СОВЕТА ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

Портрет корпоративного волонтерства сегодня многоплановый и разнообразный. Новыми его чертами стали цифровизация волонтерской деятельности, использование онлайн платформ.

— А каким темам, на ваш взгляд, пока уделяется недостаточно внимания?

— Основным критерием отбора проектов для реализации в НСКВ является их социальная значимость. Мы совместно с партнерами из корпоративного и государственного секторов, а также из НКО регулярно проводим оценку инициатив на предмет их востребованности. Тем самым мы стремимся отвечать наиболее актуальным потребностям в каждом регионе присутствия.

Заметный трек последнего времени — рост запроса на проекты поддержки в области интеллектуально-го волонтерства (pro bono). Наверное,

самое ценное, что может предложить бизнес обществу, — это не рабочие руки на субботниках, а интеллектуальный потенциал. Поскольку самый главный наш актив — компетентные и неравнодушные сотрудники.

Такие проекты помогают среде прочего решать конкретные деловые задачи, трансформировать опыт специалистов крупных федеральных компаний для развития некоммерческого сектора в регионах. Мы убеждены, что такое взаимодействие бизнеса и общественников может стать источником инноваций, новых креативных решений, быть одинаково важным для обеих сторон этого взаимодействия.

— Меняется ли популярность тех или иных инициатив в последнее время, как? Может, стало больше экологических проектов или направленных на обустройство городской среды?

— Корпоративные волонтеры с радостью присоединяются к федеральным экологическим проектам и инициативам. К примеру, в рамках недавнего «Марафона рек» волонтеры компаний «Норникель», «Росатом», РУСАЛ, МТС, СИБУР, «Северсталь», «Металлоинвест», «Вкусно и точка», «Уральская сталь», аффилированных компаний «Филип Моррис Интернэшнл» в России и других компаний, входящих в НСКВ, приняли участие в уборке прибрежной полосы реки Аleshинка на юго-западе Москвы. А сотрудники ПАО «Т Плюс», члена НСКВ, приняли участие в экологической акции «День Волги», в ходе которой 900 волонтеров в 11 городах убрали 25 тонн мусора с волжских берегов. НСКВ стремится вносить комплексный вклад в достижение национальных целей в области экологии.

— Волонтеры из каких компаний сейчас наиболее активны? Это крупный бизнес, средний, из каких отраслей?

— В основе работы НСКВ лежит партнерство, направленное на достижение значимых позитивных изменений в обществе и окружающей среде. Такое партнерство обеспечивается за счет открытого и конструктивного кросс-секторного взаимодействия бизнеса различной величины, некоммерческих организаций и других заинтересованных сторон. Вклад каждого важен для достижения общей цели.

В этой связи можно уверенно заявить, что бизнес любого размера участвует в акциях НСКВ. Вместе с тем, конечно, локомотив развития корпоративного волонтерства — крупный бизнес из различных отраслей, включая металлургическую, нефтегазовую, деревообрабатывающую, телеком, атомную энергетику, банковскую сферу, FMCG, общественное питание.

В среднем около 11% сотрудников в компаниях, составляющих актив НСКВ, в 2022 году выступили волонтерами, что является хорошим показателем вовлеченности.

— Как развитие корпоративного волонтерства сказывается на бизнес-процессах в компаниях?

— Главный вклад проектов в области корпоративного волонтерства в бизнес-процессы — развитие корпоративной культуры, формирование устойчивых отношений компании и местных сообществ в регионах присутствия. Участие в волонтерских проектах значительно повышает ценность ежедневной работы для сотрудников, помогает осознать ее значимость для общества. Корпоративное волонтерство является важным инструментом как для значимых социальных изменений, так и для построения корпоративных коммуникаций и бренда работодателя.

— Есть ли какие-то регионы, где корпоративное волонтерство сегодня развивается наиболее активно?

— Сегодня представительства НСКВ работают в 32 регионах страны от Владивостока до Калининграда, в 2022 году были открыты представительства в 7 регионах. Конечно, в первую очередь волонтерские проекты развиваются в регионах присутствия, или, как мы говорим, в регионах ответственности компаний. Мы уверены, что наша география продолжит расширяться.

— Какие задачи сейчас решает НСКВ в первую очередь, какие цели ставит?

— Мы стремимся к тому, чтобы корпоративное волонтерство создавало условия, способствующие решению экологических и социальных вопросов в регионах. Миссия совета — это построение открытого партнерства с целью развития эффективных практик корпоративного волонтерства и кросс-секторного взаимодействия для повышения устойчивости бизнеса и местных сообществ.

Нашим фокусом на ближайшую перспективу станет развитие инструментов оценки эффективности программ корпоративного волонтерства, их вклада в развитие и устойчивость бизнеса. Мы также займемся развитием компетенций лидеров корпоративного волонтерства, проведением обучающих программ.

Совместная работа

— практика —

Программы корпоративного волонтерства становятся важной частью повестки устойчивого развития бизнеса в России. В рамках таких акций сотрудники компаний из самых разных сфер самостоятельно реализуют запрос на позитивные изменения в обществе, проводя проекты в области экологии, благоустройства и развития территорий, поддержки местных сообществ. Бизнесу развитие корпоративного волонтерства позволяет повысить командный дух работников, что положительно сказывается на эффективности труда.

Информированность россиян о корпоративном волонтерстве растет, свидетельствуют данные Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Если в 2019 году об этом явлении знали 29% респондентов, то на конец 2022 года — уже 54%. По данным ВЦИОМа, 44% опрошенных представителей бизнес-сообщества и 37% респондентов среди жителей страны называют основным мотивом реализации программ корпоративного волонтерства «желание принести пользу обществу». Еще 15% и 21% соответственно говорят, что так компании стараются «улучшить свой имидж». А 15% опрошенных представителей бизнес-сообщества уточняют, что движущая сила таких программ — сами сотрудники.

Управляющий директор по корпоративной ответственности, устойчивому развитию и социальному предпринимательству Российского союза промышленников и предпринимателей Елена Феоктистова поясняет, что программы корпоративного волонтерства — часть реализуемых бизнесом социально ответственных практик, которые направлены на формирование и укрепление командного духа, повышение мотивации сотрудников. По ее словам, сейчас подобные программы развиваются почти в любой крупной компании.

Заместитель исполнительного директора Ассоциации менеджеров Катерина Киндрук говорит, что с каждым годом волонтерское движение набирает силу и в немалой степени эта тенденция сформирована благодаря сотрудникам тех компаний, которые поощряют и стимулируют развитие благотворительных практик. «В этом году мы в 12-й раз проводим форум в сфере корпоративного волонтерства в России и видим, что за эти годы оно прошло огромный путь: от небольших и разовых акций до масштабных проектов, которые помогают бизнесу в реализации целей устойчивого развития», — рассказывает она.

В 2014 году был создан Национальный совет по корпоративному волонтерству (НСКВ). Сегодня объединение насчитывает более 70 компаний-участников с пулом более 50 тыс. корпоративных волонтеров, охватывает более 30 регионов и взаимодействует с более чем 70 партнерами из государственного, корпоративного, некоммерческого секторов. Сформированы основные направления работы (помощь местным сообществам, гуманитарная поддержка, экологическое, социальное, интеллектуальное волонтерство).

Как отмечает Катерина Киндрук, период пандемии и внешние события показали, насколько развито в России корпоративное волонтерство. Сегодня в компаниях в разных сегментах бизнеса в том или ином виде присутствуют социальные программы, направленные на адресную помощь нуждающимся взрослым и детям, инвалидам, сиротам, важную часть корпоративных страте-



ПРЕДСЕДАТЕЛЬ НАЦИОНАЛЬНОГО СОВЕТА ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

гий компаний занимают и проекты в сферах экологии, охраны окружающей среды, благоустройства и развития территорий, перечисляет она.

Среди наиболее востребованных инициатив в Ассоциации менеджеров выделяют практики в области экологии, здорового образа жизни, социального, привычного и компетентного волонтерства, взаимодействия с местными сообществами. Елена Феоктистова добавляет, что в последнее время растет популярность программ корпоративного волонтерства, связанных с предоставлением профессиональных услуг pro bono, когда те или иные квалифицированные специалисты оказывают бесплатную поддержку некоммерческим организациям или фондам в нерабочее время. Во ВЦИОМе отмечают, что в текущих условиях в рамках корпоративного волонтерства становятся более востребованы социальные программы, а экологическая повестка уходит на второй план. По данным ВЦИОМа, 30% жителей России ждут от бизнеса бесплатных консультаций, а 38% опрошенных центров предпринимателей готовы развивать программы профессионального наставничества.

В Ассоциации менеджеров отмечают, что за годы развития корпоративного волонтерства в России формировались новые вызовы, менялись внешние повестки, видоизменялась и по-новому структурировалась работа крупнейших компаний. Сегодня, говорит Катерина Киндрук, корпоративное волонтерство уже стало успешной управленческой практикой, которая помогает сплотить трудовые коллективы, повысить эффективность труда и в результате достигать выбранных бизнес-целей.

Ирина Жукова, председатель НСКВ, отметила вклад НСКВ в продвижение культуры корпоративного волонтерства и признание его вклада со стороны государства и общества. «Мы прикладываем максимум усилий, для того чтобы инициативы в области корпоративного волонтерства становились заметными в местных сообществах. В этом плане кроме обмена экспертизой и лучшими практиками, информирования всех заинтересованных сторон и потенциальных участников мы преследуем еще одну важную цель — демонстрацию моделей поведения социально ответственного бизнеса и граждан. Примеров, которые достойны подражания». НСКВ по

достоинству стал частью инфраструктуры добровольчества в нашей стране, отвечая за развитие волонтерства в корпоративном секторе, согласно плану мероприятий по реализации Концепции содействия развитию добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года.

Вадим Ковалев, советник генерального директора УК «Уральская сталь», член Общественной палаты РФ, отметил высокую востребованность практик корпоративного волонтерства в настоящее время: «В эпоху беспрецедентных перемен корпоративные волонтеры самых разных компаний остаются той силой, на которую могут опереться местные сообщества и некоммерческие организации. Опыт и компетенции «героев из бизнеса» позволяют реализовывать множество социальных проектов, а бизнес позволяет прокачать сотрудников лучше любых тренингов. Если у вас в компании еще нет таких программ — напишите нам в НСКВ, и мы обязательно подберем релевантный пример из вашей отрасли и подскажем, с чего начать».

Илья Вадимов

Измерения качества

В России отмечается бум на создание национальных рейтингов устойчивого развития, которые в том числе пытаются измерить качество жизни. Города оцениваются и ранжируются по множеству показателей, таких как жилищные условия, возможности для заработка, состояние систем здравоохранения и образования, экология и благоустройство. И хотя текущее поколение таких индексов считается более совершенным, говорить о полной объективности невозможно. Хотя уже и эти данные потребители могут использовать как подспорье для принятия решений, например о смене места жительства.

— практика —

Индекс ВЭБ.РФ

Прошлый год стал бумом национальных рейтингов и индексов устойчивого развития, которые в том числе измеряют уровни качества жизни в России. Об этом на площадке Красноярского экономического форума-2023 говорил руководитель направления анализа данных ВЭБ.РФ Никита Борисов. Свой Индекс качества жизни в городах и возможностей для развития территорий составляет и ВЭБ.РФ. Как поясняют там, инструмент нужен для комплексной оценки социально-экономической ситуации в крупнейших городах России. На базе полученных результатов предполагается формирование рекомендаций по возможным проектам улучшения качества жизни жителей как в рамках отдельных направлений, так и в целом.

Система индекса ВЭБ.РФ состоит из открытой базы знаний и профилей городов. В базу данных включены 115 городов, для которых доступны данные по более чем 200 показателям, включая жилищные условия, доход и занятость, здоровье, образование, мобильность, благоустройство, экология и т. д. Одновременно для изучения можно выбрать до шести городов и до шести показателей.

Города разделены на кластеры. Например, к группе «Космополиты» относятся города-миллионники и иные крупные центры притяжения различного рода ресурсов, к группе «С достатком» относятся крупные, средние и малые города с уровнем дохода выше, чем у большинства, а в группу «Холодные» — города с относительно неблагоприятными климатическими условиями в зимний период.

К примеру, при сравнении Ростова-на-Дону и Краснодара последний опережает первый по показателям экологии и жилищных условий, но проигрывает по показателям дохода, занятости и благоустройства. Рейтинги городов по различным показателям ВЭБ.РФ не публикует, а называет лучшие территории по тем или иным критериям. Так, Северодвинск был назван лучшим для молодых специалистов из-за высокого уровня проникновения интернета, возможностей трудоустройства, доступности и качества общественного транспорта, а также уровня межличностного доверия.

Рейтинг АСИ

Агентство стратегических инициатив (АСИ) составляет Рейтинг качества жизни, результаты которого должны указывать региональным орга-

нам исполнительной власти на лучшие практики для тиражирования. Рейтинг рассчитан на основе десяти направлений, разделенных на 141 показатель: медицинское обслуживание, образование и развитие, жилье и инфраструктура, потребление и досуг, чистота и экология, инклюзивность и равенство, безопасность, социальная защита, государственные услуги и сервисы, а также возможности для работы и развития своего дела. В оценках учтены как объективные показатели среды и динамика их изменений, так и субъективные показатели удовлетворенности качеством жизни.

Топ-20 регионов по интегральному показателю публикуются открыто, детальная информация по каждому субъекту передается управленческим командам региона. По итогам 2021 года в топ-5 рейтинга вошли в порядке распределения мест Москва, Тюменская область, Ханты-Мансийский автономный округ (ХМАО), Санкт-Петербург и Татарстан. В 2022 году Москва сохранила лидерство, вторым стал Санкт-Петербург, третьим — Тюменская область, четвертое место занял Ямало-Ненецкий автономный округ, пятое — ХМАО.

Как поясняют в АСИ, сейчас при составлении рейтинга качества жизни исследователи оперируют тремя уровнями данных: анализом дорожной и транспортной инфраструктуры, статистикой и опросами. И, указывают в АСИ, эти три уровня надо всегда использовать вместе для получения гармоничных данных. Так, у жителей каждого города в зависимости от возрастной группы нужно уточнять, что его больше всего интересует, а это можно узнать только в рамках опроса, отмечают в АСИ.

Индекс Минстроя

Индекс формируется Министерством строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ, а результаты используются в том числе для определения размера субсидии субъектам на поддержку программ формирования современной городской среды. Шесть пространств (жилье и прилегающие территории, общественно-деловая инфраструктура, улично-дорожная сеть, социально-досуговые учреждения, общегородская территория и зеленые пространства) оцениваются по критериям безопасности, комфорта, экологии и здоровья, разнообразия, современности и эффективности управления. За основу берутся 36 индикаторов, которые получают оценку от 0 до 10 баллов. Максимальное возможное значение индекса города — 360 баллов.

Общего рейтинга городов нет. Как отмечают разработчики индекса, города РФ разнообразны как по размеру, так и по климатическим условиям, и для учета этих особенностей и корректной оценки есть разделение на группы. Так, в группе крупнейших городов индекса за 2022 год лидером стала Москва, набрав 299 баллов. Жилье и прилегающие пространства столицы оценены на 49 баллов, улично-дорожная сеть — на 47 баллов, озелененные пространства — на 42 балла. А общественно-деловая, социально-досуговая и общегородская инфраструктура получили 53, 51 и 57 баллов соответственно. Аутсайдером группы крупнейших городов в индексе Минстроя за 2022 год стал Омск, набрав всего 154 балла.

Применение цифр

Гендиректор фонда «Институт экономики города» Александр Пузанов говорит, что некоторые существующие сегодня в России варианты рейтингов оценки качества жизни представляют собой инструменты нового поколения, сочетающие данные Росстата, ГИС (географических информационных систем) и социологических опросов. Это позволяет получить более объективную картину, чем прошлые попытки аналогичных измерений, но все факторы все равно учесть или корректно измерить невозможно, указывает эксперт.

Так, отмечает Александр Пузанов, для качества жизни оценивается уровень обеспеченности жильем. Но самый высокий показатель в данном случае может получиться в депрессивных регионах с оттоком населения, указывает он. Кроме того, продолжает эксперт, есть вопросы престижа, которые влияют на уровень цен на жилье в районах города, но не поддающиеся количественному измерению.

По словам Александра Пузанова, существующие индексы качества жизни могут применяться и потребителями, которые готовы разбираться в базах данных, например при принятии решения о переезде из одного города в другой, но лишь как один из факторов. В большей степени, по его словам, такие инструменты могут быть полезны аналитикам. Вопросами использования индексов качества жизни задаются и сами разработчики. В АСИ, к примеру, на недавней дискуссии по этой теме говорили, что на базе индексов можно строить гипотезы о том, как развивать город, какие принимать решения с точки зрения инвестиций или размещения социальных объектов.

Ирина Мухина

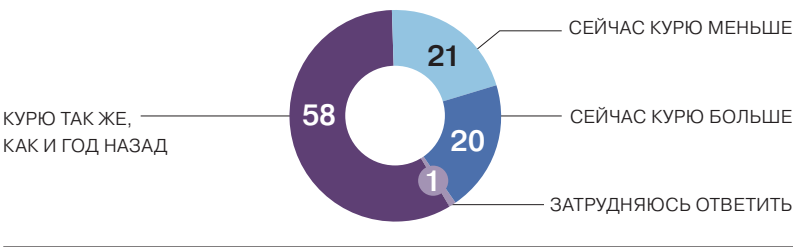
Дым рассеивается

— тенденции —

Вступление в силу десять лет назад антитабачного закона, ограничившего возможность курения в общественных местах, рекламу и продажу табачных изделий, заметно сказалось на распространности этой привычки среди россиян. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), с 2013 года по сегодняшний день доля курильщиков в стране сократилась с 41% до 30%, а доля бросивших курить выросла с 10% до 19%. Хотя в последние годы темпы отказа от курения замедлились, а доля периодических курильщиков остается сравнительно стабильной.

За десять лет действия антитабачного закона курить в России стали меньше, а доля желающих избавиться от вредной привычки возросла. Таковы результаты мониторингового опроса ВЦИОМа о распространности курения в России, опубликованные 31 мая.

ИЗМЕНЕНИЕ ЧАСТОТЫ КУРЕНИЯ СРЕДИ РОССИЯН ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД (% ОТ РЕСПОНДЕНТОВ)

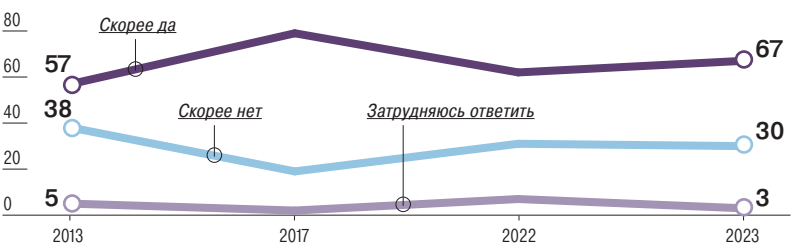


По данным исследования, уже в 2014 году, спустя год после вступления в силу закона, ограничившего возможность курения в общественных местах, рекламу и продажу табачных изделий, доля курящих россиян снизилась на 6 процентных пунктов, 35%. В следующие годы, отмечают социологи, темп снижения показателя несколько замедлился и не превышал 1–3 процентных пунктов в год. Всего же за последние десять лет доля курящих россиян сократилась с 41% до 30%. Одновременно с 2013 года почти в два раза выросла доля россиян, бросивших курить, — с 19% до 10% в 2023 году.

По данным опроса ВЦИОМа, курению по-прежнему чаще подвержены мужчины: каждый третий выкуривает не менее пачки сигарет в сутки (31%), а среди женщин таких лишь 5%. Кроме того, выяснили социологи, зайдялого курильщика, как правило, отличают средний возраст (на группу 35–44 лет приходится 27% таких потребителей), наличие неполного среднего образования (31%), плохое материальное положение (24%), работа в коммерческой организации (24%), а также проживание в небольших городах с населением до 100 тыс. человек и селах (21% и 20% соответственно). А нерегулярное курение одинаково распространено во всех социально-демографических группах, несколько преобладает среди россиян со средним образованием (24%), указывает ВЦИОМ.

По данным исследования, большинство (58%) курящих россиян за

ЖЕЛАНИЕ БРОСИТЬ КУРИТЬ У РОССИЯН ПО ГОДАМ (% ОТ РЕСПОНДЕНТОВ)



последний год не изменили интенсивность курения — среди заядлых курильщиков таких 65%. Еще 20% потребителей за последние 12 месяцев стали курить больше, а 21% — меньше. Как отмечает ВЦИОМ, интенсивность курения связана с желанием избавиться от вредной привычки. Так, по данным опроса центра, 25% тех, кто хочет бросить курить, чаще говорили, что стали курить меньше. То есть курящие не только декларируют желание расстаться с вредной привычкой, но и делают для этого конкретные шаги, отмечает ВЦИОМ.

цинских специалистов по модификации рисков, до 95% курильщиков имеют крайне высокую степень зависимости, что значительно усложняет одномоментный отказ от вредной привычки.

Для укрепления мотивации и разработки эффективных решений важен индивидуальный подход — прямой диалог с курильщиком о его особенностях стиля жизни, объема потребления сигарет. С учетом этого, по словам Татьяны Таютиной, можно разработать стратегию выхода из привычки. Это может быть полный отказ от курения, или использование средств никотинзаместительной терапии, или использование альтернативных методов.

Если полный отказ или использование никотиновых пластырей довольно распространены, альтернативные методы — использование систем электронного нагревания табака или электронных систем доставки никотина — позволяют исключить воздействие сигаретного дыма, ключевого источника вредного воздействия при курении, на организм совершеннолетних курильщиков.

По мнению госпожи Таютиной, переход на такие системы позволяет выиграть время, снизить воздействие негативных факторов риска, связанных с курением, и может стать первым шагом на пути к полному отказу от вредной привычки.

Никогда не курили 50% опрошенных ВЦИОМом россиян. Чаще всего об этом говорят женщины (69% респондентов), граждане с высшим образованием (57%), а также россияне в возрастных группах 18–24 го-

ИЗМЕНЕНИЕ ЧАСТОТЫ КУРЕНИЯ СРЕДИ РОССИЯН ПО ГОДАМ (% ОТ РЕСПОНДЕНТОВ)



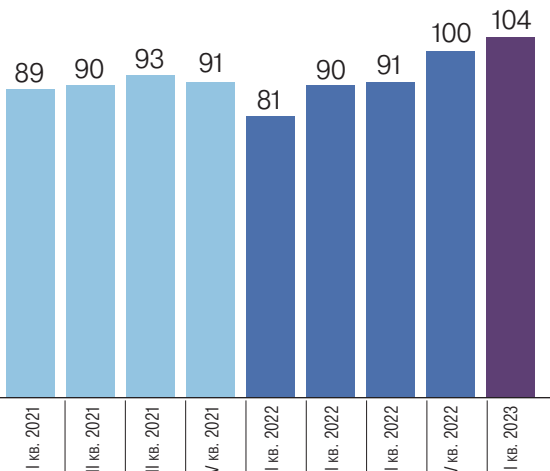
ду этот фактор был основной причиной для 22%. Для 11% поводом выступают проблемы со здоровьем или болезнь, для 8% — отсутствие стрессовых ситуаций, для 4% — запрет на продажу сигарет, для 3% — повышение стоимости табачной продукции.

По данным медицинских специалистов, мотивации как таковой для отказа от вредной привычки будет недостаточно. Как отмечает Татьяна Таюткина, региональный представитель Ассоциации меди-

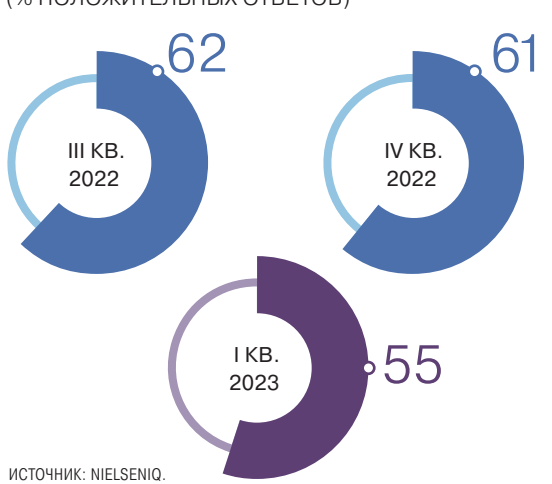
да (59%) и от 60 лет (61%). По данным ВЦИОМа, 65% представителей старшего поколения в 2013 году также декларировало безразличие к курению, но о молодых людях такого нельзя было сказать. Как отмечают в центре, если сегодня среди 18–24-летних курят 23%, то в 2013 году общий процент курящих в этой возрастной группе достигал 48%, а более 20% приходилось только на заядлых молодых курильщиков.

Илья Вадимов

ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОПТИМИЗМА (ПУНКТЫ)

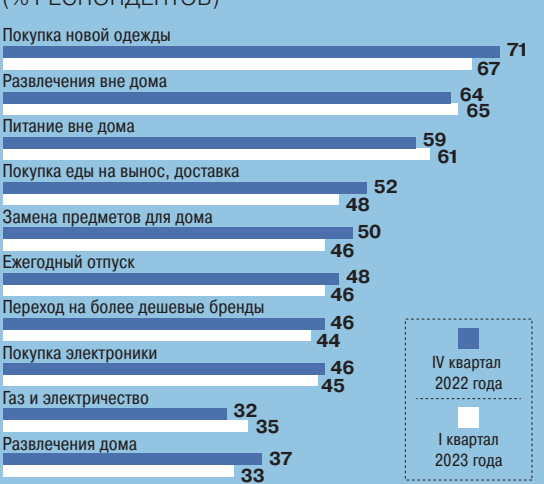


ОЦЕНКА НАЛИЧИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В РОССИИ (% ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ОТВЕТОВ)

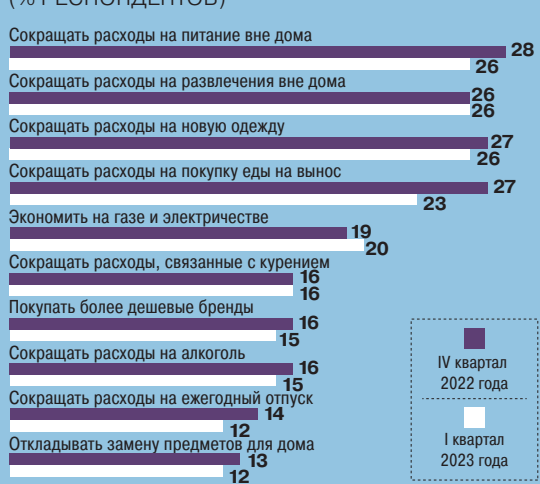


ИСТОЧНИК: NIELSENIQ.

ОСНОВНЫЕ СФЕРЫ ЭКОНОМИИ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (% РЕСПОНДЕНТОВ)



ДОЛГОСРОЧНЫЕ ПЛАНЫ ПРИ УЛУЧШЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ (% РЕСПОНДЕНТОВ)



ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОПТИМИЗМА ПО ГОРОДАМ И СОЦИАЛЬНЫМ ГРУППАМ (ПУНКТЫ)

