

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ЖЕНЩИНЫ В БИЗНЕСЕ

НЕДЕТСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ / 26
ВСТРЯХНУТЬ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ / 33
ОБЩЕПИТ НЕ ДЛЯ ВСЕХ / 40



Пятница, 27 марта 2020 №55
(№6776 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №13–44
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Зарегистрировано в Роскомнадзоре
ПИ № ФС77-76924 9 октября 2019 года

Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

BUSINESS GUIDE

ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА

 **ФОНД СОДЕЙСТВИЯ КРЕДИТОВАНИЮ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА**
Санкт-Петербург

 **My Stella Maris**
МЕЖДУНАРОДНАЯ КЛИНИКА
ДЕРМАТОЛОГИИ И КОСМЕТОЛОГИИ
Возможны противопоказания, необходима консультация специалиста

 **MEDI**
КЛИНИКИ СОВЕРШЕННОЙ МЕДИЦИНЫ
Возможны противопоказания, необходима консультация специалиста



РЕКЛАМА



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЖЕНЩИНЫ В БИЗНЕСЕ»

ПОЛ И ПОТОЛОК

УСПЕХИ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПРИНЯТО СВЯЗЫВАТЬ С ОТРАСЛЯМИ, ГДЕ ОНИ ИМЕЮТ СИЛЬНУЮ ЭКСПЕРТНУЮ ПОЗИЦИЮ, — КОСМЕТИКОЙ, КУЛИНАРИЕЙ, ВЕЩЕВЫМ РИТЕЙЛОМ. ОДНАКО ТЕПЕРЬ ИНТЕРЕСЫ ДАМ УХОДЯТ И ПОД ЗЕМЛЮ, И В IT. ОНИ НЕ СТАЛИ МУЖЧИНАМИ, НЕ ПЕРЕСТАЛИ ЦЕНИТЬ ТРАДИЦИОННЫЕ ЦЕННОСТИ, А ИНТУИЦИЮ И НАВЫК МЯГКОГО УБЕЖДЕНИЯ ИСПОЛЬЗУЮТ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО.

ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА

БОРЬБА БЕЗ ПОЛУТОНОВ

Принято считать, что в России женщины находятся в менее равноправном положении, чем, скажем, в Европе или Америке. В качестве доказательств приводится обилие в нашей стране сексистской рекламы, неуместные шутки о женщинах в юмористических передачах и разница в зарплатах у женщин и мужчин, занимающих одинаковые должности, не говоря уже о харассменте и прочих проявлениях мужского доминирования. Отчасти подобные утверждения имеют под собой основу: действительно, в России можно столкнуться с гендерными стереотипами, когда мужчины считают, что удел женщины — гладить рубашки, воспитывать детей и варить борщ. С другой стороны, статистика показывает, что доля женщин на руководящих позициях в России выше, чем в Европе или США.

Впрочем, с равноправием полов в других странах тоже все не так однозначно: только ленивый в последнее время не вспомнил, что всеобщее избирательное право в Швейцарии женщины получили лишь в 70-е годы XX века. Может быть, более активная позиция европейцев в вопросах эмансипации связана именно с этой новизной ощущений — женщины еще чувствуют необходимость утверждать свои не так давно обретенные права. В России же ситуация с борьбой за свои права у женщин менее острая по иным причинам. Возможно, это связано с тем, что у нас на протяжении достаточно значительного периода времени прав не было (и нет до сих пор) как у женщин, так и у мужчин, — здесь мы достигли равноправия еще при Иосифе Виссарионовиче. Пока европейские феминистки сражаются с мужчинами, российские правозащитницы воюют с бездушной государственной машиной — отстаивая и свои права, и права так называемого «сильного пола» (простите за гендерный стереотип).

Именно с этим, возможно, связано более спокойное отношение женщин и к проявлению сексизма. В экстремальных условиях полутон не различаешь, а отрицать, что мужчины и женщины все-таки хоть и равные, но все же разные, — достаточно неразумно. Впрочем, мир не стоит на месте, новое поколение Z уже в гораздо меньшей степени подвержено стереотипам — общество в целом становится более цивилизованным, а значит, равноправия будет больше.

В ответ на просьбу назвать известных владельцев крупного бизнеса Елена Рогова, декан Санкт-Петербургской школы экономики и менеджмента НИУ ВШЭ, перечисляет создателей именных брендов косметики — Эсте Лаудер, Хелену Рубинштейн, Ольгу Романову, а также основателя кулинарной школы, автора бестселлеров и телеведущую Джулию Чайлд, президента одежного ритейлера Finn Flare Ксению Рясову, Татьяну Бакальчук, основателя и гендиректора онлайн-магазина Wildberries. Однако, замечает госпожа Рогова, мужчины в этих сферах столь же успешны.

Примеры эффективности женщин в традиционно мужских отраслях тоже нередки, добавляет она: гендиректор «Донстроя» Алена Дерябина, топ-менеджер Иркутской нефтяной компании Марина Седых, экс-глава Hewlett-Packard Карли Фиорина, сооснователь Casperky Lab и создатель InfoWatch Наталья Касперская. В сфере IT это даже тенденция, считает основатель Superjob Алексей Захаров, дополняя список имен гендиректором собственной компании Анастасией Чучаловой, генеральным директором «Яндекса» Еленой Буниной и основателем Cognitive Technologies Ольгой Усаковой.

«Нет таких сфер, где женщины никогда не будут успешны. Разве что бои без правил, и то есть исключения, — говорит господин Захаров. — В России были и императрицы, так что и женщину-президента мы вполне можем увидеть». «Многочисленные исследования показывают, что, как правило, женщины более осторожны в принятии решений, больше полагаются на экспертные консенсусные мнения, меньше склонны к риску. В эпоху высокой неопределенности, характерной для нашего времени, такое поведение может стать залогом успеха», — согласна госпожа Рогова.

Анализ резюме, открытых на сайте hh.ru с января 2020 года, показывает, что в России среди претендующих исключительно на руководящие позиции женщин больше всего москвичек — 38%, 12% — в Петербурге, по 3–4% в Краснодарском крае, Свердловской и Новосибирской областях. При этом в целом доля женщин-руководителей превысила 50% только в четырех профобластях, замечает директор HeadHunter по Северо-Западу Юлия Сахарова: управление персоналом, наука и образование, бухгалтерия и финансы, а также индустрия красоты. Большинство соискательниц на должность топ-менеджера имеют возраст 30–40 лет, а также от 40 до 50 (вместе эти категории составляют 85–95% резюме женщин-директоров). «Вопрос в росте числа жен-

щин на управленческих постах в самых различных отраслях бизнеса — не в гендерном восприятии, а в амбициях, важных hard и soft skills, которые требуются от этих кандидатов. Однако женщинам, чтобы добиться высоких достижений в карьере, зачастую приходится прикладывать больше усилий и проявлять такие качества, как устойчивость к стрессам, умение оперативно принимать решения, лидерство, способность к анализу, которые шаблонно приписывают мужчинам», — считает госпожа Сахарова.

«Безусловно, есть разница между женской и мужской психологией. Например, у женщины может быть гораздо больший запас терпения и меньше агрессивности, чем у мужчины. Хотя доля агрессивности подчас весьма полезна в решении деловых вопросов», — говорит учредитель и генеральный директор группы компаний «Геоизол» Елена Лашкова. Свою компанию она вместе с мужем Вячеславом Смоленковым основала в 1995 году. Все направления, кроме бухгалтерии и корпоративных коммуникаций, в фирме возглавляют мужчины. «Мне не доставляет удовольствия контролировать что-либо. Я могу вручную контролировать экстремальную ситуацию. Во всех других случаях важно, чтобы контроль был в руках ключевых менеджеров», — делится госпожа Лашкова. Родившись в семье потомственных геотехников, в 1983 году она окончила Ленинградский горный институт им. Плеханова и работала по специальности. В 1990 году она училась в аспирантуре Ленинградского инженерно-строительного института и занималась проблемами гидроизоляции стен. Тема неожиданно оказалась популярной. В это время стали создаваться первые кооперативы, свои офисы начинающие бизнесмены из союзражений экономии размещали в подвалах и полуподвальных помещениях, которые затапливались после каждого ливня. На кафедру стали обращаться заказчики в поисках специалистов по гидроизоляции, и Елена Лашкова организовала поставки используемых в этой области немецких гидрофобных жидкостей. Когда объем заказов вырос, была создана компания «Геоизол». Сегодня это уже холдинг, занимающийся проектированием, строительством и производством. Госпожа Лашкова по-прежнему выполняет роль лидера группы, а ее супруг Вячеслав в должности заместителя генерального директора решает организационные вопросы и выстраивает внутреннюю структуру компании. «Важно не стать функцией у бизнеса, который очень легко поработает своих создателей. Находить время для

своих увлечений. Сегодня я в большей степени ощущаю себя в роли продюсера специалистов, работающих в „Геоизоле“. Мне интересно давать дорогу молодым и дерзким, видеть их рост и становление», — отмечает госпожа Лашкова. Гендерные различия, по ее мнению, влияют на стиль руководства, но не на бизнес в целом. Если ты делаешь свое дело хорошо, то заказчику все равно, женщина ты или мужчина.

Генеральный директор особой экономической зоны «Санкт-Петербург» Тамара Рондалева согласна с этим утверждением. «Уважение коллег мне удалось завоевать только благодаря результатам своей работы — решению поставленных задач при ограниченных финансовых, временных и человеческих ресурсах. Изредка я сталкивалась со скептицизмом мужчин в отношении моей способности разбираться в специфических технических вопросах. Но готовность вникнуть в суть задачи вкупе с позитивом всегда дают положительный результат. Помогает и опыт работы в тяжелой промышленности», — говорит она. До прихода в ОЭЗ госпожа Рондалева занимала руководящие позиции в «Палфингер Кран Рус» и на Петербургском тракторном заводе. Гендерный скептицизм, по ее мнению, характерен больше для менеджеров среднего звена, в топ-менеджменте он не так развит. Тем более что бытность женщиной дает некоторые привилегии в стиле общения, которых априори нет у мужчин. «Женщина может убедить кого угодно почти в чем угодно. Ведь она может уговорить ребенка съесть невкусную кашу», — считает гендиректор ОЭЗ.

По словам генерального директора «Юридического бюро № 1» Юлии Комбаровской, в юриспруденции гендерный состав более сбалансирован. Она учредила бюро в 2014 году, вложив в компанию несколько миллионов рублей. «Компания специализировалась на правовой защите должников и на судебных спорах с банками. Спустя год был принят закон о банкротстве физлиц, и мы стали специализироваться именно в этом направлении, — рассказывает госпожа Комбаровская. — Кредиторы давили на должников, упирая, что новый закон не работает и что долги надо отдавать несмотря ни на что. Когда мы получили первое решение о списании долгов, работать стало легче». Сейчас фирма ведет около 200 дел по банкротству физлиц, такая процедура обходится должнику в 100–150 тыс. рублей. Особенность этого направления связана с человеческим фактором. Люди приходят в подавленном состоянии, и необходимо иметь базовые психологические навыки,

чтобы их успокоить, перевести беседу в конструктивное русло, иначе прием может занять несколько часов. Другая сложность для юриста — непредсказуемость судебной практики.

Свои особенности имеет и управление международной фирмой. Ирина Баева стала управляющим директором компании Regus (входит в состав International Workplace Group) в России в 2011 году. С того момента бизнес Regus в России увеличился вдвое. Самым большим вызовом, по словам госпожи Баевой, является внутренняя конкуренция за ресурсы с более растущими рынками. «В операционном управлении компании большую часть составляют девушки. Они легче справляются с одновременным выполнением нескольких задач. Однако в последние годы мы видим рост численности мужского персонала. Ребята прекрасно справляются с решением технических вопросов и смело берут на себя решение сложных ситуаций», — делится она. В управляющей компании IWG тенденция обратная: если раньше в зале на глобальных конференциях среди руководства 80% были мужчины, то сейчас доля женщин постепенно увеличивается. «Я замечаю улучшение видимости женщин в бизнесе. Время, когда нам не рекомендовалось брать на себя лидерские роли, прошло. Корпоративная культура, признающая принципы гендерного равноправия, имеет большое преимущество. Я считаю, что успех компании — в грамотно сбалансированном гендерном составе», — заключает госпожа Баева.

Марианну Нойманн, управляющего менеджера Dom Boutique Hotel, в сферу HoReCa тридцать лет назад привело англоязычное объявление в газете «Смена». Набирались молодые люди со знанием английского языка в первый в Советском Союзе западный отель «Олимпия», ставший тренировочной базой гранд-отеля «Европа». «Это настолько отличалось от обывательской жизни, что навсегда влюбило меня и моих друзей в гостиничный бизнес», — признается госпожа Нойманн. Ее супруг и друзья также работают в гос-



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО
НЕТ ТАКИХ СФЕР, ГДЕ ЖЕНЩИНЫ НИКОГДА НЕ БУДУТ УСПЕШНЫ

тиничной сфере. Поскольку это была первая волна отельеров в стране, карьерный рост начался быстро и стремительно. В 21 год Марианна была уже руководителем службы приема, еще не достигнув тридцати, заняла позицию начальника продаж и маркетинга. Несмотря на то, что она справлялась с обязанностями и быстро шла по карьерной лестнице, ощущалось гендерное и возрастное предвзятое отношение. «Будучи молодой русской женщиной, в переговорах я была вынуждена сдерживать напор, потому партнеры всегда хотели пригласить более старшего и мужчину, желательнее иностранного менеджера, но мы говорили, что мы жители этой страны, мы специалисты», — делится

госпожа Нойманн. Сейчас, по ее словам, времена изменились: «На Западе в целом в отелях работает больше женщин, чем мужчин, особенно в службе housekeeping, в ресторанах и в службе приема. Среди индивидуальных отелей Москвы и Петербурга много женщин-управляющих. Но если говорить про сетевые премиальные отели категории „пять звезд“, то первые ласточки появились совсем недавно: Ада Егорова, генеральный управляющий „SO/Sofitel Санкт-Петербург“, Лада Самодумская, которую поставили на должность управляющей отеля „Балчуг Kempinski Москва“». По словам Марианны Нойманн, текучка персонала и необходимость держать марку — не главные сегодня во-

просы отельного бизнеса. Сложнейшее препятствие — это кризисы, которые происходят каждые несколько лет и перечеркивают все, над чем ты работал предыдущие годы.

Однако женщине, считает госпожа Нойманн, очень подходит позиция управляющего отелем: даже строгое управление может быть плавным, интуитивным, не обязательно властным и авторитарным. «Мы работаем с людьми, с персоналом, с гостями, поэтому одно из главных качеств — это человечность. Если генеральный управляющий отеля женщина — это всегда хозяйская рука, красивые цветы, прекрасные интерьерные ароматы», — заключает она. ■

ДОМОГАТЕЛЬСТВА В СУДЕБНОМ ПОРЯДКЕ

ПРОШЛЫМ ЛЕТОМ В ЖЕНЕВЕ ПРИНЯЛИ КОНВЕНЦИЮ ОБ ИСКОРЕНЕНИИ НАСИЛИЯ И ДОМОГАТЕЛЬСТВ В СФЕРЕ ТРУДА, НО ПРИ ГОЛОСОВАНИИ РОССИЙСКОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО, В ОТЛИЧИЕ ОТ БОЛЬШИНСТВА ГОСУДАРСТВ, ПОВЕЛО СЕБЯ ПАССИВНО И ОТ ГОЛОСОВАНИЯ ЗА НЕЕ ВОЗДЕРЖАЛОСЬ. ЭФФЕКТИВНОЙ ЗАЩИТЫ ОТ ХАРАССМЕНТА НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ В СТРАНЕ ВСЕ ЕЩЕ НЕТ. БОЛЬШИНСТВО ОБРАЩЕНИЙ ПОСТРАДАВШИХ В СУД ЗАКАНЧИВАЕТСЯ ОТКАЗАМИ: ДОКАЗАТЬ ФАКТ НЕПОДОБАЮЩЕГО ПОВЕДЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЕ ПРАКТИЧЕСКИ НЕВОЗМОЖНО. МАРИНА ЦАРЕВА

Вопреки распространенному заблуждению, под харассментом понимают не только сексуальное насилие. Это слово описывает различные виды психологического притеснения: слова, действия, жесты, которые могут унижить другого человека или нарушить его границы. Под сексуальным харассментом в ООН понимают любые нежелательные сексуальные действия,

просьбы об их совершении, жесты сексуального характера, а также любое другое поведение с соответствующими намерениями в тех случаях, когда от них можно было ожидать негативной или пугающей реакции. Такое определение больше соотносится с восприятием харассмента в российской действительности. По словам советника практики трудового права

Bryan Cave Leighton Paisner Russia Юрия Иванова, довольно обыденными в судах стали дела, в рамках которых суд рассматривает обоснованность дисциплинарных взысканий, примененных к работникам в связи с неподобающим поведением в отношении коллег, клиентов, подчиненных и руководителей. Это относится к классическому пониманию харассмента, кото-

рое заключается в прямых или косвенных словесных оскорблениях, недоброжелательных замечаниях, грубых шутках, нежелательных письмах или звонках, показе оскорбительных или унижительных фотографий, ненужных прикосновениях, похлопываниях, поцелуях, щипках, ударах, физическом нападении или в других подобных действиях. → 16



АНТОНИЙ ЖДАНОВ

ПРИВЛЕЧЬ АГРЕССОРА К КАКОЙ-ЛИБО ОТВЕТСТВЕННОСТИ, КРОМЕ УГОЛОВНОЙ, ЖЕРТВА ДОМОГАТЕЛЬСТВ ФАКТИЧЕСКИ НЕ МОЖЕТ

15 → «Суды, как правило, занимают сторону работодателя и признают законными наложенные на работников дисциплинарные взыскания при условии, что недопустимость харассмента, включая примерное перечисление подобных действий, была закреплена во внутренних документах работодателя», — объясняет господин Иванов. Кейсов по сексуальным домогательствам в судах на порядок меньше: «Как правило, если речь идет об очевидных и наиболее грубых формах харассмента, такое поведение квалифицируется как соответствующее уголовное преступление и преследуется в установленном порядке. Если же речь идет о поведении, которое хотя и было неприемлемым, но не носило опасный характер, данные ситуации подпадают под общее понятие харассмента как ненадлежащего поведения и влекут за собой дисциплинарную или административную — при наличии оснований — ответственность».

Партнер коллегии адвокатов Rep & Rarek Екатерина Тягай также говорит, что кейсов по борьбе с харассментом в судах очень мало: «В суд жертвы харассмента обращаются нечасто, потому что отсутствует внятное правовое регулирование понятия „домогательства“ и инструментов защиты пострадавших лиц. Имеющаяся судебная практика по данной проблеме отказная. Жертвы домогательств стыдятся обращений в суд и боятся увольнения».

НАВЯЗАННЫЙ ЗАПРЕТ Летом в Женеве на конференции Международной организации труда (МОТ) приняли Конвенцию об искоренении насилия и домогательств в сфере труда. Россия, как и другие страны, была представлена там тремя сторонами: правительством, работодателями и профсоюзами. «Правительство России собиралось голосовать против, но, увидев всеобщую поддержку конвенции, решило воздержаться. Делегаты от Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) просто уехали на момент голосования — наверное, посчитали, что это неважно или не хотели выглядеть ди-

карями. Совместная делегация Федерации независимых профсоюзов России (ФНПР) и Конфедерации труда России (КТР) проголосовала за, хотя изначально у ФНПР была очень скептическая позиция: „Навязанные западные ценности“, „У нас острее стоят другие проблемы“, — рассказывает о ходе голосования научная сотрудница Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН Ольга Мирясова. — У нас в руководящих структурах всех трех сфер преобладают отсталые и консервативные настроения. Мне это странно, ведь на рынок труда выходят их дети и внуки, и им, наверное, не хочется, чтобы они подверглись домогательствам».

Рассказывая о мотивах такой позиции по конвенции, постоянный представитель РФ при Отделении ООН и других международных организациях в Женеве Геннадий Гатилов говорил, что при разработке документа позиция России не была учтена в достаточной степени: «Наши предложения носили рациональный характер. Они были направлены на то, чтобы устранить очевидные нестыковки с существующими нормами международного права и сделать конвенцию и рекомендацию приемлемыми для всех государств — членом МОТ».

Екатерина Тягай отмечает, что на данный момент конвенция не ратифицирована еще ни одним государством — членом МОТ. Для России документ пока также не вступил в силу. Учитывая, что еще на стадии принятия у страны возникли вопросы к содержанию конвенции, юрист предполагает, что ее могут не ратифицировать в России и в дальнейшем. Если же ратификация состоится, говорит Юрий Иванов, можно ожидать как определенных точечных изменений в трудовом и административном законодательстве в связи с харассментом, так и создания полноценного и отдельного правового регулирования харассмента.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЙ НАМЕК В Америке и Европе борьба с харассментом идет эффективнее. Например, в США суще-

ствует запретительный ордер, благодаря которому жертва домогательств может ограничить контакт с агрессором, а на сайте американского правительства есть целый раздел, посвященный харассменту. Там рассказывают об ответственности для работодателя за неподобающие действия в его организации. «Во Франции и Аргентине введены штрафы за домогательства, в том числе и устные, по отношению к женщинам в общественных местах. В Южной Корее и Канаде харассмент на рабочем месте влечет наложение штрафа или привлечение к исправительным работам. В США штраф за проявление харассмента в общественных местах может достигать \$3 тыс., а на работе — от \$5 тыс.», — приводит примеры госпожа Тягай.

Ольга Мирясова рассказывает, что в мае прошлого года на круглом столе, где собирались представители НКО, центров помощи пострадавшим от насилия, эксперты и активисты, все сошлись во мнении, что харассменту нужно противодействовать непосредственно на рабочем месте. «Судебные процедуры, привлечение правоохранительных органов — это все затратные истории для самих пострадавших. НКО никогда не справятся с массовыми обращениями. Поэтому практики противодействия должны быть на рабочем месте. В первую очередь — профсоюзы. Во вторую — этические кодексы, корпоративные политики, которые устанавливает сам работодатель», — подчеркивает госпожа Мирясова.

Слова госпожи Мирясовой подтверждает и ситуация с разработкой профильного законодательства в России. Законопроект о защите прав женщин от сексуальных домогательств вносился в Государственную думу еще в 2014 году. Документ предполагал дополнение Кодекса об административных правонарушениях (КоАП) специальной статьей «Домогательство» и введение наказания за нежелательное поведение и приставания сексуального характера. За это хотели штрафовать на суммы до 50 тыс. рублей или отправлять на обязательные работы до 120 часов.

Однако законопроект отклонили в первом чтении. Комитет Госдумы по гражданскому, уголовному, арбитражному и процессуальному законодательству в своем заключении написал, что в России уже действует ст. 133 Уголовного кодекса «Понуждение к действиям сексуального характера», а потому «возможна неоправданная конкуренция уголовно-правовых норм и норм законодательства об административных правонарушениях». Претензии к документу были и у других комитетов, но на доработку его не отправили, а просто отклонили. В ноябре прошлого года научно-образовательный центр «Уголовно-правовая экспертиза» начал разработку законопроекта «О харассменте», также предполагающий внесение изменений в КоАП. Сумма штрафа за нежелательное поведение за пять лет упала до 15 тыс. рублей.

СЕКСУАЛЬНАЯ ДИСЦИПЛИНАРКА Руководитель практики трудового права Bryan Cave Leighton Paisner Russia Надежда Илюшина говорит, что некоторые работодатели в России уже научились работать с недопустимым поведением работников. Правда, оно сводится всего к двум вариантам — «понятийному» и формальному. «В первом случае с работником, допустившим нежелательное поведение, проводят разъяснительную беседу, доносят до него, почему такое поведение неприемлемо, ведь бывает, что работник на самом деле не осознает, что он сделал что-то не то, — и просят аналогичного поведения больше не допускать. Если работник совершил что-то серьезное, категорически идущее вразрез с культурным и нравственным подходом компании, то его могут попросить уволиться. Во втором случае работодатели подробно закрепляют принципы поведения на работе в своих локальных политиках, с которыми знакомят работника под подпись. Если работник нарушает эти принципы, его привлекают к дисциплинарной ответственности. Если сотрудник уже имеет неснятое дисциплинарное взыскание, то за нарушение норм поведения работодатель может также ставить вопрос о прекращении трудовых отношений в связи с неоднократным неисполнением обязанностей», — поясняет юрист.

Об аналогичном способе решения проблемы говорит и госпожа Тягай: «Привлечь агрессора к какой-либо ответственности, кроме уголовной, жертва домогательств фактически не может. Однако некоторые инструменты воздействия имеются у работодателя. В частности, он может принимать локальные нормативные акты, которые будут запрещать харассмент как одну из форм нарушения права работника на защиту его достоинства в период трудовой деятельности».

«В России сильны консервативные настроения, но это не только у нас так. Постепенно все меняется, молодое поколение, мне кажется, видит эту проблему иначе. Они свободнее смотрят на сексуальные отношения в целом, но и с чувством собственного достоинства у них лучше. Самая острая проблема — с социально незащищенными группами женщин, которые работают на неофициальной зарплате, имеют детей, еле сводят концы с концами и находятся в зависимости от работодателя, поскольку боятся не найти другой работы. Они страдают от харассмента, но у них нет ресурсов ему противостоять», — заключает госпожа Мирясова. ■



СМ-Клиника

центр пластической хирургии

📍 Дунайский пр-т., д. 47

+7 (812) 435 55 55

круглосуточная запись

Информация предоставлена ООО «Меди Проф». Лицензия №ЛО-78-01-007928 от 26.06.2017

Реклама

ПЛАСТИКА ВЕРХНИХ ВЕК

**«ВСЕ ВКЛЮЧЕНО»
29990 РУБЛЕЙ***

*Предложение включает в себя консультацию хирурга, предоперационное обследование, операцию и анестезию. Акция действует до 31.05.2020

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

БИЗНЕС ЖЕНЩИНАМ НЕ ВЕРИТ

В РОССИИ ВСЕ ЕЩЕ НЕ УДАЕТСЯ РАЗВЕНЧАТЬ МИФ О ТОМ, ЧТО БИЗНЕС У ЖЕНЩИНЫ — ПРОСТО ДОРОГАЯ ИГРУШКА, ДОСТАВШАЯСЯ ЕЙ ОТ МУЖЧИНЫ. ИЗ-ЗА ПРЕОБЛАДАНИЯ КОНСЕРВАТИВНЫХ ВЗГЛЯДОВ В СТРАНЕ КОМПАНИИ БОЯТСЯ ИСПОЛЬЗОВАТЬ СМЕЛЫЕ ОБРАЗЫ В ПРОДВИЖЕНИИ, А В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ НЕТ МЕХАНИЗМА, КОТОРЫЙ ПОМОГ БЫ ЖЕНЩИНАМ ДОКАЗАТЬ ФАКТ ДИСКРИМИНАЦИИ ПО ПОЛУ В СУДЕ. МАРИНА ЦАРЕВА

РАБОТА ПО СТЕРЕОТИПУ Все женщины Африки владеют меньшими средствами, чем 22 самых богатых мужчин мира, пишут эксперты международного объединения по борьбе с бедностью Oxfam. Сексизм остается важной проблемой во всем мире. Он все еще проявляется на всех уровнях — от бытового до государственного. Недавно в соцсетях разлетелся кадр с концерта по случаю дня сил специальных операций. На нем запечатлен полный зал мужчин в сине-черных костюмах — российских политиков и военных. На первом ряду в розовом наряде сидела единственная женщина — председатель Совета федерации Валентина Матвиенко. «Посчитайте число сильных женщин», — иронизировали пользователи соцсетей накануне 8 марта.

Служба исследований HeadHunter перед днем солидарности женщин в борьбе за равные права оценила, что происходит с гендерными стереотипами на современном российском рынке труда. Результаты не радуют: подавляющему большинству опрошенных работодателей (96%) приходилось искать себе сотрудника определенного пола. 64% опрошенных объяснили это особенностями должностных обязанностей, тем самым подтвердив существование стереотипа: женщины способны выполнять далеко не любую работу. Даже если работодатель согласится провести собеседование с кандидаткой, ее с почти семидесятипроцентной вероятностью спросят о семейном положении и перспективах появления у нее детей. Мужчине такой неэтичный вопрос будут задавать в два раза реже — в 33% случаев. Служба исследований HeadHunter также пришла к выводу, что у женщин изначально стоит более низкая планка в ожиданиях от оплаты труда. Например, в сфере консультирования кандидатки претендуют на зарплату в 35 тыс. рублей, а кандидаты — в 65 тыс. рублей. Разница составляет почти 50%. Похожие цифры с разбегом от 30 до 40% встречаются в сфере продаж, добычи сырья, госслужбы, банкинга, финансов, рабочего и домашнего персонала.

ПО ОБЫЧАЮ В российском законодательстве прописан запрет на ограничение чьих-либо трудовых прав и получение преимуществ в зависимости от пола. Соруководитель практики частных клиентов адвокатского бюро «S&K Вертикаль» Юлия Андреева говорит, что, несмотря на это, реальных рабочих инструментов для борьбы с дискриминацией в России нет. «Нигде официально не фиксируется, что в приеме на работу кандидату отказали из-за женского пола. Всегда находятся грамотные специалисты, которые объясняют, что отказ вызван исключительно деловыми качествами претендента. У пострадавшей сторо-



КОНСЕРВАТИВНЫЕ ВЗГЛЯДЫ В РОССИИ ПРОЯВЛЯЮТСЯ НЕ ТОЛЬКО ПРИ ПРИЕМЕ НА РАБОТУ, НО И В РЕКЛАМЕ

ны отпадает основание для обращения в суд», — поясняет юрист. Лучше всего антидискриминационное законодательство развивается в Америке. «Там функционирует Комиссия по равным рабочим правам, кроме того, есть отдельный закон, запрещающий дискриминацию, в том числе по полу. Работодатели обязаны иметь план продвижения женщин-специалистов внутри компании, запрещена разница в размере заработной платы между специалистами одного уровня, но разного пола», — объясняет госпожа Андреева.

Консервативные взгляды в России проявляются не только при приеме на работу, но и в рекламе. Генеральный директор Brandson Branding Agency (Total Identity Group) Елена Юферева говорит, что за главную ценность все еще принимается сохранение традиций общества, его институтов и ценностей. «Именно поэтому многие бренды вынуждены играть на стороне большинства, которое поддерживает эти доктрины, иначе они потеряют львиную долю своих лояльных читателей или, что еще хуже, получают негативный хайп», — отмечает она.

В качестве примера эксперт вспоминает скандал с Reebok. Больше года назад они запустили рекламную кампанию #НиВКакиеРамки — российскую адаптацию международной кампании #BeMoreHuman. Бренд призывал бороться со стереотипами о женщинах. В российской версии снялась чемпионка Европы по спортивной борьбе Анжелика Пилаева, боец ММА Юстина Грачых, а также создательница феминистского телеграм-канала «Женская власть» и издания Breaking Mad Залина Маршенкулова. Среди баннеров «Я не договорилась» или «Принимаю себя раз в день после еды» выделялись постеры последней активистки. На них было написано «Прикрыла соски, чтобы вы не порезались», «Когда говорят „носить на руках“, представляю, как меня носят в гробу» и «Пересядь с иглы мужского одобре-

ния на мужское лицо». Кампания вызвала большой резонанс в соцсетях, и в Reebok решили удалить снимки.

«Посмотрите на их коммуникации сейчас — более скучного подхода найти сложно. Именно поэтому пока в области гендерного равенства что-то внятное делают только мировые бренды. И, конечно же, не в России. Например, бренд тампонов O.V. выпустил в Швеции „Книгу про менструацию для пап“. У нас такое невозможно, поскольку тема отцов, воспитывающих девочек-подростков, несет в себе подсознательно двусмысленные коннотации. В России отец таким вообще не должен интересоваться, а иначе к нему возникнет много вопросов», — констатирует Елена Юферева. По ее словам, российские бренды не доверяют своим потребителям, занимая позицию «как бы чего не вышло». «На Западе наоборот — хейтят любой коммерческий контент, где можно углядеть намек на сексизм. Например, реклама тренажеров Peloton стала скандальной из-за фразы „Я никогда не думала, что это настолько изменит мою жизнь“. Сюжет ролика был такой: муж дарит жене велотренажер, она очень рада, пользуется им каждый день, а в конце года говорит, что это поменяло ее жизнь к лучшему. Забавно, что из-за этого бренд обвинили в сексистских стереотипах — мол, муж принуждает жену худеть», — объясняет логику потребителей эксперт.

ОБЯЗАТЕЛЬСТВО ГЕНДЕРНЫХ АМБИЦИЙ Несмотря на консервативность, присущую российскому обществу, в нем можно увидеть некоторые подвижки. Например, доцент кафедры сравнительных политических исследований Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы (СЗИУ РАНХиГС) Наталья Жидкова говорит, что гендерные правила сейчас перестраиваются, выработаются новый язык коммуникации

и нормы допустимого между людьми в публичном пространстве: «Согласно западной модели, если сегодня босс не протягивает руку женщине для приветствия, она может сделать это сама. Как ритуал деловое рукопожатие в российском контексте закреплено в первую очередь за мужским сообществом. Но ситуация меняется. Предлагая такую форму приветствия, женщина сама дает знак, что с ней нужно обращаться как с равной», — указывает госпожа Жидкова.

Наталья Жидкова вспоминает, что исследования начала двухтысячных доказывали: российский бизнес — это мужская экономика. Считалось, что женщины в основном получали бизнес как дорогую игрушку от мужчины, чтобы не скучать. Рыночные механизмы позволили переломить этот стереотип, но не искоренили его полностью. Доцент СЗИУ РАНХиГС связывает это с гендерно структурированными общественными ролями, которые транслируются с детства: «Мальчику стыдно не иметь амбициозных целей, связанных с самореализацией в публичном пространстве. Девочек настраивают на эмоциональную работу, связанную с эмпатией, уходом, то есть качествами, ожидаемыми от будущей женщины». В итоге социологи наблюдают эффект «гендерного пайплайна», где с каждым этапом продвижения по карьерной лестнице женщин на ней становится все меньше. «Куда исчезает большинство девочек-отличниц? Студенток с красными дипломами? Их больше, чем мальчиков. Куда они все исчезают? Эти должности не для них? Им не хватает способностей?» — рассуждает о причинах явления госпожа Жидкова.

Несмотря на существенные подвижки в восприятии женщин как равных бизнес-партнеров, в этом вопросе остается много противоречий. Даже если ей протягивают руку без удивленного выражения лица, никуда не девается осуждение за то, что женщина меньше занимается домом из-за карьеры и не перестают задаваться вопросы о будущих детях на собеседованиях. В российской действительности наблюдается разрыв между требованиями экономического развития и культурой. Наталья Жидкова говорит, что последняя продолжает транслировать неизменные гендерные стереотипы советской индустриализации эпохи фильма «Москва слезам не верит». «Хотя ситуация меняется, и 30%, позволяющие женщине быть успешной только на работе, тому свидетельствуют. От поколения миллениалов, готовящихся сейчас выйти на рынок труда, мы можем ожидать значительных изменений в этом вопросе. Они посредством современных гаджетов в большей степени погружены в глобальный культурный контекст, и мы вправе ожидать от них новой гендерной повестки дня», — заключает эксперт. ■

СЕКРЕТ ВЕЧНОЙ МОЛОДОСТИ

КАК СОХРАНИТЬ КРАСОТУ?

Живая вода, молодильные яблоки и зелье из болотных трав... Рецепты чудесных снадобий были у египетских цариц и японских императриц. Современным женщинам не нужно тратить свое время на поиск чудодейственного средства, ведь тем самым секретом вечной молодости является профессиональный уход косметолога и пластическая хирургия.

ТРЕУГОЛЬНИК МОЛОДОСТИ

Обратите внимание, в юности лицо напоминает треугольник, вершина которого направлена вниз, а основание располагается вверх. Спустя годы из-за гравитации вершина треугольника направляется вверх, а щеки становятся основанием. Именно так и проявляются главные признаки старения. Если этот процесс необратимый, то какими способами возможно его замедлить и сохранить красоту и молодость как можно дольше?



ТОП-10 РЕКОМЕНДАЦИЙ ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ КРАСИВОЙ КОЖИ ЛИЦА

Лопаткина М.А.
врач-косметолог, врач-дерматовенеролог

Процедура	Эффект	Курс
1. Домашний уход, использование крема	Ухоженность	Ежедневно
2. Уходовые процедуры у специалиста на профессиональной косметике	Интенсивное увлажнение, лифтинг	3-6 процедур, 1 раз в 2 недели
3. Пилинги	Очищение, восстановление и регенерация	4-6 процедур, 1 раз в 2 недели
4. Мезотерапия без инъекций на аппарате Dermadrop	Интенсивное увлажнение, восстановление, сияние, лифтинг	4-6 процедур, 1 раз в неделю
5. Фототерапия на аппарате M22	Коррекция морщин и купероза	1-3 процедуры
6. Лазерная шлифовка на аппарате Deka Smart Xide	Коррекция морщин и пигментных пятен, обновление	2-3 процедуры, 1 раз в 6 месяцев
7. Биоревитализация (Uviderm Volite)	Улучшение тонуса, эластичности и цвета кожи	1 процедура, 1 раз в 6-9 месяцев
8. Биоревитализация (Novacutan, Aquashine, Profhilo и др.)	Интенсивное увлажнение, сияние	3-4 процедуры, 1 раз в 3 недели
9. Ботулинотерапия	Коррекция морщин	1 процедура, 1-2 раза в год
10. Сочетание перечисленных выше процедур	Интенсивное увлажнение, обновление, сияние, тонус	По назначению косметолога

ПУСТЬ ВОЗРАСТ ВЫДАЕТ ТОЛЬКО ПАСПОРТ

Помните, какой бы хороший уход и косметические процедуры ни применялись, время возьмет свое. Даже если получится надолго оттянуть появление поверхностных морщин, то остановить или вовсе обратить вспять процессы невозможно.

Рано или поздно начнет проявляться птоз — опущение мягких тканей лица в результате постепенной утраты эластичности кожи и ее тонуса, ухудшения сократимости мышц. В таком случае стоит обратиться к пластическому хирургу.

В клинике Пирогова на Васильевском острове проводятся 4 основных операции, которые направлены на омоложение лица.

- Лигатурный лифтинг (установка нерассасывающихся нитей).
- Эндотиновый лифтинг (установка рассасывающихся мини-имплантов).
- Эндоскопическая подтяжка лица.
- Круговая подтяжка лица (фейслифтинг, SMAS-лифтинг).

Самыми популярными все-таки остаются два последних метода.

Мы знаем, что у наших пациентов перед омолаживающими операциями есть большое количество вопросов.



3 ГЛАВНЫХ ВОПРОСА СПЕЦИАЛИСТУ

Отвечает Парыгин Е.А., пластический хирург, действительный член РОПРЭХ.

1. Как понять, какая операция подойдет именно мне?

Лучше прийти на прием к врачу. Чаще всего к омоложению лица подходят комплексно и сочетают несколько операций: эндоскопическую подтяжку лба с блефаропластикой, SMAS-лифтинг с липолифтингом губ.

Практика комплексного подхода широко распространена в клиниках, хотя иногда называется это по-разному, результат один и тот же: сочетание нескольких операций, направленных на эффективное омоложение лица.

2. А что если я боюсь эффекта «натянутого лица» или шрамов?

С годами технологии выполнения операций только совершенствуются.

- Еще лет 50 назад хирурги подтягивали только кожу. Современные пластические хирурги поднимают и перемещают основные мышцы, что позволяет достичь более естественного и продолжительного результата.

- Раньше подтяжку лба делали через разрезы волосистой части головы, после чего оставались большие шрамы и залысины. В современной практике распространен эндоскопический лифтинг, который еще лучше позволяет получить результат при двух небольших разрезах (1-2 сантиметра).

- Все швы, расположенные на открытых участках кожи, сейчас выполняются так, что их может увидеть только специалист при тщательном осмотре.

3. Как долго я буду восстанавливаться?

Через 2-3 недели после подтяжки лица пациент может вернуться к работе. Оценить ранний результат операции можно через 1-2 месяца, в этот же период снимается большинство строгих ограничений.

Все еще сомневаетесь, нужна ли вам пластическая операция? Запишитесь на прием к пластическому хирургу и задайте все волнующие вас вопросы лично.

ПЕРВИЧНЫЙ ПРИЁМ БЕСПЛАТНЫЙ.



КЛИНИКА
ПИРОГОВА

Запись по телефону: 8 (812) 320 70 00

СПб, Большой пр. В.О., д. 49-51

WWW.PIROGOVCLINIC.RU

@ clinica_pirogova

Имеются противопоказания. Необходима консультация специалиста.

ВОЗРАСТНЫЕ ГРАНИ

ПРИ ОТКАЗЕ В ПРИЕМЕ НА РАБОТУ УСЛЫШАТЬ КОММЕНТАРИЙ ПО ПОВОДУ СВОЕГО ВОЗРАСТА НЕ ТОЛЬКО НЕПРИЯТНО, НО И ПРОТИВОПРАВНО: В РОССИЙСКОМ ТРУДОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ ПРЯМО ПРОПИСАН ЗАПРЕТ НА ЛЮБЫЕ ВИДЫ ДИСКРИМИНАЦИИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПО ВОЗРАСТУ. НЕСМОТЯ НА ЭТО, ЕЕ ОЩУЩАЮТ 93% ПЕТЕРБУРГСКИХ РАБОТНИКОВ СТАРШЕ 45 ЛЕТ. НЕКОТОРЫЕ ИЗ ОПРОШЕННЫХ ВГ ЭКСПЕРТОВ ВСЕ РАВНО ОТРИЦАЮТ НАЛИЧИЕ ПРОБЛЕМЫ. МАРИНА ЦАРЕВА

Между тем слишком субъективные критерии выбора сотрудников приводят к ошибкам при подборе персонала, ограничению возможностей для наставничества и конфликтам в коллективе — все это заканчивается финансовыми потерями для компаний.

КРАЙНИЕ ПО НАЙМУ К эйджизму относят любую дискриминацию человека по его возрасту. Самое большое заблуждение — считать, что это явление распространяется только на пожилых или, наоборот, только на молодых людей. На самом деле дискриминация распространяется на крайние возрастные группы. Оказаться в ней может любой человек: для одного коллектива якобы непригодным для работы может быть даже 30-летний, обычно попадающий в среднюю возрастную группу. Предвзятое отношение к молодым или пожилым часто строится на стереотипах. Самые распространенные из них: пожилые люди не способны к обучению и восприятию новой информации, а молодые безответственно относятся к своим обязанностям и не имеют необходимых знаний для выполнения работы, на которую претендуют.

По данным опросов одного из крупнейших онлайн-сервисов по поиску работы HeadHunter, наличие дискриминации по возрастному признаку на российском рынке труда ощущают 93% работников из Петербурга и Ленинградской области в возрасте 45 лет и старше. На доступных вакансиях 51% опрошенных петербуржцев отмечает низкий уровень оплаты труда, ограниченность выбора мест работы по территориальному признаку и степени транспортной доступности (37%), а также высокую конкуренцию в своей сфере деятельности (28%). Практически каждый пятый, по данным HeadHunter, признался, что в зрелом возрасте сложно найти работу с достойным пакетом социальных гарантий и комфортными условиями труда — с нормированным графиком, низким уровнем стресса и без переработок.

С молодыми специалистами все тоже непросто. Несмотря на то, что, по данным HeadHunter, число предложений о работе для начинающих работников в Санкт-Петербурге постоянно растет, их доля в общем массиве вакансий сокращается. В большинстве объявлений о поиске работы (88%) не было указано никаких особых требований к опыту работы кандидатов. При этом в России уровень конкуренции среди начинающих специалистов остается одним из самых высоких. «В феврале этого года на одну вакансию в сфере „Начало карьеры, студенты“ в среднем претендовали 15 кандидатов, что превышает норму практически в три раза», — приводит статистику руководитель отдела маркетинга HeadHunter по Северо-



АЛЕКСАНДР КОРЖКОВ

К ЭЙДЖИЗМУ ОТНОСЯТ ЛЮБУЮ ДИСКРИМИНАЦИЮ ЧЕЛОВЕКА ПО ЕГО ВОЗРАСТУ. САМОЕ БОЛЬШОЕ ЗАБЛУЖДЕНИЕ — СЧИТАТЬ, ЧТО ЭТО ЯВЛЕНИЕ РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ ТОЛЬКО НА ПОЖИЛЫХ ИЛИ, НАОБОРОТ, ТОЛЬКО НА МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Западу Екатерина Складенко. — В любом возрасте свои особенности при поиске работы, от которых зависят стратегия, длительность поиска и зарплатные ожидания. Нельзя однозначно сказать, что при таком уровне конкуренции всем молодым выпускникам вузов и колледжей легко будет найти высококвалифицированную работу по специальности. Для этого нужно прикладывать усилия уже с первого-второго курса, если мы говорим, например, про выпускников вузов».

КОНКУРЕНТНЫЙ ВОПРОС По словам заместителя директора АНО «Центр социально-трудовых прав» (ЦСТП) и члена совета профессиональной ассоциации «Юристы за трудовые права» Юлии Островской, в России самыми значимыми признаками для дискриминации в трудовых отношениях являются возраст и пол. «Практика установления возрастных границ при найме на работу имеет форму скрытой дискриминации и является широко распространенной. Дискриминация в зарплатах — одна из форм более широкой проблемы эйджизма на рынке труда. Сейчас сложно увидеть какие-либо предпосылки к тому, чтобы ситуация изменилась. Повышение пенсионного возраста приведет к увеличению числа людей старшего возраста, которым необходима работа. Изменение возраста выхода на пенсию будет проходить постепенно, все более пожилые люди будут считаться трудоспособными и им будет все труднее найти работу. В таких обстоятельствах они будут вынуждены соглашаться на работу на менее выгодных условиях, включая уровень оплаты труда», — сетует госпожа Островская.

Больше всего от установки возрастных рамок, по словам Екатерины Складенко, страдают сферы продаж, маркетинга, PR, информационных технологий. Более широкие границы видны в тех профессиональных областях, где сохраняется дефицит грамотных специалистов: «Касает-

ся это в первую очередь представителей технических и инженерных профессий, работников из строительной, научной и медицинской отраслей». Такую версию подтвердил ВГ декан Высшей школы менеджмента национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) Сергей Филонович. Его гипотеза состоит в том, что эйджизм проявляется дифференцированно в разных профессиональных группах. «В тех областях, где люди пожилого возраста не могут эффективно конкурировать с молодежью, например, вследствие физических ограничений, эйджизм вполне естественен. В других областях, где знания и опыт являются решающими, он может не проявляться. Важна, конечно, и психологическая готовность к быстрым изменениям, в частности, в области технологий. Статистически она выше у людей более молодого возраста, отсюда и предпочтения работодателей», — считает профессор.

Основатель портала по поиску работы и подбору сотрудников SuperJob Алексей Захаров уверен, что никто не подвергается скрытой дискриминации по возрасту: «Есть компании, где работают старики, — поэтому мы берем стариков. Это не значит, что они дискриминируют молодых, это значит, что у них есть какие-то предпочтения, и они могут позволить подобрать себе подобных. Есть дискриминация по профессионализму. SuperJob получает в день сотни писем: „Я старый, мне 35, меня никто не берет на работу“ или „Я молодой, мне 20, никто не берет меня на работу“. А не берут не потому что старый или молодой, а потому что опыт не соответствует амбициям». Большинство же опрошенных ВГ экспертов уверено: требования, предъявляемые к возрасту соискателей или работников, лишь иногда связаны со спецификой работы. «Чаще же это предубеждения — стереотипы работодателей в отношении работников, определенных возрастных категорий», — говорит госпожа Островская.

ПЛАТА ЗА ВОЗРАСТ Формально в российском законодательстве прописан запрет на дискриминацию, однако, по словам опрошенных ВГ экспертов, эффективных средств для защиты на национальном уровне все равно нет. Так, в ч. 4 ст. 3 Трудового кодекса говорится: «Лица, считающие, что они подверглись дискриминации в сфере труда, вправе обратиться в суд с заявлением о восстановлении нарушенных прав, возмещении материального вреда и компенсации морального вреда». Юлия Островская объясняет, что органы государственной инспекции труда жалобы на эту законодательную норму не рассматривают, потому что эта категория дел относится исключительно к компетенции судов, а иные специальные органы, отвечающие за борьбу с дискриминацией, в России отсутствуют.

В суде же доказать факт дискриминации весьма проблематично. По стандартному правилу обязанность доказать наличие дискриминации лежит на пострадавшей стороне: сделать это очень сложно, поэтому дела работниками в судах выигрываются крайне редко. Эксперт отмечает, что в странах с развитой системой антидискриминационных механизмов отсутствие дискриминации необходимо доказывать работодателю. «Даже если работник выигрывает такое дело, единственным последствием такого решения будет взыскание с работодателя компенсации морального вреда, которая, по сложившейся в России практике, взыскивается в достаточно скромных суммах: как правило, от одной до тридцати тысяч рублей», — заключает госпожа Островская.

Отбор людей исключительно по возрасту приводит не только к ограничению чьих-то прав, но и к финансовым потерям для компаний. Госпожа Складенко говорит, что для этого есть как минимум три причины. «Во-первых, по субъективным критериям может быть выбрана неподходящая группа потенциальных соискателей. Например, они не остаются долго работать в компании или неэффективны. Также может затянуться подбор кандидатов: их может не хватать на всех в силу демографических и других причин. Второй негативный фактор — ограничение возможностей для наставничества, особенно в производственном секторе. В компании может создаваться сложная ситуация, когда возрастные кандидаты будут бояться передавать знания, опасаясь отправки на пенсию, а молодые не всегда обладают достаточной базой и навыками, чтобы полноценно включиться в работу, не теряя в качестве. Третье — это общий корпоративный фон в компании, когда вместо уважительного и открытого отношения друг к другу, взаимопомощи и выручки, появляются конфликты, которых можно было бы избежать», — объясняет госпожа Складенко. ■

Протезирование, имплантация зубов –20%



КЛИНИКИ СОВЕРШЕННОЙ МЕДИЦИНЫ

777-00-00 меди.рф

Лиц. № ЛО-78-01-010619 от 14.02.2020.
Предложение действует с 01.03 по 30.04.2020.
Подробная информация у администраторов
и на сайте меди.рф.

Реклама

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

«ОДИН ИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ УСПЕШНОСТИ БИЗНЕСА — МОРАЛЬНОЕ УДОВЛЕТВОРЕНИЕ»

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МЕДИЦИНСКОГО ИНТЕГРАТОРА ЗАВЯЗАНА НА ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ И ЖЕСТКИЕ СРОКИ. ПО ОПЫТУ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА «КЕЛЕАНЗ МЕДИКАЛ» ЕЛЕНА КИРИЛЕНКО, ЭФФЕКТИВНО УПРАВЛЯТЬ ТАКОЙ КОМПАНИЕЙ ПОМОГАЮТ ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И ТВЕРДАЯ РУКА. О РАСПРЕДЕЛЕНИИ ОТВЕТСТВЕННОСТИ, ПРИЧИНАХ ТРАТИТЬ ВРЕМЯ НА ОБЩЕСТВЕННУЮ РАБОТУ И ГЕНДЕРНЫХ ПАТТЕРНАХ В ДЕЛОВОЙ СРЕДЕ ГОСПОЖА КИРИЛЕНКО РАССКАЗАЛА КОРРЕСПОНДЕНТУ ВG ЕЛЕНЕ ИСАЕВОЙ.



АЛЕКСАНДР КОРКОВ

BUSINESS GUIDE: Когда вы решили основать свой бизнес, вы делали это в одиночку? Как менялся состав учредителей?

ЕЛЕНА КИРИЛЕНКО: Начинали вдвоем — 50 на 50, но это продлилось недолго. Мы с партнером очень быстро поняли, что у нас разные стратегии. Это был человек, состоявшийся в собственном бизнесе, для него было актуально иметь наилучшую рентабельность по каждому проекту и сразу делить прибыль между учредителями. А для меня — строить бизнес, развивать компанию. Он назначил цену своей доли, и я ее выкупила. Компания основана в 2007 году, в 2008-м она полностью стала принадлежать мне. До этого я достаточно долго работала по найму, колоссальный опыт приобрела в американской компании, руководя представительством медицинского подразделения General Electric. За это время созрело внутреннее чувство независимости, захотелось самой принимать решения, самой за них отвечать, строить компанию без оглядки на чье-то мнение. Сначала была эйфория: когда основываешь дело, ощущаешь драйв, кураж. Потом были и проблемы, и открытия, но я не жалею, что тринадцать лет назад приняла такое решение.

BG: Были моменты, когда появлялись усталость и страх или хотелось снять с себя часть ответственности, изменить организационную структуру компании?

Е. К.: Сейчас времена если не кризисные, то непростые. Полностью отойти от бизнеса нереально и, наверное, неправильно. Бывают периодические моменты, когда делаешь через «не могу», когда вымотался, вернулся из командировки, а надо работать с документами, потому что завтра их куда-то необходимо предоставить. Люди иногда не понимают, чего ты от них хочешь, или не делают того, что поручено. Это не блестящая картинка: успешность, обеспеченность, машина, офис, коллектив — разные бывают моменты. Но главное — и я считаю это одним из показателей успешности бизнеса — когда есть внутреннее, моральное удовлетворение. Потому что все материальные моменты вторичны. Я абсолютно уверена: ради материального успеха бизнес создавать нельзя. Если у вас есть идеи, план, если вы хотите создать команду единомышленников и решать уникальные задачи,

тогда получится. Если бизнес создается ради зарабатывания денег — большие сомнения.

BG: Вы готовите себе преемника, чтобы иметь возможность идти выше в организационную структуру либо в политику?

Е. К.: Я поняла, что политика — это не мое. Зато общественная работа стала отнимать достаточно много времени. Я финансово содержу реабилитационный центр для детей, перенесших онкологические заболевания. В прошлом году стала председателем попечительского совета детского дома № 8 в Кировском районе. Много стоит задач, которые нужно решить для этих детишек, в частности, вопросы профориентации, чтобы по выходу из детского дома они понимали, чем будут заниматься в жизни.

Поэтому я и правда пересматриваю организационную структуру бизнеса. Попытки найти преемника, к сожалению, были не очень успешными. Люди, молодые особенно, склонны к заболеванию «звездной болезнью». Поэтому я формирую вокруг себя группу профессионалов, каждый из которых будет курировать определенное направление: техническое, продажи, IT, финансовое. Я дала этой группе рабочее название «совет директоров», который будет заниматься оперативным управлением.

BG: Наемные менеджеры или вы готовы пуścić кого-то в состав акционеров?

Е. К.: Пока идея только начала реализовываться — наемные. Но я рассматриваю вопрос о вхождении в акционеры, потому что люди должны быть заинтересованы, замотивированы.

BG: Сколько людей работает в компании и есть ли в ней принципы относительно гендерного баланса работников, квоты для социальных меньшинств?

Е. К.: Компания не очень большая — 34 человека. Квот у нас нет. Стараемся в рабочем режиме соблюдать баланс, чтобы были и мужчины, и женщины, молодые люди и постарше. Все должно быть сбалансировано, но не искусственно. Тогда в коллективе складывается здоровый микроклимат, а компания развивается успешно с точки зрения внутренних отношений. Если ты профессионал, какая разница, мужчина ты или женщина, к тебе будут относиться с уважением.

BG: Есть общепринятое мнение, что у женщин более гибкое мышление. Как ваша женская сущность влияет на решения и стратегию компании?

Е. К.: У меня больше мужской характер. Конечно, иногда я искренне расстраиваюсь из-за моментов, к которым мужчина, возможно, отнесся бы более хладнокровно. Но годы закаляют, и я стала более сдержанна. Стараюсь не рассматривать компанию как семью и не быть курицей-наседкой. Бизнес — это бизнес. Люди приходят сюда работать, дают какую-то отдачу, соответственно, получают вознаграждение, мотивацию, другие стимулирующие составляющие.

BG: Медицинские поставки держатся на тендерах, жестких сроках, требуют принятия быстрых и твердых решений. Характер помог развиваться в этой области или он следствие профдеформации?

Е. К.: По характеру я боец, мне присущи внутренняя собранность и организованность. Помогло и техническое образование. Я окончила Хабаровский институт инженеров железнодорожного транспорта (ныне Дальневосточный государственный университет путей сообщения. — **BG**), изучала системы телекоммуникаций. Еще в конце 1980-х годов разрабатывала аппаратуру передачи информации по волоконно-оптическим линиям связи. Сейчас понимание технической стороны вопроса здорово помогает. Дает прикладное знание, что необходимо нашим клиентам, врачам, медицинским учреждениям и клиникам. И это одно из направлений, которое мы активно развиваем, — все, что включает IT: телемедицина, медицинские информационные системы. То есть не просто оснащение учреждений единицами оборудования, а поддержка их функционирования с максимальным использованием возможностей.

BG: Вы состоите в деловых организациях, насколько весомо в них ваше мнение?

Е. К.: В Санкт-Петербургском отделении «Деловой России» я являюсь сопредседателем, для меня это служит показателем того, что мое мнение ценят. Также я состою в президиуме Союза промышленников и предпринимателей и возглавляю комитет по здравоохранению Ленинградской областной торгово-промышленной палаты. По моему опыту, руководитель-

ницы бизнеса не всегда понимают, зачем нужна эта деятельность, полагая, что она близка к политике. Но по сути это тот же бизнес. Объединения предпринимателей дают не только обмен опытом и интересные контакты, но еще и определенную энергетику, положительный заряд.

BG: Как вы относитесь к жестам половой принадлежности в деловой этике: когда вам пожимают руку или подают пальто?

Е. К.: Совершенно спокойно: подали пальто — спасибо, не подали — надела сама. Я не феминистка, и я считаю, что если знаки внимания оказываются, то почему бы и нет — это приятно. В случае с рукопожатиями — бедные мужчины! Есть стереотип, что первой может подать руку женщина, и от этого нередко случаются комичные ситуации. Я все же руку протягиваю.

BG: Есть разница в деловом общении с российскими и иностранными партнерами?

Е. К.: Раньше бытовало мнение, что иностранцы скрупулезно исполняют договоренности, а в России обещания могут вообще ничего не значить. Но денег в бизнесе становится меньше, и, как ни обидно, «купеческое слово» все реже имеет силу. С точки зрения гендера я, честно говоря, не чувствую никакого смущения. Думаю, «стеклянный потолок» — это определенный внутренний настрой самих женщин.

BG: То есть за всю карьеру вы не сталкивались с притеснением по половому признаку — ни на своем, ни на чужом примере?

Е. К.: По найму я всегда работала в мужских коллективах. Возможно, чтобы заслужить уважение, иногда приходилось сделать больше, чем мои коллеги. Бывали и ситуации бытового дискомфорта, когда, например, мы уезжали на корпоративное мероприятие за город, и, естественно, в брутальных мужских тусовках я не могла принимать участие. Но не стоит этому придавать чрезмерное значение. Самое главное в человеке — самодостаточность. Когда ему интересно с самим собой, он меньше обращает внимания на внешние обстоятельства.

BG: Чьими идеями вы вдохновляетесь?

Е. К.: В мире много успешных женщин, о которых интересно читать, интересно изучать их опыт и заимствовать что-то для себя. Мой идеал — это собирательный образ. ■

УСТОЙЧИВЫЕ ТРАДИЦИИ

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ РАВНЫХ И ЧЕСТНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ВСЕХ СОТРУДНИКОВ ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ ГЛАВНЫХ ПРИОРИТЕТОВ В КОМПАНИЯХ, ГДЕ УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ — ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ПРИНЦИП РАБОТЫ. НО ЛИШЬ В РЯДЕ СЛУЧАЕВ ПОДОБНЫЙ ПОДХОД — НЕ ПРОСТО ДАТЬ ВРЕМЕНИ, А ТРАДИЦИЯ, ЗАЛОЖЕННАЯ ОСНОВАТЕЛЯМИ. ОТСУТСТВИЕ ГЕНДЕРНЫХ КВОТ, ПОДДЕРЖАНИЕ ТВОРЧЕСКОЙ СМЕЛОСТИ РАБОТНИКОВ, РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ МНОГООБРАЗИЯ И ИНКЛЮЗИВНОСТИ В МОТИВИРУЮЩЕЙ, УВАЖИТЕЛЬНОЙ И БЕЗОПАСНОЙ РАБОЧЕЙ СРЕДЕ — ЭТО ТЕ ВЕЩИ, ЧТО, ПО МНЕНИЮ ЛИДЕРОВ РЫНКА, ВЕДУТ БИЗНЕС К УСПЕХУ И ПОМОГАЮТ ПОЛУЧИТЬ МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРИЗНАНИЕ. МАРИЯ КУЗНЕЦОВА

Согласно данным The Global Gender Gap Report (2018), страны Северной Европы находятся в числе лидеров по показателям гендерного равенства, являющегося одной из 17 целей ООН в области устойчивого развития. При этом гендерные предпочтения могут быть наиболее заметны в бизнесе, когда сотрудники компаний не наделены равными возможностями для построения карьеры. Подобная ситуация имеет место и в России, позиции которой в рейтинге гендерного разрыва, по версии Всемирного экономического форума, а также Всемирного банка, невысоки.

Обратная ситуация наблюдается в соседней Финляндии. Так, в конце прошлого года на пост премьер-министра страны была назначена 34-летняя Сана Марин — самый молодой политик на подобной должности в истории. Кроме того, всеми политическими партиями Финляндии на сегодняшний день также руководят женщины. А согласно одному из последних отчетов Deloitte, доля женщин в топ-менеджменте финских компаний составляет более трети.

Сегодня в Финляндии, как и во многих других странах мира, компании декларируют политику равных возможностей и придерживаются принципов многообразия и инклюзивности, прописывая их в своих стратегиях по устойчивому развитию. Но наиболее ценными являются примеры, когда подобные подходы были сформированы еще на этапе становления предприятий и не стали лишь данью времени.

Так, североевропейская семейная компания Fazer с момента своего основания в 1891 году придерживалась принципов равных возможностей для всех без исключения сотрудников. Огромную роль в этом сыграла супруга основателя компании — Берта Фацер. Ее прогрессивные идеи и подходы к ведению бизнеса, ставшие в последствии традицией, помогли не только развивать компанию, но и закрепить за ней репутацию трендсеттера с конца XIX века.

ПРОГРЕССИВНЫЕ ТРАДИЦИИ Берта Блумквист, будучи студенткой колледжа, познакомилась со своим будущим мужем Карлом Фацером в знаменитом кафе Fazer в центре Хельсинки. Именно с этого кафе началась история компании, которая спустя 128 лет превратится в международного игрока, экспортирующего продукцию в 40 стран мира. Но на тот момент это предприятие пока представ-



КАРЛ И БЕРТА ФАЦЕР ВМЕСТЕ С ДЕТЬМИ

ляло собой небольшой бизнес, в ведении которого Берта Фацер после замужества стала принимать активное участие.

Став партнером и советником своего супруга, Берта подключилась к решению ключевых вопросов, связанных с развитием компании: начиная от обсуждения продуктов и планирования производства и заканчивая бухгалтерским учетом и подведением итогов. Одной из идей, которую привнесла госпожа Фацер, было красочное визуальное оформление витрин кафе. И она не ошиблась в своих прогнозах: поток посетителей и правда значительно возрос. Сезонное оформление витрин кафе Fazer — до сих пор одна из туристических достопримечательностей Хельсинки.

Роль Берты в долгосрочном успехе компании была действительно очень велика. И это было связано не только с популяризацией продукции Fazer, но и с семейными ценностями и традициями, которые разделяли сотрудники предприятия. Берта могла стоять за кассой в час пик, помогая работникам, а во время становления компании кормила их за одним столом со своей семьей. Четверо детей четы Фацер были также вовлечены в работу: родители вместе с ними придумывали названия для новых сладостей, и каждая новинка была их общим достижением.

Равные возможности для всех стали одним из отличительных принципов работы компании Fazer с самого ее основания. Когда Берта присоединилась к

супругу в ведении семейных дел, права женщин в бизнесе и в политике были весьма слабыми. В итоге она стала частью тех изменений, которые позволили женщинам спустя время устраиваться на работу, не спрашивая разрешения у мужа, и занимать должности на государственной службе. Она понимала, что для реализации карьерных возможностей женщинам необходимо на время работы оставлять детей в детских садах. Именно Берта повлияла на то, что компания в середине XX века открыла детский сад для своих сотрудников.

Подобные прогрессивные подходы с оглядкой на семейные традиции в ведении бизнеса четы Фацер существуют и по сей день. По-прежнему ключевыми качествами, которые поощряются в компании, с выручкой от реализации продукции в размере более €1,1 млрд, являются талант и творческая смелость. При этом здесь продолжают развивать культуру многообразия и инклюзивности: придерживаясь концепции устойчивого развития, для работников создаются условия мотивирующей и безопасной среды.

Помимо отсутствия гендерных квот на всех уровнях, компания всячески поддерживает инициативы, связанные с помощью людям, имеющим трудности с поиском работы. Fazer в сотрудничестве с Helsinki Deaconess Institute, Deaconess Foundation and the Centre for Economic Development, Transport and the Environment реализовала программу

«125 возможностей для трудовой деятельности». Программа включает в себя обучение новых сотрудников прямо на рабочем месте и личную работу с каждым из них. Из привлеченных 127 участников 70% получили возможность начать карьеру в Fazer или пройти обучение. За реализацию инициативы компания получила награду «Кадровая инициатива года в Финляндии» в 2018 году.

НЕОГРАНИЧЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

В каждой из девяти стран присутствия Fazer придерживается одинаковой идеологии. Так, за двадцать лет работы в России компании удалось стать лидером в производстве хлеба, хлебобулочных изделий и полуфабрикатов, инноватором в промышленном хлебопечении. В настоящее время доля мужчин и женщин в управленческой команде российского подразделения Fazer одинакова.

По данным бюро Международной организации труда (МОТ) по деятельности в интересах работодателей, предприятия, где присутствует гендерное разнообразие, особенно на руководящем уровне, добиваются более высоких показателей, в том числе в виде существенного роста прибыли. Подобные выводы были сделаны на основе исследования почти 13 тыс. предприятий в 70 странах. Что касается России, то, по данным аналитиков PwC, наша страна входит в тройку лидеров по числу женщин на высоких руководящих должностях. Выравнивание так называемого гендерного дисбаланса стало возможным, в том числе, благодаря усилиям крупных международных и российских компаний, декларирующих принципы равных карьерных возможностей. Тем не менее по сравнению с другими странами гендерный разрыв все еще достаточно велик.

В Fazer подчеркивают, что список менеджеров-женщин в России на четырех предприятиях не исчерпывается традиционными «женскими» сферами. Среди них есть главные технологи по разработкам, начальники и главные технологи на производствах, начальники в безопасности и логистике. При этом многие из женщин, работающих в настоящее время на руководящих должностях, пришли на предприятие начинающими специалистами или рабочими. И это не формальное соблюдение гендерного баланса, а продолжение традиционных и прогрессивных взглядов компании спустя более ста лет с момента ее основания. ■

«МНЕ НРАВИТСЯ СТАВИТЬ ПЕРЕД СОБОЙ НОВЫЕ ВЫЗОВЫ»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР МЕЖДУНАРОДНОЙ КЛИНИКИ ДЕРМАТОЛОГИИ И КОСМЕТОЛОГИИ MYSTELLAMARIS ДЖУЛИАНА ДЕ СОУЗА В БЕСЕДЕ С КОРРЕСПОНДЕНТОМ ВG ОЛЕГОМ ДИЛИМБЕТОВЫМ РАССКАЗАЛА О ТРУДНОСТЯХ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В РОССИИ ДЛЯ ИНОСТРАНКИ И О ВЫЗОВАХ НАСТОЯЩЕГО ВРЕМЕНИ — ПАДЕНИИ КУРСА РУБЛЯ И КОРОНАВИРУСЕ.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

BUSINESS GUIDE: Сразу хочу спросить о русском языке: трудно ли было его учить? И почему именно русский?

ДЖУЛИАНА ДЕ СОУЗА: Не я выбрала русский, а он, наверное, выбрал меня. Мой муж русский, и понимать, что говорят друзья и близкие люди, для меня чрезвычайно важно. Я начала учить язык в университете. Когда я приехала сюда в конце 1990-х, я была вынуждена адаптироваться и начинать говорить по-русски. Много лет я была единственной бразильяночкой в городе. Я не буду говорить, что за время, проведенное в России, я стала русской, нет, я бразильянка до мозга костей, но я хорошо понимаю и уважаю русский менталитет.

BG: Насколько трудно учиться медицине на русском языке при всем богатстве терминов и профессионализмов в этой сфере?

Д. С.: Начну с того, почему я выбрала именно медицину. Когда мне было восемь лет, моя мама впала в кому и у нее обнаружили аневризму головного мозга. Все врачи, кроме перспективного молодого хирурга, утверждали, что помочь ей невозможно. Наша семья решила на операцию, и все прошло великолепно, мама полностью реабилитировалась. Тогда я решила стать врачом. Медицине обучаться сложно в принципе, а на русском языке в два раза сложнее. Тем не менее я справилась. Я благодарна всем моим учителям и всей кафедре дерматологии Первого меда.

BG: Как вы решили заняться бизнесом и насколько трудно его начинать в России?

Д. С.: Я окончила университет, интернатуру и ординатуру, потом работала в нескольких частных клиниках, но спустя время встал вопрос о дальнейшем саморазвитии. Я понимала, что могу сделать клинику, полностью отвечающую требованиям самых взыскательных пациентов. Несколько лет мой план вызревал, но начала я действовать, когда вся концепция клиники стала кристально понятна и ясна, когда пришла уверенность, что у меня все получится. Мы стараемся, чтобы все строго соответствовало правилам работы в России, хотя это очень сложно, так как некоторые из правил устаревшие и практически невыполнимы. Например, в косметологии есть аппаратура, которая давно никем не используется, но по правилам мы обязаны ее приобрести. Для лицензирования одной из услуг нам пришлось приобретать

пеленальный столик, хотя медицинские услуги для грудных детей мы не оказываем. Любой бизнес трудно начинать, и это касается не только России. Бизнес требует высокой ответственности перед клиентами, сотрудниками, инвесторами, а это всегда непросто.

BG: Были какие-то сложности в подборе персонала?

Д. С.: Это была первая сложность, с которой я столкнулась. Как говорит наш главный врач, Анаит Григорян, дерматолог-косметологов в наш коллектив мы собираем как бриллианты. Хороших специалистов сейчас очень мало, у всех есть свое место работы поэтому мы разработали систему оплаты труда, которая мотивирует врачей работать именно у нас. Наши врачи — лучшее, что есть в клинике.

BG: Проводятся ли какие-то мероприятия для коллектива? Как организован отдых?

Д. С.: За год работы клиники нашими клиентами стало более тысячи человек, а при такой нагрузке все проводят много времени на работе. Мы отмечаем праздники и дни рождения всех наших сотрудников в ординаторской. Коллектив растет, приятных событий в нашей жизни становится больше, еще чуть-чуть — и мы начнем здесь бразильские праздники отмечать.

BG: Каковы особенности русского клиента?

Д. С.: Русские гораздо более требовательны, чем иностранцы. Нам это хорошо видно, так как у нас много и иностранных клиентов. К нам приходит много известных спортсменов, бизнесменов, экспатов, приходят даже люди, занимающие высокие должности на государственной службе. Русские очень внимательны к себе. Я бы сказала, что, скорее всего, мы проводим больше времени в общении с русскими пациентами, чем с иностранцами.

BG: Как обстоят дела с конкуренцией на рынке?

Д. С.: Поскольку MyStellaMaris в своей работе использует только лучшее, это, естественно, создает высокие издержки. Справляться с конкуренцией непросто, в том числе потому, что многие клиники используют недобросовестные методы конкурентной борьбы. Они покупают препараты на черном рынке, используют медикаменты, не зарегистрированные в РФ. На рынке много клиник, которые работают при салонах красоты, не имея со-

ответствующих лицензий. Эти методы позволяют им оказывать услуги за меньшие деньги.

BG: Какие требования российских бюрократов оказались самыми непонятными и неприятными?

Д. С.: Очень болезненный вопрос был о вывеске — до сих пор не понимаем, как легально ее согласовать. Мы сначала сделали временный баннер. Через пару недель получили извещение — приглашение на разбор в комитет по печати, обратились к бизнес-омбудсмену и отделились предупредением. Решили поставить днем флажки, а уже через неделю появился проверяющий из администрации Василеостровского района, составил протокол, вызвал на разбор, мы заплатили штраф. За год сложилось впечатление, что городу неинтересен малый и средний бизнес.

BG: Есть ли планы по расширению бизнеса?

Д. С.: Думаем, как развивать медицинский туризм, хотим открыть вторую клинику в Москве. Из ближайших планов — показать свою эффективность инвесторам и рассчитаться по кредитам. Мы уже вышли на операционную прибыль и думаем о расширении спектра услуг.

BG: Как вам удалось раскрутить бренд?

Д. С.: Даже когда клиника только открылась, нас уже знали. Но не как MyStellaMaris, а знали наших докторов и нашу работу — у каждого из нас есть пациенты, которые доверяют только нам и готовы идти за нами. Без сарафанного радио нам бы не удалось так быстро встать на ноги. Конечно, в нашей работе мы использовали наружную рекламу, рекламу в СМИ. Мы делаем большую ставку на социальные сети, в частности на Instagram, а также привлекаем к сотрудничеству селебрити и блогеров, но могу сказать, что далеко не все из них реально работают и показывают результат.

BG: Тяжелее ли женщине в бизнесе? Сталкивались ли вы с проблемами из-за пола?

Д. С.: Проблем из-за того, что я женщина, я пока не встречала. Может быть, это из-за того, как я себя позиционирую. Если бы ко мне хоть раз обратились с каким-то негативом только из-за того, что я женщина, то я, конечно, сразу бы ответила со свойственным мне бразильским темпераментом.

BG: Чем вы занимаетесь помимо своей клиники?

Д. С.: Я состою в International Women's Club (IWC), это общество женщин-экспатов и членов их семей, которые живут в Петербурге. Мы помогаем обустроиться в городе иностранцам, решаем общие насущные дела. Одним из главных направлений деятельности клуба является помощь нуждающимся и благотворительность.

BG: Расскажите о семье и ваших хобби.

Д. С.: Вот уже более двадцати лет я замужем, у меня две дочери. Старшая сейчас учится в СПбГУ, а младшая ходит в школу, в третий класс. Они обе говорят на португальском и русском. Что касается хобби, то я очень люблю заниматься спортом. Мне нравится ставить перед собой новые вызовы и их преодолевать. Например, я очень боюсь высоты и поэтому стала заниматься горнолыжным спортом.

BG: Вспомните ваши яркие впечатления после переезда в Россию.

Д. С.: Думаю, нет ничего более яркого в жизни любой женщины, чем рождение первого ребенка. Никогда не забуду первые впечатления от города: февраль, -20°C , старый терминал Пулковое, военные вертолеты на стоянке, угрюмый пограничник, на улице снег, под ногами слякоть, все люди на улице в черном. И я подумала: «Боже мой, куда я приехала?» Шок для меня стало глубокое метро, особенно когда мне сказали, что в случае войны туда все спускаются и закрываются железные ставни.

BG: Как на ваш бизнес влияют санкции падение курса рубля?

Д. С.: Ситуация с падением рубля для нас имеет большое значение. Все наши поставщики, аппаратура, препараты — все импортное, а цены привязаны к курсу доллара. Наше самое дорогое оборудование — лазеры, и они в любой момент могут попасть под понятие «аппаратура двойного назначения» — ввозить для них расходники и комплектующие станет сложно, что неминуемо поднимет цены и негативно повлияет на наш бизнес.

BG: Влияет ли на вас коронавирус?

Д. С.: Суэта началась в последнюю неделю (интервью записывалось 13 марта.— **BG**). До этого люди слабо обращали внимание на эту ситуацию. Сейчас, безусловно, будет какое-то негативное движение, но если вдруг появится необходимость, то мы готовы предложить свою помощь. ■

БИЗНЕС ПО СОВМЕСТИТЕЛЬСТВУ

БОЛЬШИНСТВО СОВРЕМЕННЫХ ДЕЛОВЫХ ЖЕНЩИН НЕ СПЕШАТ ЗАВОДИТЬ ДЕТЕЙ, СТАРАЯСЬ СНАЧАЛА ПОСТРОИТЬ КАРЬЕРУ. ОДНАКО И РОЖДЕНИЕ РЕБЕНКА ДЛЯ МНОГИХ ЖЕНЩИН НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПОВОДОМ ДЛЯ ПАУЗЫ В РАБОТЕ, ТАК КАК НЫНЕШНИЕ УСЛОВИЯ ТРУДА ПОЗВОЛЯЮТ СОВМЕЩАТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ РЕАЛИЗАЦИЮ И РОЛЬ МАТЕРИ. ОЛЬГА БЕЛЫХ

64% женщин, выбирая между ранним браком и успешной карьерой, предпочли бы работу, следует из данных проведенного опроса аналитическим центром «Альфа Страхование. Медицина». В нем приняли участие сотрудницы 100 российских компаний с годовым оборотом от 100 млн рублей в возрасте от 22 до 35 лет. Основными причинами такого решения они назвали стремление обрести финансовую независимость (21%), самореализацию (17%) и отсутствие достойного кандидата для создания семьи (8%). Среди тех, кто решил выбрать карьеру, 55% занимают руководящие должности, остальные — менеджеры среднего звена.

При этом социальный статус женщины для работодателей продолжает иметь значение, но за последние годы он стал интересовать меньше. По информации исследовательского центра портала Superjob, в 69% опрошенных компаниях заявили, что семейное положение и наличие детей у женщины-кандидата не влияет на решение о приеме на работу. В 2010 году этот показатель был на уровне 47%. Работодатели меньше всего хотят трудоустраивать замужних женщин без детей — 10% (2010 год — 16%), а также не состоящих в браке бездетных — 6% (9%).

У большинства работодателей все еще распространено мнение, что женщина может выйти на работу и сразу уйти в декрет, поясняют в службе исследований сервиса по поиску работы и сотрудников HeadHunter (hh.ru). О том, что при приеме на работу кандидатов-женщин нужно спрашивать про перспективы появления у них детей и о семейном положении вообще, уверен 61% опрошенных из Петербурга и Москвы. Подобные вопросы мужчинам задают 24% рекрутеров обеих столиц.

Некоторые работодатели опасаются, что наличие маленьких детей может отвлекать потенциальную сотрудницу от выполнения обязанностей, снижать ее продуктивность, а также накладывать определенные ограничения на график и интенсивность ее работы, объясняет руководитель пресс-службы HeadHunter по Северо-Западу Ирина Жильникова. В основном это касается позиций с ненормированным рабочим днем и частыми командировками, поясняет она. Тем не менее с учетом неутешительных для большинства компаний трендов — явного дефицита специалистов с нужными hard и soft skills, роста нагрузки на работников всех уровней и, как следствие, профессионального выгорания — гендер и другие особенности, связанные с ним, уходят на дальний план. «В условном профиле идеального кандидата сейчас куда важнее профессиональный опыт, готовность учиться новому и развитые личные качества», — считает госпожа Жильникова.

ГАРМОНИЯ НА ВЫБОР Работающие женщины с детьми нередко оказываются



РОЖДЕНИЕ РЕБЕНКА ДЛЯ МНОГИХ ЖЕНЩИН НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПОВОДОМ СДЕЛАТЬ ПАУЗУ В РАБОТЕ

ся в непростой ситуации, вынужденные выбирать между карьерой и семьей. Однако для полноценного воспитания ребенка первостепенную роль играет счастье матери, а как именно она приходит к этому, благодаря реализации на работе или же посвящая все время детям, — неважно, объясняет доцент кафедры психологии профессиональной деятельности РГПУ им. Герцена Александра Кошелева. «Большое значение для ребенка имеет первый год его жизни, когда с ним должна быть рядом мама или другой значимый взрослый, который создаст у него представление о том, что мир безопасен. Это необходимо, потому что именно в этот период у детей формируется базовая привязанность», — говорит госпожа Кошелева.

А как вести себя дальше — вопрос индивидуальный. Для одних женщин самая главная карьера — карьера матери, и им будет сложно выходить на работу, оставляя ребенка. Другие же ощущают себя счастливыми, только совмещая профессиональные достижения с воспитанием детей. Если женщина «наступит себе на горло» и пожертвует работой ради семьи, нереализованные планы неизбежно выльются в раздражение и обиду, предупреждает госпожа Кошелева.

Именно поэтому таким женщинам нельзя забрасывать карьеру. По словам генерального директора «Ленстройтреста» Валерии Малышевой, ее внутреннее восприятие себя подсказывает, что гармоничным человеком она будет только в том случае, если продолжит реализовывать себя в любимом деле, а не только в семье и воспитании ребенка. «Если я задвину на задний план свою работу, хорошо не

будет никому — и в первую очередь малышу. У него будет гиперактивная мама, которая не знает, куда деть свою энергию и живет не в ладу сама с собой», — рассуждает Валерия Малышева. — Поэтому, с одной стороны, когда ребенок, вечером пятницы зовет меня «мама», совмещаю в одно слово «мама» и «няня», я, безусловно, расстраиваюсь. Но потом понимаю, что это чувство — некий самообман, попытка подогнать себя под стандарты, диктуемые социумом».

Директор по продажам Valo Марина Сторожева уверена, что желание женщины раствориться в семье становится источником многих проблем. «Это уже давно никому не нужная жертва — ни мужу, ни детям. Ни в коем случае нельзя забывать о собственных амбициях и потребностях. Современный мир дает женщине возможность работать и уделять семье достаточное время», — считает госпожа Сторожева.

ДЕКРЕТ НЕ ПОМЕХА Рождение ребенка для многих женщин не является поводом сделать паузу в работе: одни остаются в своей должности и им помогают няни и родственники, другие — трудятся удаленно. Чаще всего в отпуске по уходу за ребенком не оставляют свою профессию тестировщицы программного обеспечения: 67% из них подрабатывают по своей специальности во время декрета, приводят данные в Superjob. Удастся совмещать работу по специальности с декретом и 65% переводчиц, 64% дизайнеров, а также 49% журналистов.

«Возможность работать удаленно — это большое подспорье для работающих мам», — говорит директор по маркетингу

Mirland Development Corporation Елена Валуева. — Все больше женщин открывает собственный бизнес или уходит с пятидневки на фриланс: это позволяет лавировать между делами и воспитанием детей». Руководителю нужно всегда быть на связи, а сегодня решать стратегические и глобальные вопросы можно онлайн, дополняет Марина Сторожева.

Помимо удаленной работы во время отпуска по уходу за ребенком, чтобы не выпасть из деловой среды, нередко женщины повышают свою квалификацию или вовсе меняют сферу деятельности. За три-шесть месяцев они могут дистанционно освоить новую профессию в сфере маркетинга, PR, продаж, интернета, HR и даже IT, перечисляет Ирина Жильникова.

Помогают совмещать работу с декретом и коворкинги, в которых, кроме рабочего места, предоставляются услуги няни. В Петербурге к ним можно отнести «Офис мам», «Дом гнома», Busy Moms. Кроме этого, постепенно набирает популярность распространенная модель дошкольного детского образования в Европе и США — организованные работодателями корпоративные детсады, расположенные рядом с офисом. Однако пока их открывают в основном крупные компании и холдинги. Хорошим бонусом для работающих женщин с детьми является возможность поддерживать с ними связь в течение дня. Благодаря мессенджерам это делать стало очень просто, отмечает госпожа Сторожева.

КАЧЕСТВЕННЫЙ ТАЙМ-АУТ Из-за высокой нагрузки бизнесумен с детьми важно правильно организовать не только работу, но и отдых, отмечают эксперты VG. Ведь совмещение роли топ-менеджера масштабного проекта апартаментов, жены, матери троих детей, а еще хозяйки двух собак и шести попугаев — выход из зоны комфорта, говорит Марина Сторожева. «Люблю вечером выпить бокал вина, могу побаловать себя новыми духами или чем-то вкусным. Мне очень помогают переадресовать с отпуском в три-четыре дня — успеваю отдохнуть и могу спокойно оставить работу на это время. Море, солнце, горные лыжи, совместный отдых с детьми — это важная часть жизни», — рассказала она. Валерия Малышева сообщила, что изменила свой график отпусков и полностью подстроила их под потребности сына: «Если раньше я отдыхала в течение года только на январских и майских праздниках, то сейчас я использую любую возможность передохнуть и поехать с ребенком на дачу или на море».

Елена Валуева подчеркивает: дети очень быстро растут, поэтому нужно стараться наслаждаться каждым моментом, проведенным вместе. «Все сложности со временем забудутся, а теплые воспоминания останутся на всю жизнь», — резюмирует она. ■

НЕДЕТСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

В УСЛОВИЯХ РОСТА ЧИСЛА РАБОТАЮЩИХ ЖЕНЩИН, ИМЕЮЩИХ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА, ПЕРСПЕКТИВА СОЗДАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ДЕТСКИХ САДОВ И КОМНАТ ДЛЯ ДЕТЕЙ В ОФИСАХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ СТАНОВИТСЯ ВСЕ БОЛЕЕ ОЧЕВИДНОЙ. МАРИЯ КУЗНЕЦОВА

Несмотря на распространенную в США и в Европе практику подобной социальной поддержки работающих матерей, в России такие примеры все еще являются скорее исключением, нежели тенденцией. В настоящее время система дошкольного образования в России развивается как вариативная, что позволяет предложить современным родителям детей дошкольников выбирать ту форму получения дошкольного образования, которая больше удовлетворяет семейным потребностям.

Согласно данным Росстата, уровень занятости женщин в России, имеющих детей дошкольного возраста, непрерывно растет. Так, за последние десять лет доля работающих матерей увеличилась с 62,8 до 67,1%. Многие мамы не хотят отказываться от работы, но в то же время испытывают естественную потребность быть рядом с ребенком и такое противоречивое желание вполне возможно решить организацией корпоративного детского сада при организациях, предприятиях, офисах, компаниях, считает Виктория Новицкая, доцент кафедры дошкольной педагогики, директор Института детства РГПУ им. Герцена.

Вместе с тем, по мнению опрошенных ВГ экспертов, подобные практики носят пока пилотный, экспериментальный характер, а их доля на рынке услуг в области дошкольного образования не превышает 2%. Гораздо чаще можно встретить детские комнаты, специально оборудованные для времяпрепровождения ребенка во время работы родителей.

ВЫНУЖДЕННАЯ МЕРА «Судя по результатам опроса службы исследований компании HeadHunter, 44% петербуржцев хоть раз приводили детей на работу. Причем 4% опрошенных делают это регулярно, каждый четвертый — время от времени, а для 72% практика брать детей на работу — большая редкость», — говорит Ирина Жильникова, руководитель пресс-службы HeadHunter по Северо-Западу. По ее словам, если говорить о регулярной практике, то постоянно приводят на работу детей чаще других представители сфер маркетинга, рекламы и PR (8%), и продаж (6%), а также административного персонала (4%) — офис-менеджеры, секретари, управляющие.

«Как правило, работники берут детей по простой причине: 55% опрошенных утверждают, что ребенка просто не с кем оставить. Еще 18% упомянули, что хотят познакомить детей с коллегами, в 16% случаев свою роль сыграл форс-мажор — работа на выходных, корпоративный детский праздник», — добавляет госпожа Жильникова. В целом сотрудники довольно позитивно реагируют на присутствие детей в офисе, если те не мешают рабочему процессу. «Так, 33% из числа родителей ответили, что их коллеги „крайне положительно“ отнеслись к детям на работе. Каждый третий опрошенный из Петербурга смягчил оценку, определив отношение других работников как „скорее



КРИСТИНА КОРМИЛИЦЫНА

СОГЛАСНО ИССЛЕДОВАНИЮ КРУПНЕЙШЕЙ МИРОВОЙ СЕТИ КОРПОРАТИВНЫХ ДЕТСКИХ САДОВ BRIGHT HORIZONS, 94% РАБОТАЮЩИХ РОДИТЕЛЕЙ СОГЛАСИЛИСЬ БЫ ПОМЕНИТЬ РАБОТУ И УЙТИ В КОМПАНИЮ, ГДЕ ЕСТЬ ДЕТСКАЯ КОМНАТА ИЛИ КОРПОРАТИВНЫЙ ДЕТСКИЙ САД

положительное». И еще 3% респондентов отметили нейтралитет со стороны коллектива», — поясняет Ирина Жильникова.

Эксперт также подчеркивает, что несмотря на обстоятельства, пребывание детей на работе не сильно сказывается на трудоспособности большинства петербуржцев. «Эффективность 68% опрошенных не снизилась из-за присутствия ребенка на рабочем месте, а у 7% она даже выросла. Однако негативные моменты тоже есть: каждый четвертый постоянно отвлекался на ребенка, и это в итоге отрицательно повлияло на производительность труда», — уточняет она.

С организацией корпоративных детских садов или даже уголков в российских компаниях пока все сложно, поскольку западная корпоративная культура сейчас больше ориентирована на соблюдение баланса работы и личной жизни, отсюда и забота о комплексном благополучии сотрудников, говорят в HeadHunter. «Например, в Америке с 2011 года реализуется программа „На работу с ребенком“,

в рамках которой компании предлагают сотрудникам детские комнаты и пеленальные столики. Экономический кризис сильно повлиял на финансовое благополучие работников, поэтому, чтобы не лишиться тех, кто не может позволить себе детский сад, компании создают возможности для общения родителей и детей», — добавляет в пресс-службе HeadHunter.

Большинство российских компаний, как правило, ограничивается проведением так называемых Family Days или экскурсий, а некоторые частично готовы спонсировать отдых сотрудников с детьми в санаториях и домах отдыха. Friendly-политика по отношению к детям сотрудников зачастую культивируется в IT-компаниях, поясняет госпожа Жильникова. «HR-департаменты разрабатывают специальные программы для повышения лояльности сотрудников. В их числе поддержка молодых матерей — расширенная медицинская страховка, семейные выезды за город, детские мастер-классы и многое другое. Но пока, повторюсь, подобная практика — большая

редкость для нашего бизнеса», — указывает она.

ОБЕСПЕЧИТЬ ЛОЯЛЬНОСТЬ Главным отличием корпоративного детского сада и детской комнаты является масштаб решаемых задач. Корпоративный детский сад — это настоящий инвестиционный проект, требующий стартового капитала, программы деятельности, команды квалифицированных специалистов и развитой инфраструктуры для организации жизнедеятельности детей в течение дня: питания, образования, прогулки, сна, поясняет Виктория Новицкая. При этом детская комната предполагает лишь ребенокоориентированное оснащение: безопасность и комфортность пребывания, наличие игрушек, оборудования для игр и занятий, присутствие педагога, осуществляющего сопровождение ребенка во время игр.

«Корпоративный детский сад — это особое пространство, которое специально организовано работодателем для временного пребывания детей рядом с

родителями. Такой сад позволяет работникам оставить ребенка в зависимости от потребности семьи от нескольких часов до полного дня. За рубежом такая форма реализации дошкольного образования очень популярна и встречается во всех крупных компаниях Европы и США», — отмечает госпожа Новицкая.

Если анализировать мировую практику, то начиная с 1990-х годов корпоративные детские сады и комнаты стали важным элементом корпоративной лояльности компании или фирмы и вошли в общепринятую цепочку факторов, влияющих на выбор будущей работы, говорит эксперт. По ее словам, с точки зрения удержания работника на рабочем месте корпоративный детский сад имеет свои преимущества: забота о детях сотрудников компании, возможность поддержки их интересов, потребностей, создание условий для полноценного развития повышают производительность и продуктивность работы, позволяя сотрудникам сосредоточиться на решении профессиональных задач и повысить качество их выполнения.

Согласно исследованию крупнейшей мировой сети корпоративных детских садов Bright Horizons, 94% работающих родителей согласились бы поменять работу и уйти в компанию, где есть детская комната или корпоративный детский сад. При этом 25% работников отказались бы работать в тех организациях, где нет такой услуги. В мировой практике поиска работы 84% потенциальных сотрудников, имеющих детей дошкольного возраста, считают, что наличие корпоративного детского сада является ключевым фактором при выборе места работы.

По словам госпожи Новицкой, у таких всемирно известных фирм, как Apple, Google, BMW, есть практика создания корпоративных детских садов, а компания Sow Experience Inc. акцентировала внимание на возможности сотрудникам приходить на работу с детьми до года. «Компания Zupano, знаменитый производитель детской одежды и игрушек, одиннадцать лет тому назад не просто разрешила брать детей до года на работу, но и организовала специальное пространство прямо в офисах. Были оборудованы игровые пространства, комнаты для сна, пеленальные столики», — говорит она. В результате резко возросла производительность труда, работницы стали делать меньше производственных ошибок и повысили качество продукции.

НЕГОТОВНОСТЬ К РИСКАМ Сейчас в России практика создания корпоративных детских садов не такая распространенная, но уже явно существующая. «И если говорить о том, что спрос рождает предложение, то можно утверждать, что данная форма дошкольного образования в России имеет свой пул потребителей», — считает госпожа Новицкая. Вместе с тем даже у таких крупных игроков, как ПАО «Газпром» и его дочерних обществ, численность работников которых насчитывает несколько сотен тысяч человек, корпоративных детских садов нет. Об их отсутствии заявили ВГ в управлении информации компании.

По мнению начальника управления социального партнерства Ленинградской федерации профсоюзов Максима Чиркова, организация корпоративных садов в нашей стране оцениваются как социальная ответственность бизнеса. «Однако

кроме условного „похлопывания по плечу“ в качестве высшей меры поощрения ничего не предлагается. Кроме того, любые дополнительные расходы на персонал в конечном итоге сказываются на себестоимости продукции, а практически все государственные заказы предоставляются на конкурсных условиях в зависимости от цены предложения. Таким образом, государство сегодня предоставляет возможность зарабатывать не тем организациям, где существует диалог с работниками, заключается коллективный договор, а тем, кто предложит наименьшую стоимость за счет, как правило, „серых“ зарплат и практически рабского положения работников», — подчеркивает господин Чирков.

По словам опрошенных ВГ экспертов, нежелание компаний реализовывать такие социально направленные проекты связано с несколькими возможными для них рисками. Во-первых, бизнес в России в большинстве случаев не привык вкладывать длинные деньги в то, что фактически не приносит никакой прибыли: подобный проект вряд ли сможет окупиться, а столь значительные средства лучше направить на то, что приносит доход. Во-вторых, к качеству организации образовательных услуг для дошкольников предъявляются жесткие требования. «Организации, предоставляющие услуги дошкольного образования, подлежат обязательному государственному лицензированию и постоянному надзору со стороны Департамента образования, Роспотребнадзора, МЧС и иных государственных органов. Помещение и территория должны соответствовать определенным требованиям по обеспечению безопасности учащихся, таких как этажность, пути эвакуации, медицинский кабинет. Также необходимы песочницы, навесы и малые архитектурные формы», — поясняет Холли Робертс, руководитель детского сада Britannia School.

При этом, по мнению госпожи Робертс, детские комнаты при офисах как альтернативу корпоративным детским садам достаточно несложно и недорого оборудовать, поскольку для предоставления нелицензируемых услуг по присмотру и уходу жестких требований нет. «Помещение можно время от времени перепрофилировать в зависимости от востребованности таких услуг», — уточняет эксперт.

ЕДИНИЧНЫЕ ПРИМЕРЫ Тем не менее позитивные примеры в части реализации подобных инициатив все же существуют. «Наш банк открыл первый в России детский сад „Оранжерея“ на территории офисного комплекса в Обнинске в апреле 2011 года. Сад имеет лицензию на образовательную деятельность и работает по методу Монтессори. А в 2018 году мы открыли корпоративную группу банка „Хоум Кредит“ в одном из лучших детских садов Томска — „Винни-Пух“. С 2004 года садик „Винни-Пух“ имеет статус прогимназии», — рассказали ВГ в пресс-службе банка «Хоум Кредит». В кредитном учреждении не стали раскрывать размер затрат на открытие детского сада, однако отметили, что все расходы на содержание детского сада и пребывание детей в Обнинске и группы в Томске банк полностью взял на себя.

«Наша первоочередная задача — помогать нашим коллегам, делать так, чтобы они работали в комфортной атмосфере, а их дети находились под присмотром», — уточнили в пресс-службе банка. В ответ

на вопрос ВГ, почему было принято решение организовать для детей сотрудников корпоративные дошкольные учреждения, в банке «Хоум Кредит» рассказали, что и в Обнинске, и в Томске работают крупные колл-центры, где занято много молодежи, в частности, молодых женщин, у которых есть маленькие дети. «Многие мамы хотели бы выйти из декрета на работу раньше, но им не с кем оставить ребенка. А получить место в муниципальном детском саду непросто. В результате мы нашли решение, которое позволяет нашим сотрудницам выходить на работу тогда, когда им удобно», — комментируют в кредитной организации.

Детский сад в Обнинске изначально планировалось взять в аренду, вложить средства в реконструкцию и организовать там несколько групп. Но потом в компании решили открыть его в прямо в офисном здании, где родители могут навещать своих детей во время рабочего дня. По словам представителей банка, получение лицензий и различных разрешений заняло значительное время, поскольку у органов, которые занимаются их выдачей, не было в практике такого опыта. Так же планировалось поступить и в Томске, но поскольку томский колл-центр работает в арендуемом здании, открыть детский сад полного цикла там бы не получилось.

«Поэтому мы придумали другой вариант: нашли близкий к офису частный детский сад и договорились о создании корпоративной группы для детей сотрудников банка „Хоум Кредит“. Определяющим стало наличие различных развивающих программ: здесь дети рисуют, занимаются музыкой и физкультурой, могут посещать бассейн», — уточнили в банке. Дети стали частью жизни офиса, они поздравляют сотрудников со знаменательными датами, устраивают собственные праздники, куда приглашают наших сотрудников, говорят в банке. «В Томске садик находится в шаговой доступности от офиса, поэтому сотрудникам очень удобно утром приводить детей в сад перед работой и вечером по дороге домой их забирать. Воспитатели всегда на связи, им можно позвонить в любое время. Поэтому родители могут спокойно работать, зная, что их ребенок под присмотром, накормлен, играет с малышами и занимается с педагогами», — рассказали ВГ в пресс-службе кредитной организации.

Собственный корпоративный детский сад, открывшийся более десяти лет назад, есть также и у компании «Эвалар». «Детский сад „Золушка“ открыт компанией в Бийске, где расположены производственные мощности компании. В 2008 году компания выкупила здание бывшего муниципального детского сада № 70, который в 1990-е был приватизирован и перестроен под офисное здание, и начала его реконструкцию», — рассказали ВГ в пресс-службе компании. Сегодня в детском саду «Золушка» уже десять групп, которые посещают более 200 детей. «Садик считается одним из лучших дошкольных учреждений в Алтайском крае, а Министерство образования РФ присвоило ему специальный статус экспериментальной образовательной площадки», — поясняют в «Эваларе».

Детский сад «Золушка» относится к категории «санаторных детских садов», где делается ставка на диетическое питание, действуют профилактическая и оздоровительная программы на базе физиокабинетов, включая ингаляции, массаж,

парафинотерапия и теплолечение. Объем инвестиций в создание детского сада составил более 200 млн рублей. «Наш корпоративный детский сад — это социальный проект, аналогов которому в России мало. Для „Эвалара“ его создание стало важным инструментом в решении острого кадрового дефицита. Высокотехнологичное предприятие, на котором шла адаптация производства под международные стандарты, ощущало серьезный недостаток квалифицированных инженерно-технических кадров. Во многом именно благодаря наличию высококлассного детского дошкольного учреждения нам удалось привлечь квалифицированных работников для производства из Омска, Томска и Новосибирска», — добавляют в пресс-службе «Эвалара».

«Одним из важных направлений кадровой политики компании является создание для своих сотрудников комфортной социальной инфраструктуры», — рассказали ВГ в пресс-службе АПХ «Мираторг». По словам представителя компании, идея строительства корпоративного детского сада в Корочанском районе Белгородской области возникла по понятной причине — здесь расположен большой производственный кластер «Мираторга», включающий в себя свиноводческие комплексы и завод по убою и переработке свинины.

«Численность сотрудников „Мираторга“ на территории Корочанского района — больше 5 тыс. человек, у большинства из которых дети. Так, в 2015 году на территории поселка Уютный в Белгородской области рядом с 50 домами, построенными специально для работников СК „Короча“, открылся корпоративный детский сад. Проект сада был разработан по европейскому образцу, а на воплощение его ушло около двух лет. Именно поэтому сооружение для детей в архитектурном и ландшафтном дизайне не похоже на то, что мы привыкли видеть на территории России», — отметили в компании.

По словам представителей «Мираторга», детский сад представляет собой одноэтажное здание, рассчитанное на шесть групп, каждая оборудована всем необходимым для организации детских игр, отдыха, дневного сна и приема пищи. Сооружение имеет пищеблок, медицинский кабинет и процедурную, физкультурный и музыкальный залы, кабинеты психолога и логопеда, компьютерный класс и класс для изучения иностранных языков. «Гордость сада — закрытый бассейн с современной системой фильтрации и обеззараживания. Детский сад „Уютный“ считается одним из лучших в стране: учреждение — неоднократный обладатель различных премий, в том числе в 2018 году сад был внесен в национальный реестр ведущих образовательных учреждений России», — сообщили в «Мираторге».

Есть практика создания мультикорпоративных детских садов, когда данная услуга одновременно предоставляется сотрудникам разных компаний, работающих в больших офисах, корпорациях, бизнес-центрах, добавляет Виктория Новицкая. «Пример такой услуги представлен опытом работы образовательной компании One International School в Москве. За два года в столице открылись четыре таких учреждения: близ станций метро „Крылатское“, „Парк культуры“, „Пролетарская“ и „Маяковская“. Его услугами пользуются сотрудники Intel, Adidas, BBDO, Microsoft, Huawei», — рассказала она. ■

«ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ МОГУТ РАССЧИТЫВАТЬ НА ПОДДЕРЖКУ ФОНДА»

О ТОМ, КАК МАЛОМУ ПРЕДПРИЯТИЮ ПОЛУЧИТЬ ЖЕЛАЕМУЮ СУММУ КРЕДИТА, НЕСМОТЯ НА ДИСКОНТИРОВАНИЕ СТОИМОСТИ ЗАЛОГОВОГО ИМУЩЕСТВА, О СОКРАЩЕНИИ СРОКОВ РАССМОТРЕНИЯ ЗАЯВОК И ПРИОРИТЕТНЫХ ОТРАСЛЯХ ДЛЯ НО «ФОНД СОДЕЙСТВИЯ КРЕДИТОВАНИЮ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА, МИКРОКРЕДИТНАЯ КОМПАНИЯ» В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА КОРРЕСПОНДЕНТУ ВЕГ МАРИИ КУЗНЕЦОВОЙ РАССКАЗАЛА ЕГО ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АЛЕКСАНДРА ПИТКЯНЕН.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

BUSINESS GUIDE: Как вы оцениваете условия для поддержки предпринимательской деятельности в Петербурге?

АЛЕКСАНДРА ПИТКЯНЕН: В нашем городе представлен широкий инфраструктурный комплекс поддержки бизнеса. Здесь работает большое количество организаций, деятельность которых направлена на предоставление льготных программ — финансовых, инфраструктурных, а также акселерационных. Предприятия могут получить консультации, найти партнеров, заказчиков, пройти обучение и, помимо финансовой поддержки, получить адресную помощь. По данным Центра поддержки предпринимательства, на 10 марта в Петербурге зарегистрировано примерно 359 тыс. субъектов малого и среднего бизнеса (МСБ), в том числе 211 тыс. — это юридические лица и 148 тыс. — индивидуальные предприниматели. Вместе с тем могу отметить, что при всем многообразии существующих федеральных и региональных программ поддержки — от инициированных Минэкономразвития и Минпромторгом до различных программ банков — предприниматели не всегда в них могут разобраться.

ВГ: С какими проблемами сталкивается малый и средний бизнес в части кредитования его деятельности?

А. П.: Наш фонд в основном занимается финансовым блоком, поэтому остановлюсь непосредственно на финансовых проблемах. По-прежнему имеет место нехватка залогового обеспечения, затруднен доступ к финансовым ресурсам, а также все еще высоки процентные ставки коммерческих банков, даже несмотря на уменьшение учетной ставки Центрального банка.

ВГ: Что вы можете сказать о финансовой грамотности петербургских предпринимателей?

А. П.: К сожалению, проблемы финансовой грамотности все еще остаются нерешенными. Предприниматели часто сосредоточены именно на процессе ведения бизнеса, в то время как финансовыми вопросами занимаются наемные специалисты или работающие на аутсорсинге. Мы все еще наблюдаем ситуации, когда и предприниматели, и наемный персонал не могут собрать даже простой комплект документов по минимальному набору требований фонда, например, в рамках программы микрофинансирования. И надо

понимать, что этот комплект документов упрощен до минимума, при подаче документов непосредственно в коммерческий банк процедура гораздо более сложная.

ВГ: Какие меры поддержки доступны предпринимателям, которые обращаются в ваш фонд?

А. П.: Мы консультируем, стараемся оказать максимальную поддержку, в том числе при подборе кредитных продуктов. На сегодняшний день у нас насчитывается уже 48 банков-партнеров. Если говорить о программе микрофинансирования, то фонд помогает собрать комплект документов, заполнить учетные формы, необходимые для принятия решений. Все наши консультации являются бесплатными. Мы взимаем комиссию в размере 0,75% лишь при заключении договора поручительства, размер которой приравнен к комиссии АО «Корпорации МСП» (АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства»). Также предприниматели оплачивают проценты по ставкам программы микрофинансирования, если они заключили договор.

ВГ: Какие программы фонда наиболее популярны среди представителей малого и среднего бизнеса?

А. П.: Сложно выделить наиболее популярное направление. Основное направление деятельности фонда — предоставление поручительств. Поскольку мы работаем в таком крупном городе, как Санкт-Петербург, то изначально мы ориентировались на то, что предприниматели будут обращаться за кредитами в коммерческие банки. При этом у нас не так сильно развита программа микрофинансирования, как, например, в Ленинградской, Псковской и Новгородской областях, где гораздо больший объем капитализации по данному направлению. Когда предпринимателю не хватает собственного залогового обеспечения, он может обратиться в любой из банков-партнеров, и кредитное учреждение при поддержке фонда предоставляет кредит. Или, например, бывают ситуации, когда предприниматель самостоятельно оценил свое залоговое обеспечение по рыночной стоимости и такого имущества у него оказалось достаточно для получения кредита. Он обращается в банк, который в течение примерно двух месяцев рассматривает заявление, согласно своим процедурам. Когда предприниматель выходит на кредитный коми-

тет, выясняется, что банк дисконтирует рыночную стоимость залогового имущества. Следовательно, заявителю может не хватить 30–40%, и тогда снижается сумма или возрастает процентная ставка. Во избежание подобных случаев можно воспользоваться поручительством, и тогда и сумма сохранится в полном объеме, и ставка будет ниже.

ВГ: Расширился ли комплекс мер поддержки фонда по сравнению с 2019 годом?

А. П.: Пока расширения комплекса мер мы не планируем. На данный момент у нас есть 3,8 млрд рублей активов, из которых 3,6 млрд зарезервировано на основное направление деятельности — гарантийную поддержку. Лишь 200 млн рублей выделено из текущей прибыли фонда на микрораймы — на них, в том числе, могут рассчитывать предприниматели, которые ранее не обращались в банки за кредитными средствами, не пользовались финансовой поддержкой фонда и не имеют кредитной истории. Таким образом, они получают опыт взаимодействия с финансовой организацией для привлечения заемного финансирования и смогут в будущем спокойно обращаться в коммерческие банки самостоятельно.

ВГ: Какие отрасли являются приоритетными для фонда и почему?

А. П.: По-прежнему наш приоритет — это производство и обрабатывающая промышленность. Вместе с тем мы поддерживаем и торговлю, и строительный сектор, и транспортные компании. В текущих реалиях приоритетным направлением для фонда может стать сфера производства медицинского оборудования и средств защиты. Кроме того, мы рассматриваем варианты и ждем одобрения руководства по поводу поддержки компаний, которые пострадали в связи с экономической ситуацией в стране. В этом направлении ведется диалог. Возможно, к приоритетным направлениям может добавиться и сфера туризма.

ВГ: По каким параметрам проводится оценка бизнеса для принятия решения о предоставлении поручительств?

А. П.: Собственную специфическую оценку мы не проводим — она полностью аналогична банковской. Мы выезжаем на место ведения бизнеса, оцениваем деловую репутацию заемщика, смотрим на стандартные финансовые показатели. То же самое проверяет и банк. То есть мы проводим

повторную проверку. В данный момент мы ведем диалог с Минэкономразвития и АО «Корпорация МСП», и, возможно, в скором времени по ряду направлений повторные проверки будут отменены.

ВГ: Насколько данные меры будут способствовать сокращению сроков рассмотрения заявок?

А. П.: На текущий момент по крупным сделкам проверка документов продолжается в срок от трех до пяти дней, по очень крупным сделкам — до десяти дней. Мы стремимся к тому, чтобы сократить срок до одного дня.

ВГ: Недавно фонд подал обращение в городскую администрацию с предложением о докапитализации. С чем это связано?

А. П.: Это запланированная докапитализация в размере 101,5 млн рублей на 2020 год. Это связано с ежегодным ростом обращений. В прошлом году нами было обеспечено 9,6 млрд рублей кредитов и банковских гарантий. Это выше, чем годом ранее. По микрофинансированию мы также наблюдали возрастание числа заявок. В 2018 и 2019 годах докапитализации программ фонда из бюджета не было. Она будет направляться на увеличение активов для работы по программе предоставления поручительств.

ВГ: Какова сейчас доля дефолтов в портфеле фонда? Эта цифра уменьшается или увеличивается в динамике за последние годы?

А. П.: Доля дефолтов в портфеле фонда не растет и уже который год составляет 2,7%.

ВГ: Изменится ли ситуация на рынке кредитования малого и среднего бизнеса из-за экономической ситуации, связанной с курсом национальной валюты?

А. П.: В прошлом году нами проводилась оценка потенциала рынка, и мы рассчитывали как минимум на прирост в 5–10%. Но в связи с изменением экономической ситуации мы, конечно, будем корректировать этот прогноз. Также мы не исключаем, что не все предприниматели смогут справиться с кредитной нагрузкой. Подобную ситуацию мы наблюдали в 2014–2015 годах. Хотелось бы отметить, что программы фонда корректировались исходя из текущей экономической ситуации, и в кризисные моменты мы всегда шли навстречу предпринимателям, принимали совместно с банками-партнерами дополнительные меры по поддержке МСБ. ■

РУКОВОДСТВО ПО КВОТЕ

СОГЛАСНО ИССЛЕДОВАНИЮ DELOITTE, ДОЛЯ ЖЕНЩИН-СЕО В РОССИИ ОЧЕНЬ ВЫСОКА — ОКОЛО 20% ПРОТИВ 4,4% В СРЕДНЕМ В МИРЕ. ТОЛЬКО НЕКОТОРЫЕ СТРАНЫ ЕВРОПЫ ДОБРАЛИСЬ ВЫШЕ ЭТОГО ПОКАЗАТЕЛЯ. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ В РОССИИ РЕГУЛЯРНО, В ТОМ ЧИСЛЕ НА ФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ, ПОДНИМАЕТСЯ ВОПРОС О ВВЕДЕНИИ КВОТ ДЛЯ ЖЕНЩИН В БИЗНЕСЕ И ПОЛИТИКЕ. В ПОЗИЦИЯХ ЗАЩИТНИКОВ И ПРОТИВНИКОВ ЭТОЙ МЕРЫ РАЗБИРАЛАСЬ КОРРЕСПОНДЕНТ ВГ ЯНА ВОЙЦЕХОВСКАЯ.

В основном высокие показатели женщин-СЕО обеспечиваются широкой представленностью их в четырех отраслях — образовании (42%), гостиницах и общепите (30%), здравоохранении и соц. услугах (39%) и прочих услугах (38%). В пяти секторах женщин-СЕО менее 10%: в добыче (6%), госсекторе и безопасности (6%), энергетике (7%), строительстве (8%) и сельском хозяйстве (10%). В финансах женщин-СЕО довольно много (29%), в IT и связи — напротив, мало (17%), говорится в исследовании Deloitte.

Оно впервые анализирует эффективность управления компаниями в РФ женщин-гендиректоров или операционных руководителей предприятий с точки зрения финансовых показателей. Как сообщал «Ъ» ранее, работа не имеет прецедентов в первую очередь по размеру массива данных: авторы Deloitte работали с выборкой в 224,1 тыс. российских компаний в 19 отраслях, имевших непрерывную кредитную историю и отчетность в течение 2012–2017 годов, что позволяет, сопоставляя их финансовые результаты, делать достаточно точные количественные суждения.

В российских средних и крупных компаниях женщины-руководители демонстрируют более высокие показатели рентабельности капитала и относительно низкую рентабельность активов возглавляемой компании, показало исследование Deloitte. С большой вероятностью это связано с особыми обстоятельствами появления женщин во главе таких компаний: акционеры нередко решаются на это в кризисных ситуациях, и эти решения обычно оправдываются.

В то же время доля женщин в разных фракциях в Госдуме не превышала 20% (по данным ТАСС за 2016 год), аналогичная статистика и в Совете федерации, хотя верхнюю палату возглавляет Валентина Матвиенко. На уровне вице-премьеров правительства РФ женщины занимают только два кресла (Татьяна Голикова и Виктория Абрамченко) из девяти. Среди 21 министра только одна женщина — отвечающая за культуру Ольга Любимова. Среди представителей разных структур и Элла Памфилова, которая возглавляет ЦИК, и глава ЦБ Эльвира Набиуллина. Кроме этого, согласно данным Росстата за 2016 год, государственные должности и должности гражданской службы занимали 546,3 тыс. женщин и 212,4 тыс. мужчин. Однако численность дам в этой статистике значительно меньше на руководящих постах.

С ЧЕМ СТАЛКИВАЕТСЯ ЖЕНЩИНА По данным опроса, проведенного hh.ru, 15% женщин из Петербурга заявили, что сталкивались с отказами при приеме на работу на основании гендерного признака, причем работодатели открыто говорили,

что ищут кандидата другого пола. Примерно 27% женщин столкнулись с другой ситуацией, когда работодатели не говорили о гендерных предпочтениях открыто, хотя это становилось понятно по другим признакам. Все эти факты свидетельствуют о неготовности некоторых работодателей отказаться от привычной стратегии найма, которая далека от прогрессивной, считает директор HeadHunter по Северо-Западу Юлия Сахарова. С учетом гендерной дискриминации, которая существует на рынке труда разных стран, практика квотирования позволяет женщинам проявить свои профессиональные качества, реализовать себя в карьере, уверена она.

Примечательно, что 16% соискательниц из Петербурга признали, что сталкивались с трудностями в процессе поиска работы из-за наличия малолетних детей, 26% — из-за их отсутствия и 12% — при выходе из декрета. Сложности при трудоустройстве испытывали и незамужние женщины (23%), следует из данных hh.ru.

Тема квотирования рабочих мест для женщин актуальна в инвестиционном бизнесе, который до недавнего времени считался чисто «мужским», говорит директор по развитию Raison AI Алексей Зайцев. По оценке Bloomberg, в топ-менеджменте

десяти крупнейших международных фондов прямых инвестиций было только 8% женщин.

Позитивный прогноз сохраняет президент Русско-азиатского союза промышленников и предпринимателей Виталий Манкевич: «По нашим оценкам, в следующие десять лет ожидается увеличение „женского кабинета“ в политике и в бизнесе на 30%, однако мера квотирования не станет эффективной, а лишь усугубит естественный процесс женского присутствия».

Идея квот для женщин в советах директоров поднималась председателем совета клуба независимых директоров «Сколково» Татьяной Олифиновой и гендиректором сообщества «Женщины в советах директоров» Еленой Речкаловой. По сути, они предлагают правительству позаимствовать зарубежный опыт квотирования мест. По их мнению, нужно разработать целевые показатели и план их достижения, ввести в Кодекс корпоративного управления рекомендации о присутствии в советах директоров публичных компаний не менее одной женщины, а с 2023 года — не менее 20% от состава. Однако такие меры не приветствуются российскими чиновниками.

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ По мнению лидера Партии социальной защиты Владимира Михайлова, квотирование для увеличения числа женщин необходимо вводить в политике: в партийных списках, в отношении процента выдвижения от партий, чтобы женщины не были ущемлены. Его поддерживает сооснователь и заместитель генерального директора юридической компании Urvista Светлана Петропольская. «Введение квот для женщин как в политике, так и в бизнесе вполне целесообразно. Мировой опыт показывает, что компании, имеющие в составе совета директоров хотя бы одну женщину, имеют среднюю рентабельность на 19% выше, чем компании, в состав органов управления которых входят лишь одни мужчины, следует из данных исследования The CS Gender 3000: Women in Senior Management», — говорит она.

Совладелица агентства BBAgency Екатерина Королева отмечает, что участие женщин в политике абсолютно необходимо хотя бы потому, что гендерно-гомогенная структура власти мешает формированию полноценной и сбалансированной повестки, учитывающей потребности разных групп общества. → 30



15% ЖЕНЩИН ИЗ ПЕТЕРБУРГА ЗАЯВИЛИ, ЧТО СТАЛКИВАЛИСЬ С ОТКАЗАМИ ПРИ ПРИЕМЕ НА РАБОТУ НА ОСНОВАНИИ ГЕНДЕРНОГО ПРИЗНАКА, ПРИЧЕМ РАБОДАТЕЛИ ОТКРЫТО ГОВОРИЛИ, ЧТО ИЩУТ КАНДИДАТА ДРУГОГО ПОЛА

29 → «Образно говоря, мужчины традиционно смотрят вперед, женщины оглядываются по сторонам», — считает госпожа Королева. Среди советских министров было всего два случая, когда женщина становилась министром: Екатерина Фурцева, возглавлявшая Министерство культуры, и Мария Ковригина, отвечавшая за здравоохранение. Женщины в политике сейчас — это все исключительные случаи, говорит эксперт. «Когда хотя бы 30–40% министерств будут возглавлять женщины, можно будет сказать, что старая традиция сломлена», — уверена она.

Что касается баланса в бизнесе, отмечает основатель группы Abiged Дмитрий Орищенко, то весьма продуктивным и устойчивым оказался формат работы «в парах»: когда в подразделениях руководящие позиции — начальника и заместителя — занимают мужчина и женщина.

ПРОТИВНИКИ ПЛАНКИ Несмотря на наличие сторонников квотирования, противовес им составляют как владельцы и руководительницы бизнесов, так и женщины-политики. Аргументы приводятся разные. Так, например, доцент департамента «Менеджмент» в Финансовом университете при правительстве РФ Константин Поздняков считает инициативу вредной. «Есть ряд отраслей, где количество женщин топ-менеджеров превалирует над мужчинами: здравоохранение, образование, социальный сектор и ряд других. Достаточно неплохо женщины представлены на государственной службе во всех ветвях власти. Третье лицо в политической иерархии страны — Валентина Матвиенко, что лишь подчеркивает ее статус и уровень профессионализма», — говорит он. Тем не менее отсыл к госпоже Матвиенко не раз вызывал смешанные чувства у представителей общественности: знаменита фотография, сделанная на одном из традиционных обращений президента России Владимира Путина к представителям власти, на которой в бесконечных рядах мужских костюмов виднеется единственный «женский» розовый костюм спикера Совфеда.

Тем не менее представительницы петербургских политических фракций Оксана Дмитриева и Марина Шишкина не считают систему квот необходимой. По мнению госпожи Дмитриевой, целесообразно отсутствие фальсификаций на выборах, таким образом, конкурентоспособные женщины преуспевали бы в политике. Сама она не испытывала дискриминации по гендерному признаку. «Исключительно политическая дискриминация», — заявила она ВГ.

Госпожа Шишкина также выступает против квотирования женщин во власти. «В политику должны идти люди по своим профессиональным качествам, силам и возможностям. Это не должно зависеть от того, женщина вы или мужчина. Трудоспособность, навыки и качества должны быть мерилем, квотирование же — искусственная мера. Она сама по себе создает неравенство в отношении другого пола. Я не сталкивалась с дискриминацией по гендерному признаку», — рассказывает она. Если предвзятое отношение к женщинам со стороны мужчин и встречается, то уж точно не среди интеллектуалов, говорит госпожа Шишкина. «А квоты не заставят мужчин уважать женщин», — заключает политик.

В том, будет ли положительным прогноз от нововведения, не уверен и руководи-

тель практики «Трудовое право» Grata International St. Petersburg Михаил Герман. «Особенно если идея касается вопросов кадрового и корпоративного управления», — подчеркивает он. При отсутствии реальной возможности найти оптимального кандидата, обладающего соответствующим опытом и образованием, а главное представителя соответствующего пола, организации либо органы власти будут вынуждены заполнять квоты путем формального подхода, по принципу «лишь бы заполнить и будь что будет», ставя тем самым свою компанию и деятельность органа власти под угрозу снижения эффективности работы или экономической выгоды, предупреждает эксперт. Вторым развитием события будет поиск схем по уклонению от соблюдения введенного квотирования, что также не будет способствовать не только улучшению самой ситуации, но и какой-либо эффективности от введенного новшества, считает он. Кроме этого, вопросы кадровой политики — это прямое усмотрение работодателя, и именно организация или орган власти определяет вопросы формирования кадров, в том числе и резерва, вследствие чего введение квотирования будет неким вмешательством в исключительную компетенцию работодателя, а соответственно, ограничением его прав, заключает господин Герман.

«Любое квотирование — это всегда история про защиту тех, кто в ней нуждается. Это уместно в отношении соискателей с инвалидностью, подростков, возможно, возрастных кандидатов. Однако женщин трудно отнести к категории социально незащищенных. Помимо этого, применение репрессивных мер в отношении бизнеса очень часто дает обратный эффект. Важно создать такие условия, при которых переход кандидата на более высокую должность вне зависимости от пола, возраста и иных признаков, не относящихся к деловым и профессиональным качествам, будет максимально понятен и прозрачен для всех в компании. Все-таки репрессивный подход к бизнесу из разряда „сказали — делай“, когда все думают о повышении эффективности и снижении издержек в условиях постоянно меняющейся реальности и серьезного дефицита специалистов по ряду профессий, не раз доказывал свою несостоятельность», — добавляет госпожа Сахарова.

Инициатива, которая становится директивной и носит жесткий характер обязательного выполнения, может обернуться трагически, считает генеральный директор центра развития бизнеса и карьеры «Перспектива» Наталья Сторожева. «В случае принятия нормативных актов об этом может получиться так, что к участию в совете директоров будут привлечены не те женщины, которые обладают нужными знаниями, компетенциями, опытом. А „просто женщины“, потому что они должны там быть», — волнуется она. Помимо этого, не стоит забывать, что малый и средний бизнес вряд ли может позволить себе реализовать идею квотирования, как это делают крупные компании, отмечает генеральный директор VM Partners Виктория Енисейская.

С моральной точки зрения такая норма может обидеть женщин, объясняет господин Манкевич. «Квотирование — это худшее из возможных решений, потому что оно признает женщин неравными мужчинам и нуждающимися в особой защите.

Вместе с тем есть ряд других проблем — это „стеклянный потолок“, разница в оплате между мужчинами и женщинами, выполняющими одну и ту же работу, сексизм, распространенный иногда на подсознательном уровне в обществе, — с этими проблемами надо бороться, проводить кропотливую работу, а квоты — это довольно примитивная мера, которая вроде бы их одновременно решает, но при этом служит миной замедленного действия», — аргументирует он свою позицию.

С ним согласна сооснователь Britannia School в России Холли Робертс. «Введение законодательно закрепленных квот на участие женщин в бизнесе и политике контрпродуктивно и оскорбительно для женщин, занимающих такие позиции», — говорит она, подчеркивая, что получившую должность женщину может преследовать миф о ней не как о сильном кандидате, а как о заполнении места по квоте.

В условиях свободного рынка труда отбор для определенной должности должен проводиться на основе релевантных позиций навыков, а не пола, уверена сооснователь курорта «Первая линия» Мария Грудина. «В этом контексте сам вопрос квотирования можно назвать дискриминацией. Это сравнимо с ситуацией, при которой в должности отказывают, к примеру, по принадлежности к определенной расе. В США есть тенденция к тому, что при выборе сотрудников иногда приходится учитывать этот фактор. Но тем самым могут ущемляться права других людей, которые обладают соответствующими компетенциями», — подчеркивает она. Вводя квотирование рабочих мест по тому или иному признаку, мы ограничиваем права других людей, которые имеют необходимые компетенции, но не отвечают конкретному параметру: возрасту или полу, поясняет она. «Потребуется взять женщину, даже если она менее профессиональна, просто потому что в штате уже достаточно много мужчин. Это в определенной мере дискриминирует и саму компанию, так как может понизить общий уровень профессионализма команды», — отмечает госпожа Грудина.

На то, что негативный эффект мера окажет на бизнес, обращает внимание генеральный директор кондитерского объединения «Любимый край» Ирина Снегова. «Квотирование приводит к смещению акцентов на внешние факторы, но существенного результата для бизнеса не приносит. Это инструмент давления на бизнес и государственное управление, который заставляет „выкручиваться“, но не решает задач», — уверена она.

Исполнительный директор компании Creditter Фарид Валуева считает инициативу «демотивацией для тех женщин, которые уже занимают руководящие посты, причем долго и довольно успешно». «Мера подчеркнет „слабость“ женщины. Я уверена, что женщина более вынослива, стрессоустойчива, дисциплинированна и гибка в управлении», — соглашается она с предыдущими спикерами.

ИНОСТРАННЫЙ ОПЫТ Швеция — одна из стран — лидеров по достижению гендерного равенства. Основным аспектом равенства признают власти, это декретный отпуск для отцов. Хотя специальная система квот и не установлена, женщины занимают 47,3% мест в парламенте. Среди министров 54% — женщины, а бизнесом руководят 38,6% начальниц.

Несмотря на то, что в некоторых странах женщины занимают более значимую роль в политической и деловой жизни, чем в России, в Норвегии, например, только 7% женщин становятся управленцами высшего звена, во Франции — 2%, в США — 5%, а средняя зарплата существенно меньше, чем у мужчин, поскольку последние занимают существенную долю хорошо оплачиваемых должностей, приводит пример госпожа Королева.

Госпожа Робертс рассказывает о многовековом принципе «old boys network» (неформальная система, в которой мужчины помогают своим соученикам продвигаться в политике или бизнесе) в Великобритании, который до сих пор живет в английском обществе. «Антидискриминационные меры, принимаемые в Великобритании, это запоздавшая на сто лет попытка исправить ситуацию», — заключает она.

Тем не менее многие зарубежные компании стремятся к равенству среди женщин и мужчин в трудовом коллективе на разных уровнях. Например, консалтинговая компания Accenture хочет достичь гендерного баланса «50 на 50» и довести долю женщин на управляющих позициях не менее чем до 30%. В российском офисе это произойдет к 2025 году. Уже сейчас, рассказывают в компании, в организации работает 20 директоров, 25% из которых — женщины.

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ По мнению господина Позднякова, неприятие идеей квотирования в российском обществе связано с тем, что инициатива напоминает узаконенную возможность для реализации механизмов nepotизма, фаворитизма и кумовства. «Это тупик в политике равноправия и конкуренции», — считает он.

Традиционно в России интересы женщин больше лежат в плоскости создания семьи и воспитания детей, говорит госпожа Грудина. «Иными словами, возможности для карьеры есть в равной степени у всех, но не каждый готов ими воспользоваться. Это вопрос исключительно личного выбора. Многие отмечают, что с женщинами проще договориться, они заведомо соглашаются на более лояльные для работодателя условия», — отмечает она.

Госпожа Снегова ссылается на теорию пола Вигена Геодакяна, согласно которой у мужчин и женщин эволюционно разные задачи. «Мужчина — завоеватель, он открывает новые территории, предпочитает агрессивную политику. Женщина — это про эффективность, системы, людей, организацию», — объясняет собеседница ВГ.

Главная ошибка воззрений на гендер в России заключается в том, что детям изначально указывают на их роли в жизни, определяя их будущие обязанности и возможности, считает госпожа Петропольская. Господствуют идеология «женского предназначения», из этого вытекают стереотипы полов, неравные условия на политическом поле и в бизнесе, уверена она. «Квотирование остро необходимо государству для строительства гендерного равенства и ряда демократических преобразований, а также для того, чтобы изменить укоренившиеся стереотипы в сознании женщин и мужчин относительно их ролевых функций в обществе», — подчеркивает эксперт. ■



АРТХАУС
светский бизнес-класс

*A man through the
One of the most beautiful
the Avenue
with the art*



РЕКЛАМА



ДОМ
С РАСЧЁТОМ
НА ЛЮБОВЬ



600 33 33
ЖК-АРТХАУС.РФ
ЗВЕНИГОРОДСКАЯ, 7А

«МЫ СФОРМИРОВАЛИ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ТРЕБОВАНИЙ ПАЦИЕНТОВ СВОИМИ СОБСТВЕННЫМИ СТАНДАРТАМИ»

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В КЛИНИКАХ КАТЕГОРИЙ БИЗНЕС И ЭЛИТ, О ФОРМИРОВАНИИ ВЫСОКИХ ТРЕБОВАНИЙ ПАЦИЕНТОВ, ОЗДОРОВЛЕНИИ ОТРАСЛИ ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА И О ТОМ, ПОЧЕМУ ДЛЯ ВРАЧА УЖЕ НЕДОСТАТОЧНО ОБЛАДАТЬ ЛИШЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ НАВЫКАМИ, ЧТОБЫ СТАТЬ ЧАСТЬЮ КОМАНДЫ, В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВG МАРИИ КУЗНЕЦОВОЙ РАССКАЗАЛА ГЛАВНЫЙ ВРАЧ КЛИНИКИ КОСМЕТОЛОГИИ «МЕДИ НА НЕВСКОМ» РОКСАНА БЕЛОВА.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

BUSINESS GUIDE: Как вы оцениваете ситуацию на рынке предоставления платных услуг в сфере стоматологии и эстетической медицины в Петербурге? Насколько высок уровень конкуренции?

РОКСАНА БЕЛОВА: Рынок платных услуг в области стоматологии и косметологии сложился давно и стабильно работает на протяжении многих лет. На фоне развития социальных сетей в последние три-четыре года новые клиники и салоны начали появляться все чаще. Но не нужно забывать, что этот рынок многослоен и включает в себя несколько сегментов: эконом, бизнес и элит. И именно в категории эконом работает большинство новых игроков. В бизнес-классе клиники появляются реже, не говоря уже об элитном сегменте. Это объясняется тем, что для создания элитной клиники и выведения ее на рынок понадобится очень много ресурсов, и не только финансовых. Здесь нужны высокопрофессиональные сотрудники, собственная философия и миссия компании, иначе новая клиника рискует исчезнуть. Если подвести итог, то в бизнес-классе у нас конкурентов больше, чем в элит-классе. Потому что клиник такого уровня, как наша, практически нет. Если рассматривать карту позиционирования клиник, где по вертикали идет стоимость, а по горизонтали качество, то мы увидим, что клиника «Меди» находится далеко в правом верхнем углу. Мы опережаем конкурентов как по ценам, так и по качеству, поскольку качества без цены не бывает. Это данные профессиональных опросов.

BG: В чем специфика работы в сегментах бизнес и элит?

Р. Б.: Вне зависимости от сегмента все наши пациенты — это высокопритязательные люди, которые привыкли к высоким стандартам, определенному уровню сервиса, к тому, что с ними работают профессионалы с большой буквы. Вместе с тем наша задача состоит в том, чтобы пациент, побывав в одной из клиник «Меди», чувствовал, что он в системе клиник «Меди», а не в какой-то другой. Общность подходов, стандартизация всех процессов, высокий класс персонала распространяется на все наши клиники без исключения, поскольку

протоколы процедур, стандарты качества для бизнес- и элит-класса одинаковы.

Но вместе с тем есть и определенная разница. Если говорить о комплексе клиник «Меди на Невском», то это флагман системы клиник, где работают самые опытные специалисты, представлены самые сложные, инновационные технологии. А также индивидуальный сервис в плане взаимодействия с менеджером клиники — это то, к чему привыкли наши пациенты.

BG: Расскажите об организационной структуре группы компаний «Меди».

Р. Б.: Наш основной бизнес — это система клиник «Меди». Сюда входят клиники стоматологии, косметологии, пластической хирургии, семейной медицины и лазерной коррекции. Фактически это спектр всех услуг амбулаторной платной медицины. Еще одно значимое направление деятельности — образование. Я говорю об институте постдипломного образования с государственной аккредитацией СПБИНСТОМ, которым можно гордиться не меньше, чем системой клиник «Меди». В СПБИНСТОМ учатся профессионалы со всей России, лучших из которых приглашаем работать в наши клиники.

BG: Какие направления медицинских услуг пользуются наибольшим спросом у петербуржцев?

Р. Б.: Спрос петербуржцев на косметологические услуги полностью соответствует общемировым тенденциям. В наших клиниках представлены все существующие направления современной косметологии. Самыми популярными из них являются инъекции, второе и третье места делят лазеры и аппаратная косметология. Среди инъекционных технологий наибольший спрос на биоревитализацию препаратом Prohilo. В аппаратной косметологии особой популярностью пользуется ультразвуковой SMAS-лифтинг, позволяющий добиться выраженного эффекта омоложения и подтяжки, без операционного вмешательства. 4D-омоложение — сверхэффективная лазерная процедура, она заметно улучшает качество кожи, эффект лифтинга достигается за счет воздействия не только на поверхность кожи, но и на более глубокие слои. В ближайшие

годы спрос на них сохранится на том же уровне. Постепенно обороты набирают клеточные технологии — пересадка собственных фибробластов. Это самая инновационная технология, которая только есть в косметологии. Во всех клиниках бизнес-класса представлена технология PRP, а SPRS-терапия — уникальная методика, реализуемая в клинике на Невском.

BG: Стали ли пациенты более требовательными к качеству предоставляемых услуг? С чем это связано?

Р. Б.: Наши пациенты очень требовательны. Но мы сами сформировали высокий уровень требований пациентов своими собственными стандартами. Пациенты привыкли к ним. Да, у них высокие ожидания, но планку задаем мы, бесконечно развиваясь — внешне и внутренне. И этому уделяется огромное внимание.

BG: Как устроен процесс отбора специалистов для работы в системе клиник «Меди»?

Р. Б.: Система отбора врачей многоступенчатая, главная ее цель — быть уверенным, что на работу с пациентом выходит квалифицированный, грамотный специалист. Это серьезное испытание, в ходе которого мы смотрим на мануальные навыки врача, навыки коммуникации. Экзамен принимает главный специалист по направлению. А после идет длительная — около трех месяцев — работа с опытным куратором. Институт наставничества в нашей компании очень развит и эффективно работает. Доктор приступает к самостоятельной работе, когда мы полностью уверены, что это тот человек, который знает наши стандарты, понимает и разделяет нашу идеологию и умеет работать в рамках своей специальности.

Для того чтобы стать частью команды «Меди», недостаточно быть профессионалом высокого класса — необходимо принять нашу философию и подходы. Важно не только принять на работу грамотного профессионала, но и поддерживать его уровень. Для этого у нас есть планы по обучению, обмену знаниями и повышению своего профессионального уровня. У всех сотрудников есть возможность профессионального роста внутри компании — это институт главных и ведущих специалистов,

кураторов-наставников. У нас очень высокие стандарты, которые не просто написаны для галочки и лежат в кабинетах главных врачей, а постоянно контролируются внутренним и внешним аудитом. Внутренние аттестации проводятся не реже, чем раз в три года. На них оцениваются маркетинговые и экономические показатели, а также уровень клинической работы доктора на основании подготовленной им презентации. Проходит оценка владения отдельными технологиями и умения выстраивать их в определенный план лечения. В случае успешного прохождения аттестации доктор подтверждает имеющуюся категорию либо повышает ее. Такая мотивационная система была разработана в «Меди» в конце 1990-х и с тех пор успешно используется.

BG: Каким, по вашему мнению, будет текущий год для частной медицины?

Р. Б.: С 1997 года мы проходим уже четвертый или пятый кризис. По моему мнению, это будет тяжелый год для рынка частной платной медицины. Полагаю, что кризис может продлиться и дольше. Сильные компании, которые строят свою работу на основе стандартов и индивидуального подхода, продолжают свою работу. Это хорошо — мы за здоровую конкуренцию со здоровыми компаниями. Отрасль должна очиститься от тех непрофессиональных игроков, которые сейчас в ней появляются. Это та область, в которой соблюдение стандартов должно быть в 100% случаев. Если говорить о «Меди», то я уверена, что с клиникой все будет хорошо, ведь мы честные профессионалы.

Сейчас, когда люди оправданно волнуются, а ситуация вокруг достаточно неоднозначная, многие из нас лишены отдыха, солнечных и эмоциональных подпиток. Люди озабочены своим здоровьем и здоровьем своих близких, между тем важно помнить, что положительный эмоциональный фон способен творить чудеса, поднимать иммунитет, защищать нас от многих проблем. А уход за собой, вложение в свою красоту, посещение врача-косметолога — это тот важный отдых, который может в этом очень хорошо помочь. Все это может стать прекрасным ресурсом, чтобы поддержать себя и своих близких. ■

ВСТРЯХНУТЬ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ

ПО ДАННЫМ GLOBAL GENDER GAP REPORT 2020, ПОДГОТОВЛЕННОГО СПЕЦИАЛИСТАМИ ВСЕМИРНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФОРУМА, ДО НАСТУПЛЕНИЯ ПОЛНОГО ГЕНДЕРНОГО РАВНОПРАВИА ДОЛЖНО ПРОЙТИ ЕЩЕ 99 ЛЕТ. О ПРОБЛЕМАХ НЕРАВЕНСТВА ВОЗМОЖНОСТЕЙ, РОССИЙСКОЙ ФЕМИНИСТСКОЙ ПОВЕСТКЕ, А ТАКЖЕ ЕЕ ВЛИЯНИИ НА БИЗНЕС-СРЕДУ — В МАТЕРИАЛЕ КОРРЕСПОНДЕНТА ВГ МАРИИ КУЗНЕЦОВОЙ.

В академических кругах под феминизмом понимается целостная теория, в центре внимания которой характер глобального угнетения женщин и их подчинения мужчинам. «Как социологическая теория и практика феминизм рассматривается в контексте стремления к освобождению всех женщин от мужского превосходства и эксплуатации. Такой фокус внимания был задан еще в XIX веке в работах авторов теории утопического социализма Сен-Симона и Шарля Фурье, которому принадлежит высказывание о том, что „социальное положение женщины является мерилем общественного прогресса“, — говорит Елена Иоффе, доцент кафедры психологии человека РГПУ им. Герцена.

По мнению опрошенных ВГ экспертов, идеи феминизма не сильно отличаются в зависимости от той или иной страны: разница только в повестке. Так, в России до сих пор не решены проблемы, связанные с безопасностью женщин и сексуальными домогательствами, домашним насилием, а также обеспечением равных условий для профессиональной самореализации — так называемым «стеклянным потолком». Это основные вопросы российской феминистской повестки. Безусловно, ими она не ограничивается: активисты также настаивают на гендерно нейтральном языке, репрезентации разных типов женской красоты, отсутствии социальной стигматизации и так далее. Несмотря на то, что для части населения слово «феминизм» все еще может оставаться ругательным, согласно данным ВЦИОМ, треть россиян разделяет идеи феминизма, а 62% опрошенных считают нужным стремиться к полному равенству прав мужчин и женщин.

УСЛЫШАТЬ ЖЕНСКИЙ ГОЛОС Феминизм как общественно-политическое движение нацелен на устранение всех форм дискриминации женщин и уравнение их в правах с мужчинами. Оно возникло в XVIII веке с требований предоставить женщинам те же гражданские права, что и мужчинам: избирательные права, права на собственность, высшее образование, профессиональную занятость и другие. «Женщины осознали, что с помощью массовых действий и требований изменить законы они смогут добиться своих прав. Массовые демонстрации, петиции, обращения к партиям и политическим деятелям, митинги, демонстративные, даже провокационные, акции протеста были нацелены на привлечение общественного внимания, изменение политики и проведение реформ», — объясняет госпожа Иоффе.

В России и избирательные, и социально-экономические права, связанные с отменой паспортных ограничений, расширением имущественных прав и гарантий

личной независимости, женщины получили в 1917 году. Благодаря предшествующей борьбе феминисток в это же время были приняты нововведения в области семейных и репродуктивных прав, такие как упрощение процедуры развода, права «незаконнорожденных детей», право на аборт. «Главными инструментами женской эмансипации стали женотделы и делегатское движение. Для обеспечения вовлечения женщин в производство были созданы структуры яслей и детских садов, матерям гарантировались пособия», — рассказывает Елена Иоффе. При этом независимое феминистское движение возникло в СССР в конце 1970-х годов, освещавшее в самиздатовских диссидентских журналах замалчиваемые в советском обществе вопросы. «Авторы делали особый акцент на проблемах женщин: неравное участие отца и матери в воспитании детей, неполные семьи, аборт, роды, изнасилования, положение женщин в тюрьмах и бездомных женщин», — уточняет она.

В современной России феминизм как движение представлен группами активистов, взгляды и убеждения которых различаются от либеральных до радикальных. Так, либеральный феминизм базируется на способности женщин посредством действий и выбора бороться за собственные права. Другой вид феминизма — интерсекциональный, который рассматривает взаимосвязь различных форм дискриминации — сексизма, расизма, гомофобии. Левый феминизм рассматривает мужчин как класс, который эксплуатирует женщин. В основе радикального феминизма — сосредоточение на теории патриархата, то есть системного угнетения женщин со стороны мужчин. Представители правозащитного феминизма занимаются нарушениями прав и свобод женщин в России.

«Больше всего феминизм развит в Москве и Петербурге, где есть соответствующая инфраструктура, живет наиболее прогрессивная молодежь. В регионах пока уклад более патриархальный, но женщины все более активны в городах-миллионниках», — считает Анна Знаменская, директор по глобальному развитию бизнеса Rakuten Viber.

ПОСИЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА Практическая деятельность активистов феминистского движения в первую очередь направлена на оказание юридической, психологической, медицинской и других видов помощи женщине, которая находится в тяжелой жизненной ситуации. Усилиями активистов с конца 1990-х годов в разных городах страны начали открываться «кризисные центры», «телефоны доверия», также «убежища» для женщин — жертв домашнего насилия. Так, в Петербурге открыто несколько та-

ких кризисных центров. Например, ИНГО (Институт недискриминационных гендерных отношений) оказывает помощь женщинам, пострадавшим от сексуального и физического насилия, торговли людьми и в других кризисных ситуациях. Центр международных и информационных обменов в области прав человека «Инлайтмент» занимается развитием системы помощи социально уязвимым женщинам, в том числе пострадавшим от насилия. «Однако в Петербурге убежищ для женщин, скрывающихся от агрессоров, меньше, чем убежищ для бездомных животных», — с сожалением отмечает госпожа Иоффе.

Кроме того, членами петербургской региональной общественной организации «Женский альянс», которая включает около ста женских организаций, был принят Манифест о борьбе с сексуальной объективацией женщин, которая обесценивает личностный потенциал и социальные достижения женщин и дегуманизирует отношения в обществе. Мероприятия, направленные на поддержку женщин, находящихся в трудных жизненных обстоятельствах и относящихся к уязвимым группам (бывшие заключенные, несовершеннолетние матери, ВИЧ-инфицированные, мигрантки) реализуются, в частности, петербургским отделением всероссийской общественно-государственной организации «Союз женщин России».

Активистами, в том числе, было инициировано создание законодательной базы для включения государственных институтов в качестве посредников при компенсации матерям и взыскании с отцов алиментов. Так, по оценкам РвС, каждый третий платящий алиментов в России их не платит. При этом в нашей стране насчитывается от 3 до 5 млн неполных семей, 96% из них составляют одинокие матери, при этом 27% из них живут за чертой бедности. Кроме того, разными феминистскими группами была проделана работа по внесению предложений в проект закона о профилактике домашнего насилия, а также в программу Национальной стратегии действий в интересах женщин на 2017–2022 годы.

«В то время как западные феминистки уже больше говорят о сексизме, гендерно нейтральном языке, стигме вокруг материнства, разных типах женской красоты, то в России до сих пор не решена проблема, связанная с непринятым законом о профилактике домашнего насилия», — объясняет разницу в повестках в России и на Западе блогер Кристина Наумова.

Важно отметить, что проблемами дискриминации и насилия над женщинами занимаются не только феминистские организации. Так, например, «Красный крест» поводит мероприятия по предотвращению торговли людьми и усилению роли женщин-иммигранток и представительниц эт-

нических меньшинств в борьбе с гендерной дискриминацией.

«Современный феминистский активизм стремится к социальным изменениям, направленным на устранение гендерного неравенства. Это возможно с помощью законодательства и специальной „гендерно чувствительной“ политики государства», — резюмирует Елена Иоффе.

«В нашей стране это направление только развивается, а потому зачастую сталкивается с непониманием и даже агрессией», — говорит Анна Знаменская. — На Западе поддержка женщин и их начинаний — в политике, бизнесе, общественной деятельности — давно стала нормой. Существует масса фондов, грантов и стипендий, направленных исключительно на женщин, — как предпринимателей, так и на молодых менеджеров, некоммерческих энтузиастов, исследователей, ученых. В России же женская повестка по-прежнему вызывает много вопросов».

«Пытаясь найти минусы в феминизме, его противники укрепляют стигму вокруг этого понятия, в то время как российским активисткам приходится очень тяжело. Говоря о минусах, мы мешаем им работать над очень важными для женского общества вещами», — заключает госпожа Наумова.

ОТ ЛИПКОГО ПОЛА К СТЕКЛЯННОМУ ПОТОЛКУ

Говоря о «гендерно чувствительной» государственной политике, собеседники ВГ настаивают на том, что основным ее направлением должна быть поддержка компаний, которые обеспечивают равные условия для профессиональной самореализации как мужчин, так и женщин.

Гендерное равенство является одной из 17 целей ООН в области устойчивого развития. Согласно данным Международной организации труда (МОТ), предприятия, где присутствует гендерное разнообразие, особенно на руководящем уровне, добиваются более высоких показателей, в том числе в виде существенного роста прибыли. В опросе МОТ приняли участия почти 13 тыс. предприятий в 70 странах мира, 57% из которых подтвердили, что гендерное разнообразие способствует улучшению результатов в бизнесе.

При этом HeadHunter, опросив 117 работодателей, выяснил, что подавляющему большинству опрошенных работодателей (96%) приходилось целенаправленно искать кандидатов определенного пола, при этом в 2011 году в похожем опросе эта доля была меньше — 88%. Практика предпочтений кандидатов по полу меньше развита в крупных компаниях (от 500 сотрудников), чем в небольших, а также в российских подразделениях иностранных компаний и в российских компаниях с офисами за рубежом, следует из ис-

следования. Гендерные предпочтения чаще всего объясняются требованиями заказчика и особенностями должностных обязанностей (по 64%). «Иными словами, это либо личные внутренние установки руководителя, либо гендерные стереотипы о том, что с теми или иными задачами лучше справляются представители конкретного пола», — говорят в HeadHunter.

По мнению госпожи Иоффе, мерами по искоренению барьеров для карьерного роста женщин должна стать борьба с такими явлениями, как препятствие продвижению женщин по профессиональной лестнице, а также «липкий пол», то есть готовность женщин дольше по сравнению с мужчинами задерживаться на начальных позициях в служебной иерархии. Также существует такое понятие, как «стеклянная стена», под которым подразумевается повышенное присутствие женщин на управленческих должностях в кадровой, финансовой, административной сферах. Традиционно эти направления считаются менее важными в стратегическом плане, и у тех, кто занимает именно такие позиции, зачастую меньше шансов попасть в правление компании или же продвигнуться в высшее управленческое звено.

По данным исследования PwC, успешное вовлечение женщин в работу сдерживается неработающими социальными лифтами. В компании отмечают, что хотя доля женщин среди безработных только 46%, они дольше мужчин не могут найти работу и чаще соглашаются на меньшую оплату. При этом средняя зарплата женщин в России составляет 65–72% от зарплаты мужчин, а в Европе — 75–95%, отмечают в PwC. Даже в традиционно «женских» отраслях женщинам сложнее добиться высоких должностей. Например, в торговле 60% продавцов женщины, но

среди коммерческих директоров женщины составляют лишь 19%.

Не так давно правительству России было предложено ввести квоты для женщин, которые занимают высокие позиции в управлении компаниями. Данная инициатива вызвала бурное обсуждение, и далеко не все восприняли ее позитивно. «На мой взгляд, гендерная дискриминация необоснованна. Для профессионализма пол не важен, но в России все еще сильно развит стереотип о том, что лидером может быть только мужчина, а место женщины — у плиты и в детской», — говорит госпожа Знаменская.

Говоря о женщинах в бизнесе, нельзя не упомянуть о такой серьезной проблеме, как сексуальное насилие в сфере труда, являющееся одной из форм дискриминации по признаку пола. В Уголовном кодексе РФ есть ст. 133 (понууждение к действиям сексуального характера с использованием материальной или иной зависимости потерпевшего), однако, по мнению экспертов, норма фактически не работает.

«Сексуальное домогательство — это форма сексуального насилия, которое обычно совершается в сфере труда и часто характеризуется двумя ситуациями — «услуга за услугу» или «враждебная рабочая среда». Сексуальные домогательства в форме «услуга за услугу» происходят в ситуации, когда от работника требуют сексуального удовлетворения и когда от его согласия или отказа зависит решение о его дальнейшей работе. Домогательства во враждебной рабочей среде означают форму поведения, которое создает угрожающую, враждебную или унижительную рабочую среду (пошлые разговоры, неуместные комплименты, оценивающие взгляды, комментарии)», — объясняет Елена Иоффе. При этом, по данным проф-

союзов и ученых НИУ ВШЭ, российские законы не защищают жертв харассмента. «Как правило, жалобы на домогательства со стороны начальника попадают к нему же на стол», — с сожалением констатирует госпожа Иоффе.

НА ВЕРНОМ ПУТИ Тем не менее, отмечают собеседники ВГ, есть и положительные сдвиги, которые стали возможны благодаря привлечению внимания к проблеме гендерного неравенства. Так, на сегодняшний день России удалось войти в тройку стран-лидеров по числу женщин на высоких руководящих должностях (47%), при этом хотя бы одна женщина входит в совет директоров 57% крупнейших компаний РФ. Кроме того, наша страна находится среди стран-лидеров по числу женщин-предпринимателей.

«Благодаря феминизму появляются возможности для бизнеса: новые ниши, сегменты аудитории, точки контакта. Больше женщин становится предпринимателями, потому что понимают, что это реально. Я задумалась об этом, когда ушла в декрет. Мне нравилось заниматься пиаром, но я понимала, что работа по найму никогда не предоставит такое разнообразие задач, да и финансовую независимость, как свое дело», — отмечает Инна Анисимова, генеральный директор коммуникационного агентства PR Partner.

Ряд компаний и некоммерческих организаций в России старается предпринимать шаги для устранения гендерного дисбаланса. Например, Johnson & Johnson является лауреатом премии Woman Who Matters с проектом «Создание инклюзивной культуры для работающих матерей». В компании Novartis реализуются внутрикорпоративные проекты в поддержку женского лидерства, а более 70% руково-

дующего состава в России занимают женщины. В РЖД есть утвержденный план мероприятий на 2018–2020 годы по совершенствованию условий труда, отдыха и социальной поддержки женщин. Организация «Опора России» осуществляет деятельность по развитию женского предпринимательства путем популяризации и внедрения эффективных механизмов поддержки. Форум и премия Woman Who Matters созданы для освещения и привлечения внимания к программам, созданным женщинами и для женщин, и их вкладу в различные сферы деятельности.

«Мы в Dove полагаем, что феминизм в значительно большей степени помогает бизнесу: способствует популяризации идеи о том, что женщины могут начать свое дело, поделиться своими историями успеха, кейсами, готовыми работающими решениями. И не зависеть от оценок общества. Кроме того, равноправие способствует и развитию бизнеса с точки зрения большей диверсификации целевой аудитории», — говорит бренд-менеджер Dove Дениз Мелик-Аветисян.

Кроме того, если ранее маркетологи многих компаний считали возможным объективировать женщин в сексистской рекламе, то сейчас количество подобных примеров значительно снизилось. «Сейчас компании, производящие свою продукцию для женщин, стараются соответствовать тренду на бодипозитив, что является чисто феминистским движением. Мы видим линии женского белья для разных тел, меньше ретуши в глянце», — говорит Кристина Наумова.

Так, бренд Dove с 2018 года ввел знак «Красота без цифровой обработки»: девушкам, изображенным на фотографиях, не изменялись ни форма, ни размер тела, ничего не дорисовывалось в специальных компьютерных программах. Также бренд предлагает наносить пометку «изображение отретушировано» в случае, если у героини фотографии было что-либо изменено или удалено: от цвета кожи до шрамов и растяжек. «Для этой цели в рамках проекта #ПокажитеНас в 2019 году, совместно с Girl Gaze, была создана коллекция #ShowUs в фотобанке Getty Images. Она содержит более 5 тыс. фотографий женщин из 39 стран без обработки, с соответствующей маркировкой. Их смогут использовать в своих материалах как СМИ, так и рекламодатели», — говорит Дениз Мелик-Аветисян. По ее словам, в этом году компания Dove повторно провела проект в трех городах России где, по предварительным данным, приняло участие более 3 тыс. девушек и женщин из Москвы, Санкт-Петербурга и Краснодара без предварительного кастинга и последующей ретуши. «Таким образом бренд стремится показать разнообразие красоты в медиа и рекламе», — резюмирует бренд-менеджер Dove.

Феминизм в своем позитивном проявлении способен встряхнуть общественность, дать толчок для развития новых проектов и бизнесов, считает госпожа Знаменская. «Внутри крупных компаний гендерный баланс в верхушке управления приводит к дифференциации интересов, поиску новых решений, нахождению каких-то креативных и неожиданных путей развития. Это спасает от стагнации — и бизнес, и политику. Посмотрите на Финляндию: там четыре министра — женщины до 35 лет. Это — двигатели прогресса», — говорит эксперт. ■



ДАВИД ФРЕНКЕЛЬ

ИДЕИ ФЕМИНИЗМА НЕ СИЛЬНО ОТЛИЧАЮТСЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ТОЙ ИЛИ ИНОЙ СТРАНЫ: РАЗНИЦА ТОЛЬКО В ПОВЕСТКЕ



ЕВГЕНИЙ ПЛАТЕНКО

«МЫ СТРОИМ ГОРОД, ЭКОНОМИКА КОТОРОГО БУДЕТ БАЗИРОВАТЬСЯ НА ТУРИЗМЕ»

О КОМПЛЕКСНОМ ПОДХОДЕ К ФОРМИРОВАНИЮ КОМФОРТНОЙ СРЕДЫ В ЮЖНЫХ ПРЕДМЕСТЬЯХ ПЕТЕРБУРГА, ВАЖНОСТИ БИЗНЕС-ОРИЕНТАЦИИ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ НОВОГО ГОРОДА-КУОРТА, А ТАКЖЕ О ЕГО ТУРИСТИЧЕСКОМ И БАЛЬНЕОЛОГИЧЕСКОМ ПОТЕНЦИАЛЕ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ МАРИИ КУЗНЕЦОВОЙ РАССКАЗАЛА НАТАЛЬЯ ОСЕТРОВА, РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА GATCHINA GARDENS, КОТОРЫЙ РЕАЛИЗУЕТ ШВЕДСКАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ГРУППА CASTORX CAPITAL.

BUSINESS GUIDE: Как вы оцениваете готовность петербургского покупателя к появлению такого формата, как курортная недвижимость в рамках комплексного освоения пригородной территории?

НАТАЛЬЯ ОСЕТРОВА: Мне кажется, основное значение нужно придавать не столько формату курортной недвижимости или продвижаемому бренду, сколько многофункциональности и комплексности в реализации концепции качественного стиля жизни. Люди должны иметь возможность жить, работать, заниматься повседневными делами на одной территории, и при этом она должна быть привлекательной для развития инвестиционных бизнес-кейсов.

BG: А на какой бизнес-кейс ориентирован проект Gatchina Gardens?

Н. О.: Мы развиваем инвестиционную площадку, связанную с туризмом, поскольку эта локация исторически всегда являлась курортной. Микроклимат Вырицы, ионизированный воздух — здесь было бы немислимо развивать промышленные зоны. В схеме территориального планирования Ленинградской области наш проект — объект регионального значения для развития туризма. В целом мы не делаем акцент на возведении жилых домов: создавая мотивирующую городскую среду, мы меняем образ жизни, прежде всего семейной жизни. Строим город, экономика которого будет базироваться на туризме. Если строить, не задумываясь о целевом клиенте, емкости клиентского спроса, о том, какую прибыль будет приносить объект в долгосрочной перспективе после ввода в эксплуатацию, то он неизбежно станет тяжелой ношей на балансе города и налогоплательщиков, в то время как должен приносить прибыль и налоги в бюджет региона.

BG: Расскажите об экономической составляющей проекта.

Н. О.: Вне зависимости от того, какая специализация у города, его экономическая деятельность является основой основ. Проектирование должно базироваться на экономике, смотреть на город нужно прежде всего глазами экономиста. В градостроительных проектах всегда есть несколько уровней денежных потоков. Один поток — это так называемая подземная часть, инженерные сети, их инвестиционный цикл составит не меньше 49 лет.

Следующий поток связан с медийным пространством. В него входит вся рекре-

ационная часть. Помимо парков, велодорожек длиной более 18 км, дорожек для пробежек, терренкур-маршрутов, объектов культуры и спорта, в Gatchina Gardens запроектированы связанные с жизнедеятельностью города деловые центры и коммерческие объекты: рестораны, бутики, салоны красоты, фитнес-клубы и прочее. Отдельно стоит упомянуть о wellness & spa отеле международного уровня с водным центром и спа на 240–350 номеров. Вообще, то место, где мы строим Gatchina Gardens, обладает уникальным природным ресурсом для развития курортологии, здесь есть термальная вода и приближенный к максимальному значению уровень ионизации воздуха — 2,9 из 3 возможных, кембрийская голубая глина — в мировой практике ее используют в бальнеологии в медицине, а в России до сих пор ею замазывают печки. В Ленинградской области необходимо активно развивать туристический потенциал, многие страны в мире с меньшим потенциалом базируют свою экономику на туризме.

BG: Планируете ли вы привлекать международного оператора к управлению комплексом?

Н. О.: Сейчас мы находимся на этапе согласования условий, проектных решений и в ближайшее время планируем объявить о заключении соглашения. Могу сказать, что мы можем позволить себе вести переговоры с любым международным оператором, развивающим направление курортных отелей, и он будет заинтересован, поскольку наш проект соответствует самым высоким международным стандартам.

BG: Какие компании станут бизнес-резидентами Gatchina Gardens?

Н. О.: У нас заключен договор о партнерстве с компанией «Газпром профсоюз», мы предоставляем для них специальные услуги в Клубе привилегий. В будущем мы планируем заключать подобные соглашения и с другими монополистами, поскольку с ними проще вести переговоры — это удобно и решает множество задач как для них, так и для нас.

BG: А чем привлекателен проект непосредственно для представителей бизнеса?

Н. О.: Gatchina Gardens находится в комфортной зоне неподалеку от действующего аэропорта Пулково и перспективного Сиверского. Вместе с тем в этой локации у нас нет конкурентов с развитой инфраструктурой международного уровня. Я бы

сказала, что градостроительный проект Gatchina Gardens дает представителям бизнеса возможность воспользоваться инвестиционной платформой в случае, если им важно стать резидентами именно южных предместий Петербурга. Востребованной опцией для деловых кругов могут стать пригородные деловые резиденции, конференс-мероприятия высокого уровня в wellness & spa отеле, в том числе международные. Сегодня в городе-миллионнике мы ограничиваемся только «Экспофорумом», но, очевидно, этого мало. И это в принципе иной формат.

BG: Что вы можете сказать о динамике продаж?

Н. О.: С продажами у нас нет никаких проблем, поскольку Gatchina Gardens отличается от большинства проектов, представленных в городе. Наш покупатель может рассматривать для себя сразу несколько типов недвижимости: de luxe, премиум, бизнес плюс и бизнес — за счет этого мы расширяем целевую аудиторию. Первые две категории не емкие: в год таких сделок на рынке наберется несколько десятков, в отличие от сегментов бизнес и бизнес плюс, где объем покупательского спроса весомый, а переговоры более динамичные. На текущий момент в некоторых объектах первого подэтапа проекта забронировано более 86% недвижимости. Кроме того, у нас есть лист ожидания из тех клиентов, кто готов купить дорожку, после завершения строительных работ.

BG: На каком этапе сейчас находится реализация проекта?

Н. О.: Мы работаем с инженерной инфраструктурой, льем монолит, получено проектное финансирование, аккредитация, ЗОСы, вся разрешительная документация, выкуплены технические условия. Мы приступаем к прокладке трассы под линейные объекты — это прежде всего электричество 12 МВт. В то же самое время «Газпром» заканчивает разыгрывать конкурс на строительство нового газопровода на границе нашего участка — с нашей стороны контракт подписан, оплачен. Мы получили лицензию на недропользование: наш водоканал прошел государственную экспертизу, и в каждой квартире будет чистая вода, высочайшей природной категории качества, вода — это здоровье. Если покупатели оценивают готовность проекта по монолитным работам, возведению этажей дома, то мы оцениваем риски,

концентрируясь именно на инженерной составляющей. Важно понимать последовательность: ввод в эксплуатацию здания напрямую зависит от введенной в эксплуатацию инфраструктуры. Возможно, это некое шведское занудство, но мы во главу угла ставим безопасность наших инвестиционных средств. Если мы беспокоимся о безопасности собственных денег, то клиент может спать спокойно. Благо деньги сейчас находятся на эскроу-счете, и клиентам о них можно беспокоиться еще меньше. Тем более сейчас, когда рынок в зоне турбулентности, цены будут расти, люди стараются вложить средства, и самая понятная для большинства надежная инвестиция — в бетон. А если вкладываться в строительство с применением счетов эскроу и проектного финансирования — то это уже гарантия полной сохранности средств.

BG: Насколько сложными были переговоры со Сбербанком о получении проектного финансирования?

Н. О.: Переговоры не были сложными, работали команды профессионалов. Сама сделка была емкая, потому как мы строим не только дома, но и котельные, очистные сооружения, подстанции, ЛЭП и так далее. И все это — отдельные бизнес-кейсы, их нужно было синхронизировать. Поэтому сам процесс подготовки документов и их рассмотрение заняли довольно длительное время.

BG: По вашим оценкам, южное направление по-прежнему недооценено?

Н. О.: Пока да, но все меняется, цена квадратного метра на юге растет. Мы видим, например, что федеральные и региональные власти вкладывают в развитие Гатчины значительные средства — в IT-инфраструктуру, «смартизацию» города, результаты этой работы уже можно наблюдать. Северное направление находится на пределе порога ценовой границы, и оно устаревает с точки зрения инфраструктуры. Также толчок к развитию юга Ленобласти дает строительство и расширение дорог, по которым можно быстрее добраться до места — трассы М11, Киевского шоссе, кольца за Гатчиной, создание аэропорта Сиверский, улучшение инфраструктуры и логистики в порту Усть-Луга. Это огромные деньги, и никакая девелоперская структура не могла бы себе такого позволить. В этом смысле развитию южного направления очень помогает государство. ■

ВОСПИТАНИЕ ТОЛЕРАНТНОСТИ

ОПРОШЕННЫЕ ВГ ПРЕДСТАВИТЕЛИ КОМПАНИЙ УТВЕРЖДАЮТ, ЧТО В ИХ КОРПОРАЦИЯХ НЕТ ПРОЯВЛЕНИЙ НЕРАВЕНСТВА. МНОГИЕ ПОДЧЕРКИВАЮТ, ЧТО ВЫДЕЛЯЮТ В СОТРУДНИКАХ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ КОМПЕТЕНЦИИ И КВАЛИФИКАЦИЮ, ПОЛ ЖЕ, ПРИ НАЛИЧИИ НЕОБХОДИМЫХ КАЧЕСТВ, НЕ ВАЖЕН. ОДНАКО ТЕМА ДИСКРИМИНАЦИИ, НЕТОЛЕРАНТНОГО ОТНОШЕНИЯ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ КАК К ЖЕНЩИНАМ, ТАК И К МУЖЧИНАМ ОСТАЕТСЯ В ПОВЕСТКЕ. В ТОМ, КАК ЭТО ПРОЯВЛЯЕТСЯ И ЛЕЧИТСЯ, РАЗБИРАЛАСЬ КОРРЕСПОНДЕНТ ВГ ЯНА ВОЙЦЕХОВСКАЯ.



РАЗРЫВ В ЗАРПЛАТЕ ЖЕНЩИН И МУЖЧИН НА ОДИНАКОВЫХ ПОЗИЦИЯХ МОЖЕТ СОСТАВЛЯТЬ ОТ 20 ДО 30%

Все зависит от того, какие у человека приоритеты, насколько он заряжен на карьеру, насколько человек готов жертвовать личной жизнью, добиваясь продвижения, говорит один из собеседников ВГ. Другой уверяет, что на первый план выходят компетенции человека, его опыт, гибкость мышления, способность генерировать новые идеи — все то, что способно принести бизнесу профит. Роль гендерных предрассудков постепенно падает, и особенно это заметно в современных технологических компаниях, заключает он.

Однако многое в поведении зависит от корпоративной культуры и действий руководства компании, говорит директор HeadHunter по Северо-Западу Юлия Сахарова. «Если руководство внедряет главную мысль: „Не важен пол сотрудника, важны его компетенции и опыт“, и эта установка проходит красной нитью в работе кадровой службы и закреплена во внутренних документах организации, то такая компания имеет все шансы приучить сотрудников относиться уважительно ко всем вне зависимости от пола», — добавляет управляющий партнер коммуникационного агентства V&C Agency Марк Шерман.

Несмотря на это, редактор журнала «Директор по персоналу» Светлана Сергеева считает, что в России дискриминация начинается с подбора кадров. «Де-юре закон запрещает ограничивать соискателей по полу и недельным качествам. Де-факто эти запреты никто не соблюдает. И на крупных карьерных сайтах, и в telegram-каналах, и в группах по поиску работы в Facebook часто встречаются подзудные формулировки из разряда „требуется девушка презентабельной внешности“ или „строго без детей“, — приводит примеры эксперт. В суды с такими кейсами обращаются редко, а если и выигрывают дело, то размер штрафа незначителен.

Некоторые работодатели сознательно, утверждает госпожа Сергеева. На манер западных коллег они декларируют корпоративные ценности, которые уравнивают сотрудников и гарантируют, что компания будет соблюдать их права. Формулировки для этого используют

примерно такие: взаимопомощь, конструктивный подход, обсуждение идеи, а не человека, который ее предлагает.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ ВАКЦИНА Дисбаланс среди сотрудников женского и мужского пола также наблюдается в оплате труда. По данным консалтинговой компании Accenture, разрыв в зарплате женщин и мужчин может составлять от 20 до 30%. По данным Института экономики РАН, в 2019 году россиянки получали в среднем на 27% меньше, чем их соотечественники-мужчины. Госпожа Сахарова приводит в пример иностранную статистику: работницы женского пола получают 0,79–0,98 доллара на каждый доллар, что зарабатывают мужчины. Однако, уверена она, ситуация в России далека даже от таких показателей. Разрыв между мужчинами и женщинами по доходам (суммарно, не только по размеру зарплат) в России еще выше — около 42,1% (81-е из 153 мест по равенству зарплат в мире), приводит сведения госпожа Сергеева.

В PR Partner парируют: иногда размер премии зависит от выполненных KPI и способностей, а не от пола. Хотя там признают, что зарплата мужчин зачастую выше, объясняя это тем, что они больше готовы к командировкам. «Если посчитать все надбавки за поездки от компании, то получается, что сотрудник получает больше, но на самом деле — нет», — поясняют в агентстве.

Одним из индикаторов преодоления гендерных стереотипов является совершенствование законодательной базы, считает руководитель отдела по работе с персоналом инвесткомпании QBF Светлана Белодед. Швеция, Латвия, Люксембург, Дания, Бельгия и Франция стремятся к достижению равенства активнее, чем другие страны, поясняет эксперт.

Равная оплата за равный труд в России сегодня — не больше, чем прокламация, утверждает госпожа Сергеева. Это требует, но не гарантирует ст. 3 Трудового кодекса: в ней говорится, что никто не может быть ограничен в трудовых правах или получать преимущества в зависимости от пола. «На деле живуч стереотип: женщинам можно платить меньше, чем

мужчинам. Ведь они не „добытки“ и семью не содержат», — объясняет культурологические предпосылки стереотипов и связанных с ними решений эксперт. Изменить ситуацию, по ее мнению, следует директивно: государство должно обязать компании сделать прозрачными условия оплаты труда, проводить проверки и назначать организациям существенные штрафы за разные зарплаты мужчинам и женщинам при одинаковом функционале. Штраф должен быть не менее пяти МРОТ для должностного лица и не менее десяти МРОТ — для компании, иначе бизнес посчитает его несущественным и не будет следовать правилу.

Например, в Китае, компании, которые расспрашивают на собеседовании о семейном положении и планах забеременеть или предлагают дамам зарплату меньше, чем мужчинам с теми же обязанностями, платят штраф от 10 тыс. до 50 тыс. юаней (100–500 тыс. рублей). Даже минимальная сумма в десять раз выше, чем МРОТ в России.

МЯГКАЯ СИЛА Выпустить корпоративные правила — не панацея, которая создаст толерантные, непредвзятые отношения, уверена госпожа Сергеева. Ведь если жертва пожалуется на дискриминацию, ее начинает травить начальник или коллектив. На Западе проблему решает бот-стаккер, приводит эксперт опыт зарубежных коллег. «Бот распознает травлю и домогательства в корпоративных чатах, электронной почте и сервисах служебных записок и отправляет все подозрительные письма HR-менеджерам. Российские HR-специалисты считают, что такие боты — нецелевой перерасход бюджета. Выявить жалобу — значит решать новые проблемы. Часто в России от антидискриминационных разработок отказываются», — говорит госпожа Сергеева.

Директор по персоналу компании Accenture в России Сергей Бирюков считает, что толерантного воспитания персонала можно добиться через изменение индивидуального и корпоративного сознания и формирование культуры равенства и равных возможностей. Для руководителей проводят тренинги по созданию инклюзивной среды через

управленческие решения, для сотрудников на всех карьерных уровнях есть доступные специализированные тренинги и сообщества по практическим шагам устранения неосознанной предвзятости (программа Unconscious Bias), делится он.

Кроме этого, регулярно проводятся флагманские корпоративные мероприятия, посвященные разнообразию и среде равных возможностей, — например, Diversity Day, Equality Week. Ежегодно компания делает анализ Gender Pay Gap, который позволяет не только выявлять несоответствия и сокращать разрыв в оплате для конкретных сотрудников, потому что бывают примеры, когда негативная разница в оплате труда выявляется не только у женщин, но и у мужчин, рассказывает господин Бирюков.

Бизнес-партнер по работе с персоналом компании Pfizer Юлия Новодережкина отмечает, что одна из корпоративных ценностей компании сформулирована как «Справедливость». Достижение равенства — начало пути к достижению справедливости во всех ее проявлениях, говорит она. Pfizer участвует в глобальной кампании Each for Equal («За равенство») и Women's History Month («Месяц женской истории»). Последнее направлено на расширение представления о событиях прошлых лет и изучение места женщин в историческом процессе. В рамках него общественность и научное сообщество транслирует вклад женщин в культуру, науку, политику и другие аспекты жизни, делится она.

Господин Шерман уверен, что разнообразие, гендерно неоднородная команда в компании — залог успешности. «Сотрудники таких компаний принимают лучшие бизнес-решения по сравнению с решениями чисто мужских команд. При этом показатель качества решений повышался на 25%, а если среди сотрудников было возрастное и географическое разнообразие, то качество решений улучшалось на 50%. Это объясняется тем, что люди разного пола, возраста и национальности оценивают проблему с разных сторон и позиций, и в результате это качественно улучшает групповое мышление», — заключает он. ■

ЭСТЕТИЧЕСКАЯ МЕДИЦИНА

НЕСМОТЯ НА ТРЕНДЫ ЕСТЕСТВЕННОЙ КРАСОТЫ, НАТУРАЛЬНОЙ ВНЕШНОСТИ И БОДИПОЗИТИВА, РЫНОК ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ РОССИИ ПОКА НЕ ПОЧУВСТВОВАЛ СОКРАЩЕНИЯ СПРОСА: ОН РАСТЕТ УЖЕ НА ПРОТЯЖЕНИИ ДЕСЯТИ ЛЕТ. ОДНАКО СПЕЦИАЛИСТЫ КОНСТАТИРУЮТ ТЕНДЕНЦИЮ К ОТКАЗУ ОТ ХИРУРГИЧЕСКОГО ВМЕШАТЕЛЬСТВА И УВЕЛИЧЕНИЕ СПРОСА НА НЕХИРУРГИЧЕСКИЕ ПРОЦЕДУРЫ — ЭТО ДЕШЕВЛЕ И ПОДСТРАИВАЕТСЯ ПОД НОВОМОДНЫЕ ВЕЯНИЯ. В ПОПУЛЯРНЫХ ПРОЦЕДУРАХ У ПЕТЕРБУРЖЕНОК РАЗБИРАЛАСЬ КОРРЕСПОНДЕНТ ВG ЯНА ВОЙЦЕХОВСКАЯ.

Рынок эстетической медицины включает четыре сегмента: инъекционную косметологию, уходовые процедуры, аппаратную косметологию, пластическую хирургию. Эксперты отмечают, что происходит медленное перераспределение рынка от инъекционной косметологии и пластической хирургии в сторону аппаратной косметологии.

По данным медицинского сервиса онлайн-записи к врачам «НаПоправку.ру», за последние полгода самыми запрашиваемыми услугами эстетической медицины в Петербурге стали удаление папиллом (средняя стоимость услуги — 970 рублей) и жировиков (3,8 тыс. рублей), блефаропластика (44,2 тыс. рублей за одно веко), ботокс (350 рублей), ринопластика (111 тыс. рублей), увеличение груди (107 тыс. рублей без учета имплантатов) и лифтинг (38,6 тыс. рублей). По наблюдениям специалистов, в Петербурге за омолаживающими услугами клиенты приходят с 25 лет. Что примечательно, в Москве — с 18 лет. Соотношение мужчин и женщин составляет примерно 25 к 75.

Заведующий отделением пластической хирургии «Медси» в Петербурге Виктор Кущенко говорит, что традиционно у петербурженок востребованы такие пластические операции как увеличение груди, ринопластика и фейслифтинг. Главврач клиники «Я вижу» Виталий Авалиани подтверждает популярность блефаропластики (удаление эффекта «нависшего века»), отмечая, что доля медицинских туристов в учреждении доходит до 5%. По-прежнему высоким является спрос на устранение жировых отложений на теле, избытка кожи после липосакции или быстрого снижения веса, устранение избытка кожи на животе после родов, удаление келоидных рубцов, говорит заместитель генерального директора компании «Этнамед» Евгений Кан.

Среди новинок эстетической медицины пластический хирург Клиники им. Пирогова Егор Парыгин отмечает SMAS-лифтинг. Это подтяжка не только кожи, но и ее глубоких слоев, так называемого мышечно-апоневротического слоя, говорит он. В Петербурге насчитывается не более двадцати специалистов, способных сделать эту процедуру.

В среднем, по мнению экспертов, стоимость услуг в Петербурге на 15–25% ниже, чем в Москве. Однако генеральный директор компании «Стартап под ключ» (открывает бизнес, в том числе салоны красоты и медцентры) Максим Котляренко подчеркивает, что корреляция со статусом заведения и уровнем врачей сохраняется: цены на операции зависят от квалификации хирурга и имиджа клиники.

По оценке главы консалтинговой компании «Лаборатория трендов» Елены Поно-



АЛЕКСАНДР КОРЖКОВ

ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, СТОИМОСТЬ УСЛУГ В ПЕТЕРБУРГЕ НА 15–25% НИЖЕ, ЧЕМ В МОСКВЕ

маревой, ежемесячные затраты женщин на поддержание красоты в Петербурге при регулярном уходе за собой составляют не менее 20 тыс. рублей: маникюр, педикюр, уход за волосами, несколько визитов к косметологу, посещение спортзала, перечисляет она.

НАТУРАЛЬНЫЙ ПЕРЕЛОМ Пластическая хирургия стала привычной для современных женщин: не считается зазорным увеличить грудь или провести нитевой лифтинг лица, уверен господин Кущенко. Однако он отмечает, что прошла эра 1990-х годов, когда многие хотели вычурные формы груди, губ и прочего. «Все хотят выглядеть молодо, но естественно, выглядеть „неоперированными“. В этом случае хорошо работает тандем хирурга и косметолога. Косметологи помогают ускорить процесс реабилитации и назначить уходовые процедуры», — говорит врач.

Специалисты констатируют рост рынка и спроса на услуги эстетической медицины на протяжении последних десяти лет. Как подтверждающий фактор господин Кущенко приводит в пример подготовку кадров: только в Петербурге количество пластических хирургов перевалило за 500 человек. «Если раньше пластических хирургов готовила Медицинская академия последипломного образования, то сейчас пластических хирургов готовят четыре кафедры», — отмечает он.

Однако вопрос качества подготовки некоторых специалистов волнует врача-косметолога Ляну Колесову. Тот или иной вид коррекции предлагают разные эксперты. Есть «черный», «серый» и «белый» рынок, рассказывает она. «Черный» рынок эстетических услуг — это так на-

зываемые специалистами, не имеющие медобразования и выполняющие процедуры на дому и нелегальными препаратами, что грозит сепсисом. «Серый» рынок — это специалисты с медобразованием, работающие в салонах красоты (иногда без лицензии), которые делают эстетические коррекции. «Белому», легальному рынку существовать на их фоне дороже и сложнее всего. «Уменьшение потребительской платежеспособности повлияло на ценообразование услуг. Возникновение неформальных лидеров у специалистов без медобразования, способствующих распространению неквалифицированной помощи в косметологии, расшатывает и так сложную ситуацию на рынке», — уверена она.

Конкуренция на рынке эстетических услуг усиливается, но рынок не перенасыщен, считает господин Котляренко. «Тем не менее, если брать статистику открытия и закрытия заведений, цифра будет примерно одна и та же. Надо понимать, что это говорит не о снижении спроса, а о том, что очень многие выходят на рынок интуитивно, неподготовленными», — говорит эксперт.

Вместе с этим, отмечает господин Кан, в мире наблюдается тенденция к отказу от хирургического вмешательства и увеличению спроса на нехирургические процедуры. Согласно отчету о состоянии глобального рынка пластической хирургии и косметологических услуг, спрос на операции по увеличению груди и подтяжку лица упал на 10%. В то же время доля доходов от инъекций ботокса и филлеров выросла с 30% в 2000 году до 50% в 2019 году.

Стоимость нехирургических процедур по сравнению с пластическими операциями действительно выглядит привлекательно. Стоимость биоревитализации начинается от 10–15 тыс. рублей, контурная пластика обойдется в 12–15 тыс. рублей, лазерный пилинг и шлифовка — в 13,5–17 тыс. рублей, мезотерапия — в 1–4,5 тыс. рублей, приводит расценки господин Кан. Таким образом, такие услуги могут быть дешевле в пять раз по сравнению с хирургией.

Изменения на рынке констатирует и господин Котляренко: наблюдается тенденция естественного внешнего вида, использование антивозрастных уходов. «Клиентки предпочитают мягкие методы воздействия», — считает он, подчеркивая, что через три года рынок может измениться значительно.

«Европа много лет назад взяла курс на естественное старение, там считается правильным и нездоровым стареть спокойно. Кардинальное вмешательство во внешность пользуется спросом крайне редко и считается дурным тоном. Россия еще лет

десять будет жить в рамках культа красоты, а на более длительную перспективу планировать сложно. Скорее всего, фокус сместится на натуральную красоту, но полностью категории эстетической медицины не отомрут», — резюмирует эксперт.

Альтернативное мнение имеет госпожа Пономарева. По ее убеждению, тренды на натуральность, естественную красоту, бодипозитив на российском рынке чувствуются минимально. «Эпоха социальных сетей еще больше, чем ранее глянец, стимулирует выглядеть хорошо. В нашей стране нужно добавить еще и менталитет наших женщин, которые еще не насытились красотой после времен тотального дефицита и отсутствия хорошей косметики и одежды», — указывает она.

«Люди не хотят стареть. Всем хочется омолодиться максимально натурально. При этом растет количество пациентов-мужчин: с 3–4% до 7–8% от общего количества клиентов», — указывает на тенденцию господин Парыгин. «Некоторые говорят, что им нравится стареть естественно, но зачастую это отговорка, когда нет денег на весь объем операций. Эти же люди возвращаются через несколько лет в клинику, накопив средства, и делают процедуры. В России дивиденды от того, как хорошо ты выглядишь, могут превосходить те затраты, которые ты вкладываешь в себя», — объясняет он культурологические предпосылки.

ЗАРУБЕЖНАЯ КЛИЕНТСКАЯ БАЗА

Уровень хирургической школы в России был и остается на очень высоком уровне, а последние двадцать лет вырос и уровень косметологии, убежден господин Кущенко. Пластика популярна в Южной Америке, Южной Корее и США. Специалисты отмечают, что россиянки редко обращаются к зарубежным специалистам за услугами эстетической медицины. Это объясняется, в том числе, санкционным режимом, увеличением курса валют, говорит господин Кан.

Чаще, напротив, в Россию приезжают из Европы для процедур как в области пластики, так и в части аппаратной и инъекционной методик. Это стоит дешевле в несколько раз, а сервис и уровень услуг аналогичны. «История кажется парадоксальной, потому что технологии к нам приходят из-за рубежа, но в двух столицах соотношение цены и качества при этом сильно отличается в лучшую сторону», — рассказывает господин Котляренко. Для сравнения, коррекция подбородка или скул в США у пластических хирургов стоит до \$5 тыс., что сравнимо с хирургической подтяжкой всего лица в России, приводит пример госпожа Колесова. ■

БИЗНЕС В ЗАКОНЕ

НА ОЧЕРЕДНОМ ЮРИДИЧЕСКОМ ФОРУМЕ «ИТОГИ 2019 ГОДА: ЗАКОНЫ И БИЗНЕС», ОРГАНИЗОВАННОМ ИД «КОММЕРСАНТЬ» СОВМЕСТНО С САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИМ ГОСУДАРСТВЕННЫМ УНИВЕРСИТЕТОМ (СПБГУ), ЭКСПЕРТЫ И УЧАСТНИКИ РЫНКА ОБСУДИЛИ ВЛИЯНИЕ НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ НОВЫХ «ПРАВИЛ ИГРЫ» В ТРУДОВОМ, БАНКРОТНОМ, ПРИРОДООХРАННОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ И В СФЕРЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, А ТАКЖЕ РАЗВИТИЕ ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ И РЕЙДЕРСТВО С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНОСТРАННЫХ СУДОВ.

МИХАИЛ КУЗНЕЦОВ

Руководитель практики трудового права Baker McKenzie в Санкт-Петербурге Александр Коркин обратил внимание, что в трудовом законодательстве и законодательстве о персональных данных в прошлом году обошлось без революций. К числу положительных нововведений он отнес вступление в силу закона об электронных трудовых книжках. «Бумажные трудовые книжки пока сохраняются, поэтому сначала это скорее приведет к дополнительным затратам ресурсов и времени, но в перспективе позволит отказаться от устаревшего инструмента», — заметил он. Сведения об истории работы сотрудника, причинах его увольнения будут передаваться в Пенсионный фонд, поэтому у работодателя останутся инструменты контроля, добавил господин Коркин.

Большое значение для бизнеса, по словам юриста, будет иметь закрепление в Трудовом кодексе гарантий для женщин, работающих в сельской местности, в том числе сокращенной рабочей недели (36 часов). «Этот критерий распространяется на огромное количество бизнесов, которые к традиционным избушкам и прочим атрибутам сельской жизни не имеют никакого отношения. Огромное количество торговых центров, производственных предприятий, офисов находится в границах сельских поселений», — рассказал юрист. Еще одной потенциально неприятной историей для бизнеса господин Коркин назвал поправки в законодательство, позволяющие гражданам подавать иски в защиту интересов группы лиц: «Теперь сотрудники могут объединять требования и экономить на сопровождении этого процесса».

В сфере персональных данных основное изменение связано с введением новых штрафов за невыполнение требований по их хранению, указал господин Коркин. Первое нарушение предполагает штраф для юрлиц до 6 млн рублей, повторное — до 18 млн рублей. Доцент кафедры трудового и социального права СПбГУ Елена Сыченко отметила, что работодателю также могут грозить штрафы за использование технических средств (видеозапись, фотосъемка) для контроля над сотрудниками. За последние два года было два решения ЕСПЧ, в которых сказано, что национальным судам и работодателям следует уведомлять работника о применении технических средств, напомнила она. «Чтобы обезопасить себя от штрафов за нарушение закона об обработке персональных данных и административной ответственности за нарушение трудового законодательства, необходимо ознакомить работников и получить их согласие», — посоветовала госпожа Сыченко.

Руководитель петербургской практики земельного права, недвижимости и строительства «Пепеляев Групп» Елена Крестьянцева отметила, что прошлый год был очень насыщенным в плане регулирования охраны окружающей среды. После изменений в статье Кодекса об административных правонарушениях за правонарушения в природоохранной сфере можно получить несколько штрафов, а их размер в среднем вырос в два-три раза, сообщила юрист. Кроме того, за неуплату утилизационного экологического сбора штраф стал кратным сумме неуплаты, указала она. В дополнение к этому юрист напомнила о принятии закона по квотированию выбросов, который в перспективе он может коснуться и Петербурга. «Задача в том, чтобы комплексно подойти к вопросу загрязнения атмосферного воздуха и провести измерение на конкретной территории, выявить на ней загрязняющие вещества, основных загрязнителей и выделить им квоты, которые они не должны превышать», — объяснила госпожа Крестьянцева. При их превышении предприятия должны либо оплачивать компенсационные мероприятия, направленные на снижение загрязнения, либо проводить их самостоятельно, уточнила она. В 2020 году бизнес также может столкнуться с расширением ответственности производителей в отношении товарной упаковки, утилизации твердых коммунальных отходов, системы сбора вторичного сырья, предупредила госпожа Крестьянцева.

Профессор кафедры правовой охраны окружающей среды СПбГУ Владислав Никишин выступил за возврат к целевому принципу расходования средств на охрану окружающей среды. Сейчас, когда предприятия пытаются вернуть излишне оплаченные расходы за негативное влияние на окружающую среду, эти деньги изымаются из муниципальных и региональных бюджетов, говорит он. «Но поскольку в бюджетах эти средства размазаны по всем статьям расходов, то возникает ситуация, когда муниципальные власти и субъекты федерации уже распределили эти деньги, а потом вынуждены их из бюджета возвращать. А теперь подумайте о позиции судов, которые в субъектах федерации начинают выносить соответствующие решения», — отметил он. Целесообразно, чтобы деньги поступали в экологические фонды и расходовались только на охрану окружающей среды целевым образом, как это было раньше, резюмировал господин Никишин.

Управляющий партнер юридической фирмы «Борениус» Андрей Гусев в своем выступлении остановился на том, что после кризиса 2008 года судебные разбирательства стали выплескиваться за

пределы России. Подобные примеры встречались и ранее, но в эмоциональном смысле переходным моментом было разбирательство между Абрамовичем и Березовским в Лондоне, констатировал он. По словам господина Гусева, сейчас Россия входит в топ пять стран, разбирающихся которых рассматриваются в Лондоне. «Как кто-то сказал российские реки текут по английскому праву. Это безобразие, непонятно почему большие инфраструктурные проекты нужно регулировать английским правом», — посоветовал юрист.

Как пояснил господин Гусев, судебный процесс за рубежом — это проект, в котором обязательно есть руководство и координация, без которых команда, состоящая из юристов, пиар-специалистов и форензиков (специалисты по независимым финансовым расследованиям. — **ВГ**), развалится. «Типичная ситуация такая: был бизнес, собственники вывели через кучу прокладок деньги. После этого бизнес зашатался и обанкротился, а ребята убежали. К ним есть масса претензий, и абсолютно нормально призвать их к ответу, потому что за счет других людей они добились своих результатов», — описал ситуацию он. По словам юриста, в Европе и США существуют специализированные фонды и частные инвесторы, готовые вкладываться в подобные разбирательства. «Все начинается с поиска активов, затем идет исследование обеспечительных мер, выступление в суде и обеспечение взыскания на активы», — рассказал он. «Арсенал обеспечительных мер может парализовать любую сторону и подтолкнуть к переговорам. Если посмотреть статистику, то дело заканчивается мировым соглашением в 80% случаев. Поэтому цель не суд, а возврат», — заметил господин Гусев.

И. о. заведующего кафедрой гражданского права СПбГУ Андрей Бушев проанализировал поправки в Конституцию в контексте соотношения национального и международного права. «Конституция в прежней редакции и в новых изменениях по-прежнему остается актом, стоящим над законами. И так же, как во многих странах (Россия здесь не уникальна), находится над международными договорами, в том истолковании, которое дают разного рода международные организации, в том числе суды», — сообщил юрист. В качестве примера заведующий кафедрой теории и истории государства и права СПбГУ Владислав Архипов привел дело компании ЮКОС, которой удалось взыскать с России около \$2 млрд в ЕСПЧ. При этом суд решил, что выплаты должны происходить не в пользу истца и не того, кого указал истец (фонд компании), а в пользу акционеров. «Таким образом, суд самостоя-

тельно изменил получателя платежей, не спросив согласия ни у заявителя, ни у его представителя, ни у фонда, ни у России. В этом смысле, как правильно было сказано в постановлении Конституционного суда, европейский суд нарушил основополагающий принцип международного публичного порядка в части процессуальных норм — выслушать обе стороны», — прокомментировал юрист. Такое истолкование не допускается, поскольку противоречит Конституции, и соответствующие решения не исполняются, утверждает он.

Управляющий партнер Deloitte Legal в СНГ Анна Костыра в своем докладе рассмотрела развитие юридических технологий (Legal Tech) на российском рынке. По ее словам, одним из барьеров для их внедрения является ошибочное представление о необходимости сокращать штат сотрудников. «Legal Tech направлен на то, чтобы помочь вам выйти из рутины и заниматься правом как искусством», — возразила юрист. Другой миф, по ее словам, состоит в том, что покупка «коробочного» решения на рынке позволит юридической фирме стать эффективнее. «Этого не стоит делать, пока вы не провели диагностику своей практики, после чего, возможно, вы выберете что-то с совершенно другой степенью кастомизации», — возразила она. Дополнительные сложности для технологического развития создает нежелание государственных органов использовать принцип единого окна, электронную подпись, продолжила юрист: «Пока ситуация не изменится, Legal Tech будет только решать внутренние проблемы и повышать внутреннюю эффективность, но вовне нам будет двигаться трудно».

На российском рынке существует своя специфика, поэтому юридические технологии должны отличаться, указала госпожа Костыра. В России юридическая функция преимущественно направлена на работу с регуляторами, а не на организацию бизнес-процессов, как это происходит в Европе, заметила она. Кроме того, Россия в большей степени ориентирована на судебные споры, а значит, технологии должны быть меняющимся, легкими с точки зрения настройки и мониторинга судебной практики. Помимо этого, для систематизации информации имеют значение особенности языка. «Российской правовой системе не свойственна высокая юридическая техника с точки зрения употребления языка. Даже на уровне законотворчества мы не можем определиться с понятиями и терминами», — сообщила юрист. «Если вы находитесь в управляемой модели и у вас прописаны все бизнес-процессы, то вы можете начать использовать Legal Tech, который приведет вас к эффективной модели. А если нет, то



ЕВГЕНИЙ ТАВЛЕНКО

УЧАСТНИКИ ФОРУМА КОНСТАТИРОВАЛИ: НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ СУЩЕСТВУЕТ СВОЯ СПЕЦИФИКА, ПОЭТОМУ ЮРИДИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ДОЛЖНЫ ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ЗАРУБЕЖНЫХ

для начала надо привести юридическую функцию к этой модели», — порекомендовала она.

На текущем технологическом уровне Legal Tech позволяет упростить рутинные вещи, но возлагать какие-то надежды на него не стоит, добавил господин Архипов. Кроме того, за такими продуктами необходим контроль юриста, сообщил эксперт. Legal Tech основан на формальных моделях, которые игнорируют значимые юридические частности и может привести к гораздо большим рискам для бизнеса, нежели экономия расходов, достигаемая благодаря им, подчеркнул он.

Советник DLA Piper Леонид Кропотов в своем выступлении остановился на разграничении частноправовых отношений и публичных правоотношений. «Частноправовые можно отдавать в третейский суд, публичные правоотношения нельзя, в том числе этот вывод делается в отношении бюджетных правоотношений. Вопрос, где заканчиваются бюджетные отношения. Если компании предоставлены бюджетные инвестиции или денежные средства от государства, то есть ли публичный элемент в расходовании этих средств, еще какие-то публичные элементы и как это влияет на арбитрабельность таких споров?» — обозначил проблему юрист. «Тревожным знаком» он назвал позицию Верховного суда (ВС), отменившего решение третейского суда о взыскании с «Ленэнерго» средств в пользу подрядчика (ООО «Комплексные энергетические решения») за дополнительные работы из-за нарушения публичного порядка (принцип законности и обоснованности судебного акта). «Получается, что решение третейских судов, которые связаны с контрактами, которые так или иначе связаны на затраты бюджетных средств, могут подвергаться более глубокой про-

верке на стадии закрепления, исполнения или отмены в государственном суде или, возможно, пересматриваться по существу, несмотря на все фундаментальные принципы, касающиеся третейского разбирательства, которые закреплены у нас в законодательстве», — подытожил он.

К позитивным шагам господин Кропотов отнес получение Венским и Гонконгским арбитражными центрами разрешения в Минюсте на рассмотрение споров в России и принятие постановления пленума ВС, подводящего итоги арбитражной реформы. В нем сказано о необходимости постепенного ослабления надзорной функции госсудов в отношении надежных арбитражных центров, соответственно, речь идет о восстановлении доверия к третейским судам, заметил эксперт.

Ассистент кафедры гражданского процесса СПбГУ Иван Любин уточнил, что постановление пленума ВС решает проблему с отводами судей, когда сторона сначала недобросовестно не заявляет отвод, в случае если основания для него объективно существуют, а потом пользуется этим, чтобы оспаривать арбитражные решения, поскольку они вынесены незаконным составом суда. «Понятно, что практическое решение уже встречалось и по основанию недобросовестности таким сторонам отказывали в случае каких-либо жалоб. Тем более странно, что суду понадобилось три года, чтобы к этому прийти, однако его следует всячески приветствовать», — прокомментировал он.

Управляющий партнер Legal to Business Светлана Гузь посвятила свой доклад законодательным изменениям, которые окажут влияние на баланс отношений между кредиторами и заемщиками в области банкротства. В частности, она напомнила о поправках в Налоговый кодекс, предус-

матривающих автоматическое введение залога на имущество должника в пользу Федеральной налоговой службы (ФНС). «Поскольку намечается стойкая тенденция к последовательному предоставлению ФНС приоритета перед другими кредиторами в делах о банкротстве, активно обсуждается, насколько это повлияет на банкротную практику», — отметила она.

Юрист обратила внимание, что в прошлом году Минэкономразвития представило законопроект, который вводит случайный выбор арбитражного управляющего посредством балльно-рейтинговой системы. Таким образом, даже кредиторы, которые не аффилированы с должником не смогут самостоятельно выбирать арбитражного управляющего или саморегулируемую организацию в случае возбуждения банкротной процедуры, пояснила госпожа Гузь. Это вызывает много споров среди кредиторов, поскольку речь идет о приравнивании их к аффилированным лицам, продолжила эксперт.

Доцент кафедры административного и финансового права СПбГУ Сергей Овсянников сообщил, что в последние годы ФНС становится суперкредитором в процессе банкротства, обладающим целым рядом полномочий, которых нет у других кредиторов. «Все больше складывается впечатление, что в основе приоритета требований налоговой службы лежит исключительно публичный характер, хотя исходя из целей закона о банкротстве, позиции Конституционного суда один только публичный характер требований кредитора не может смещать этот баланс», — уточнил он.

Партнер, директор петербургского филиала «Горюдисский и партнеры» Виктор Станковский назвал главным событием в сфере защиты интеллектуальной собственности апрельское постановление

плenums ВС. Юрист отметил, что оно закрепляет результаты интеллектуальной деятельности за работодателем. При этом в вопросе выплат за изобретения практика складывается в пользу авторов изобретений, которые получают их выплаты даже в ситуации, когда предприятие прекращает сроки действия патента, чтобы не платить отчисления, рассказал он. Если само изобретение продолжает использоваться, то это не освобождает предприятие от выплаты, подчеркнул юрист.

Другой значимой тенденцией является рост числа конфликтов между работодателями и бывшими работниками, ушедшими в конкурирующую компанию, добавила старший юрист «Горюдисский и партнеры» Ярослава Горбунова. По ее словам, пленум разъясняет круг обстоятельств, который судам предстоит установить при рассмотрении подобных и обозначает критерии оценки доказательств дел. «Определяющим фактором пленум предлагает считать создание результатов интеллектуальной деятельности в рамках трудовых обязанностей, содержание которых или определяется трудовой функцией работника, или выражается в виде конкретного задания», — сообщила она.

Ассистент кафедры гражданского права СПбГУ Наталья Абрамова заметила, что в пленуме не нашла отражения деятельность организаций по коллективному управлению правами, их процессуального статуса и прав. Эксперт указала, что в пленуме также не был решен вопрос доли в исключительном праве. Потребность гражданского оборота заключается в том, чтобы этот вопрос каким-то образом регламентировать, чтобы лица, которые обладают этим правом совместно, могли им распоряжаться в облегченном виде, резюмировала она. ■

ОБЩЕПИТ НЕ ДЛЯ ВСЕХ

ПО СЛОВАМ АНАЛИТИКОВ, КРУГ ЗАВЕДЕНИЙ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ НА ЗДОРОВОМ ПИТАНИИ, В ПЕТЕРБУРГЕ ОЧЕНЬ ОГРАНИЧЕН. И В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ КАРДИНАЛЬНОГО РОСТА СЕГМЕНТУ ОНИ НЕ ПРОЧАТ. ПО МНЕНИЮ САМИХ РЕСТОРАТОРОВ, В ПОСЛЕДНИЕ ДЕСЯТЬ ЛЕТ СИТУАЦИЯ УЖЕ В КОРНЕ ИЗМЕНИЛАСЬ. В ПРОТИВОВЕС УЗКОЙ КОНЦЕПЦИИ ОНИ ПРЕДЛАГАЮТ БОЛЕЕ ЛЕГКИЕ ФОРМАТЫ И УДОБСТВО ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ. ТОЧКА FAST CASUAL КАФЕ СВЕЖЕПРИГОТОВЛЕННЫХ, БЕЗ «ХИМИИ», БЛЮД В ПЕТЕРБУРГЕ ВЫРУЧАЕТ В МЕСЯЦ ОТ 200 ТЫС. ДО 1,5 МЛН РУБЛЕЙ, А ОБОРОТ МОСКОВСКОЙ PRIME АРКАДИЯ НОВИКОВА НАХОДИТСЯ НА УРОВНЕ 3,3 МЛРД РУБЛЕЙ В ГОД. ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА

Здоровый образ жизни — это ответ на мировой тренд о долголетию человека. Именно за этим стоит будущее, считает ресторатор-консультант Анна Попова. «В такой концепции питание будет выступать в качестве как превентивных, так и оздоровительных мер по лечению хронических и острых заболеваний», — прогнозирует она.

Сегодня здоровое питание определяется способом приготовления, сбалансированным количеством белков, жиров и углеводов, а также расчетной нормой калорий для дневного потребления. В его определение также попадают и группы людей, испытывающие непереносимость к лактозе, глютену и другим продуктовым компонентам. По данным Росстата, здоровый образ жизни предполагает потребление овощей и фруктов в количестве не менее 400 г, а также нормальное потребление соли — не выше 5 г в сутки.

Рынок ресторанов здорового питания наиболее развит в Москве. «В этом плане аудитория в столице в большей степени представлена новаторами, открытыми к экспериментам и интересующимися последними новинками», — говорит госпожа Попова. За Москвой, как правило, подтягивается Петербург, а затем и остальные города-миллионники. В частности, в столице с 2005 года работает сеть Аркадия Новикова Prime, созданная по типу британской сети Pret A Manger, где на открытых витринах продукция из натуральных продуктов с минимальным сроком хранения. В Prime входит больше 100 точек в столице, год назад сеть анонсировала свой выход в регионы (в Петербурге планировалось открыть 10 ресторанов, однако пока ни один из них не запущен). По данным «Infoline-Аналитики», в 2018 году оборот сети составил 3,3 млрд рублей.

КУЛЬТУРНЫЙ РЫНОК Первый ресторан, где все готовилось только на пару без применения жарки и масла, открылся в Петербурге в 2009 году. Сегодня «На парах» насчитывает девять заведений. В 2011-м запустилось кафе быстрого обслуживания Fresh Point, где предлагались приготовленные с утра блюда, удобно упакованные в готовые к разогреву контейнеры — эдакая альтернатива взятому из дома супу и котлете с пюре. Сейчас у них десять точек, еду можно взять с собой или откусать в зале. Игрок со схожей концепцией — Greenbox, больше ориентированный на продажу рационов навынос, насчитывает 24 заведения. Компания разрабатывает меню совместно с диетологом-гастроэнтерологом, учитывая, например, баланс белков, жиров и

углеводов и указывая калорийность блюд, а также исключает консерванты, искусственные красители, пищевые добавки и трансжиры.

«Мы жестко выступаем против употребления консервантов, химических добавок и тому подобных вещей, которые позволяют увеличить срок реализации продукции и, соответственно, выгоду для продавца, но не пользу для потребителя. Предельно простой принцип — никакой химии, все можно прочитать на этикетках», — рассказывает директор ООО «Фреш Поинт» Наталья Аэро. — Да, мы несем определенные затраты из-за того, что каждый вечер утилизируем остатки. Но в долгосрочной перспективе это дает право носить наше название».

ПРАВИЛА СЕРВИРОВКИ Такие игроки, как Greenbox и «На парах», ориентированы на локацию у метро с высоким пешеходным трафиком. «Рестораны „На парах“ рассматривают площадки около 300 кв. м, Greenbox — меньше — 100–120 кв. м», — говорит заместитель директора департамента исследований Colliers International Ольга Убушиева. Первый ресторан Fresh Point запустился на Невском проспекте, 126, сегодня десять точек сети расположены в бизнес-центрах класса А и стрит-ритейле, а две «умные витрины» открыты в офисах компаний «Большой четверки». «Выручка с одной точки отличается в зависимости от местоположения и формата: от 200–300 тыс. рублей в месяц до 1,5 млн рублей», — делится Наталья Аэро.

Рестораны с меню, которые располагают провести там больше времени, выбирают помещения с парковкой и красивым видом, добавляет госпожа Убушиева. Однако таких моноконцепций в городе считанные единицы. Большинство ресторанов и кафе чаще всего просто предлагает несколько позиций в меню, которые соответствуют идее здорового питания, замечает руководитель отдела торговой недвижимости Knight Frank St. Petersburg Анна Лапченко, а заведений, которые специализируются исключительно на здоровом питании, немного. В частности, она выделяет проект Harvest от Duo Band. Хотя основатель группы Дмитрий Блинов к кругу адептов ЗОЖ себя не относит. «Harvest — ресторан с большим вниманием к овощам и экологии, но я совершенно ничего не знаю про ЗОЖ», — комментирует он вопросы ВГ.

ВЕРШКИ И КОРЕШКИ Здоровое питание предлагает веганское кафе «Укроп», у которого четыре заведения в Петербурге. Хотя, по мнению Анны Поповой, веган-

ство и вегетарианство — весьма узкий сегмент, и в ответ на сегодняшние тренды этой сети в какой-то момент потребуются поменять позиционирование. «При этом получится как сохранить свой подход к формированию меню, так и расширить целевую аудиторию. Все-таки у вегетарианства и веганства существует совсем иной ассоциативный код, нежели у здорового образа жизни», — говорит она. В 2015 году людей, не употреблявших животные продукты, по данным городских СМИ, насчитывалось 4–5 тыс., в 2017 году — уже 8–9 тыс. Как сообщали ранее СМИ, в 2015 году рынок веганских продуктов в городе оценивался в 70–80 млн рублей, в 2017-м — в 200–250 млн, а емкость рынка, включая вегетарианские кафе, — примерно в 500–600 млн рублей в год. К слову, более половины посетителей «Укропа», как оказалось, вегетарианцами себя не считают.

МОЛОДОЙ, ЗДОРОВЫЙ Несмотря на малочисленность узконаправленных заведений, сложно не заметить, что потребитель, на которого начинает ориентироваться ресторанный бизнес, в общем меняется. Целевая аудитория в лице миллениалов, говорит госпожа Попова, предпочитает здоровые ингредиенты и при выборе ресторана учитывает технологию приготовления, а также «этичность» питания: отношение к экологии через переработку мусора, сокращения пластика, исключения продуктов животного происхождения. Соответственно строятся и их запросы.

Небольшие fast casual сети работают в среднем ценовом сегменте, где стоимость блюд составляет 200–300 рублей. Рестораны с традиционной подачей имеют более высокий чек — 300–500 рублей за горячее блюдо. «Здоровое питание — выбор довольно состоятельных людей, поскольку и продукты, и блюда обычно дороже», — считает госпожа Лапченко. «Традиционно люди с высоким достатком более склонны заботиться о своем питании и платить чуть больше за свежую натуральную еду. И пока я не наблюдаю значительного изменения в этом направлении», — согласна директор Fresh Point. На ее взгляд, здоровое питание наиболее востребовано среди деловых людей в возрасте от 25 до 55 лет, которым важно качество и дорогое время. Поэтому бизнес-центры и деловые кварталы остаются приоритетной локацией. Сегмент быстрого здорового питания хорошо развивается там, где и сама жизнь быстрая, добавляет госпожа Аэро: в центрах крупных городов, где вопросы экологии и здоровья всегда будут актуальны.

При этом круг посетителей заметно расширяется. «Мы видим все чаще среди своих посетителей людей, которые еще десять лет назад не входили в нашу целевую аудиторию: молодежь до 25 лет и люди старше 55. И если для людей старшей возрастной категории внимание к вопросам здоровья и питания более привычно, то интерес к ЗОЖ у молодой аудитории появился сравнительно недавно. Для молодых людей — это основа красоты, для более старших клиентов — возможность сохранять энергию, быть более эффективными на работе, активными в семье», — поясняет эксперт.

С учетом новых привычек потребителей развивается и такой формат, как slow food. Благодаря этому появляется все больше корнеров с блюдами, приготовленными из-под ножа, а корнеры, в свою очередь, объединяются в большие фуд-холлы или гастромакетты. «Не все корнеры, конечно, могут заявлять о себе как о ресторане для ЗОЖ, но однозначно что-то на фуд-холле найти в этом формате получится — например, первый авокадо-бар в России Avocado Point на Василеостровском рынке, — говорит Анна Попова. — Вдобавок в более высоком сегменте, в сегменте авторских ресторанов наблюдается свой собственный ответ на тренд здорового образа жизни. Это использование разнообразных овощей, корнеплодов и микрозелени в основе меню, а также наличие безалкогольных коктейлей в барной карте (тот же Harvest)».

ОНЛАЙН-РЕШЕНИЕ Больше всего тренд ЗОЖ отражен в фудтех-компаниях, доставляющих готовые рационы. Такие компании, как Just Food, Level Kitchen, Easy Meal, BeFit, Fresh Lab предлагают рационы для различных целей (снижения, баланса или набора веса), консультацию с диетологом (Easy Meal), заявляют о своей философии (Just Food) — много овощей и фруктов, минимум соли и сахара, без жарки и масла, переработка пластика. «Доставка готовых рационов — самый перспективный и растущий сегмент. Помимо изменения привычек в питании, у людей меняются и другие поведенческие факторы, например, необходимость в экономии времени приводят к отказу от офлайн-покупок, исключение готовки дома. Такие факторы диктуют появление и новых форматов. А доставка готовых рационов прекрасно справляется с этой задачей», — объясняет ресторатор-консультант.

Такие концепции конкурируют в основном с рынком небольших сетевых кафе с возможностью брать еду навынос и с функцией доставки. «По сравнению



ЕВГЕНИЙ ПЛАТЕНКО

СЕГОДНЯ ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ СПОСОБОМ ПРИГОТОВЛЕНИЯ, СБАЛАНСИРОВАННЫМ КОЛИЧЕСТВОМ БЕЛКОВ, ЖИРОВ И УГЛЕВОДОВ

с традиционными ресторанами нам гораздо больше приходится думать об эргономике еды: ее употребляют в разной обстановке, и наша задача — чтобы везде это было удобно. Если в ресторан гость приходит, садится, ему несут фарфоровые тарелки, то мы, продвигая концепцию быстрой здоровой еды в одноразовой упаковке, должны думать о том, какую упаковку мы используем, какое блюдо не потеряет своих вкусовых и эстетических характеристик, если оно не из-под ножа и без консервантов, как сохранить его свежесть. И, конечно, ежедневная утилизация непроданной продукции существенно усложняет вопросы планирования и логистики», — говорит госпожа Аэро.

Сильными игроками рынка здоровых продуктов, напоминает Ольга Убушиева, стали продуктовые сети «Вкусвилл» и «Азбука вкуса», ассортимент которых включает готовые блюда собственного приготовления. Обе заявляли о стратегии агрессивного развития в Петербурге и пока придерживаются ее.

Глобальный тренд на ЗОЖ стимулирует более вдумчивый выбор потребляемой пищи, отмечают эксперты. Рестораторы наблюдают осознанный подход потребителя к качеству еды, которую предлагают как здоровую: они внимательнее начали читать этикетки, больше интересуются составом блюд. «За долгое время работы у нас была возможность отработать узкий

круг поставщиков, которым мы доверяем. Это четыре-пять крупных, известных на рынке компании с надежной репутацией, которые способны обеспечить стабильно высокое качество ингредиентов, высокий уровень пищевой безопасности и надежную логистику», — делится Наталья Аэро. Среди крупнейших поставщиков такие компании, как «Балтамерика Форест» (бывшая «Диета 18») — один из крупнейших поставщиков мясной и рыбной продукции, «Артис-Детское питание» — поставщик молочной продукции в детские учреждения нашего города, «Балтийский хлеб».

РАМКИ ФОРМАТА Существенного роста числа традиционных ресторанов в сфере здорового питания, несмотря на перспективы развития этого сегмента, в ближайшее время не произойдет, говорит Анна Лапченко. «В большинстве своем люди отдают предпочтение ресторанам fast food или fast casual, а здоровую пищу предпочитают готовить дома. В 2019 году среди заведений общественного питания по количеству открытий лидировали бары, на втором месте — рестораны, на третьем — кофейни», — добавляет она.

По прогнозам Анны Поповой, количество ЗОЖ-ресторанов, кафе и корнеров в ближайшие пару лет вырастет в полтора раза. «Помимо доставки готовых рационов, наиболее перспективными форматами являются ЗОЖ-корнеры на гастромар-

кетах: смузи-бары, фреш-пойнты, буллы из овощей и фруктов. На российском рынке в целом появятся и новые фудтех-стартапы — уже запустилась отечественная адаптация зарубежного стартапа Huel в лице компании Smart Food Digital Meal. Это порошковый заменитель еды, он предназначен для удовлетворения всех ежедневных потребностей организма человека в витаминах, минералах, белках, жирах и углеводах», — приводит госпожа Попова пример.

«За последние десять лет конкурентная среда изменилась кардинальным образом, и прежде всего существенно возрос уровень компаний, которые работают в традиционном сегменте, — столовых. Также появляется все больше компаний, которые полностью повторяют нашу концепцию», — говорит гендиректор сети Fresh Point. — И, конечно, сервисы доставки и «умные витрины».

Мощное развитие конкуренции, по ее мнению, позволяет популяризировать идею. Сеть планирует удвоить количество точек в ближайший год. «Основной трудностью, с которой мы столкнулись в начале деятельности, была неготовность клиентов к такой концепции. Сегодня еда навынос, перекус в ресторане или кафе — ежедневная реальность. Десять лет назад подавляющее большинство людей брали обеды с собой из дома и с недоверием относились к еде в коробочках. Ког-

да мы открыли первую точку, полагая, что всем понравится идея, например, по дороге на работу взять с собой кашу, сэндвич и кофе, то быстро поняли, что это не так просто: с утра у нас почти не было клиентов. А сейчас каждое утро очереди», — рассказывает госпожа Аэро.

Перспективным направлением, за счет которого в основном планируется развитие Fresh Point, она считает формат «умных витрин». «Это холодильник с блюдами и системой безналичной оплаты через приложение. Это новое и очень перспективное направление. Ведь для его установки нужны только розетка и пол квадратного метра в офисе, а для сотрудников это возможность купить свежую еду, не выходя из офиса, за одну минуту», — поясняет эксперт.

По словам Анны Поповой, в России также начнет развиваться мировой тренд на персонализацию питания, предполагающий симбиоз продуктов, медицины, знаний об организме человека и технологий. «Единого понимания здорового питания для всех не существует, — согласна Наталья Аэро. — Во-первых, потому что организм разных людей по-разному реагирует на одни и те же продукты, а во-вторых, потому что у каждого свой критерий здорового питания: для кого-то это только сырые овощи и отварная рыба, для других отсутствие чипсов, газированных напитков и полуфабрикатов в рационе». ■

СУМОЧКИ ВЫШЛИ В ЛИДЕРЫ

КОЛЛЕКЦИОННЫЕ ЖЕНСКИЕ СУМКИ ЛИДИРУЮТ В РЕЙТИНГЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДМЕТОВ РОСКОШИ. ДЕНИС КОЖИН

Согласно данным The Wealth Report 2020 международной консалтинговой компании Knight Frank, первое место в индексе инвестиционной привлекательности предметов роскоши (KFLII) занял новичок — коллекционные женские сумки, которые по состоянию на четвертый квартал 2019 года подорожали на 13% в годовой динамике и опередили лидера 2018 года — редкий виски (+5% за год). При этом в десятилетней ретроспективе виски по-прежнему демонстрирует самый существенный рост стоимости — на 564%.

В KFLII рассматриваются коллекционные женские сумки марки Hermes, которые выросли в цене за десять лет более чем вдвое (+108%). Себастьян Дути, директор исследований рынка искусства Knight Frank, отмечает: «Формирование индекса для женских сумок стало возможным только сейчас благодаря той частоте, с которой многие шедевры этой категории предлагаются сегодня на аукционах. Хотя сумки, выпускаемые другими премиальными брендами, например Chanel и Louis Vuitton, также привлекательны для коллекционирования, именно изделия марки Hermes продаются по самым высоким ценам и считаются наиболее популярными».

Согласно KFLII, по годовому темпу роста цен женские сумки опередили марки (+6%), виски и предметы искусства, для которых был зафиксирован пятипроцентный рост. Еще один сильный рыночный актив последних лет — классические автомобили — упал в цене на 7%. В целом индекс KFLII, отражающий средневзвешенную стоимость каждого класса активов, снизился на 1% за год.



ЖЕНСКИЕ СУМКИ, КАК И ДРУГИЕ ПРЕДМЕТЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В УВЛЕЧЕНИЯ (НАПРИМЕР, РЕДКИЙ ВИСКИ, СТОИМОСТЬ КОТОРОГО РЕЗКО ВЫРОСЛА В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ), ВСЕ ЧАЩЕ РАССМАТРИВАЮТ КАК ОТДЕЛЬНЫЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛАСС

Однако, если рассматривать динамику стоимости предметов роскоши за последние десять лет, то редкий виски

по-прежнему возглавляет рейтинг с показателем в 564%, за ним следуют автомобили (+194%) и монеты (175%). Индекс KFLII вырос на 141%.

Эндрю Ширли, партнер Knight Frank, отмечает: «Женские сумки, как и другие предметы инвестирования в увлечения (например, редкий виски, стоимость которого резко выросла в последние годы), все чаще рассматривают как отдельный инвестиционный класс, равно как и самые привлекательные модные аксессуары. Коллекционеры готовы тратить сотни тысяч долларов на самые редкие или желанные экземпляры».

Марина Шалаева, директор по зарубежной недвижимости Knight Frank Russia, объясняет: «Сумки все чаще рассматриваются не только как желанные модные аксессуары, но и как самостоятельный инвестиционный класс. Во многом популярность этого направления инвестиций можно объяснить тем, что некоторые сумки выступили в качестве лотов на аукционах с очень высокими ценами. Так, в 2016 году сумка Constance от Hermes была продана на аукционе Christie's за \$89 тыс. Годом позже Birkin от Hermes была продана на том же аукционе уже за \$386 тыс., а в 2019 году Kelly от Hermes была продана на аукционе Christie's за \$241 тыс.».

Алексей Новиков, управляющий партнер Knight Frank Russia, отметил: «Резкий интерес к сумкам как предметам коллекционирования и инвестирования во многом обусловлен новой философией потребителя: мода на винтажные вещи и

отказ от переизводства повлияли на рынок. Как следствие, раритетные сумки премиум-сегмента стремительно выросли в цене: за прошедший год прирост составил 13%, а за десятилетие — 108%. Вторая яркая тенденция — спад в сегменте раритетных автомобилей (–7%). Во многом это связано с тем, что рынок покинули спекулятивные инвесторы, которые значительно стимулировали спрос. Тем не менее изменение на 7% — временное явление с несущественными масштабами: за последние десять лет раритетные автомобили выросли в цене на 194%».

Рекордные продажи были совершены по ряду классов предметов роскоши, например: Rabbit, скульптура из нержавеющей стали 1986 года Джеффа Кунса, — самая дорогая работа, проданная живым художником на аукционе (Christie's, \$91 млн); Macallan Fine & Rare 60-летней выдержки 1926 года установил новый мировой рекорд по стоимости бутылки виски (Sotheby's, £1,5 млн); Hanyulchiru Malt Full Card Series принадлежит рекорд по цене продажи коллекции виски (Bonhams, 7,2 млн гонконгских долларов); сумка Hermes Himalaya Birkin Niloticus Crocodile 30 с 18-каратным белым золотом и бриллиантовым обрамлением продана на аукционе Christie's за 2 млн гонконгских долларов; The Birds of America из рисунков Джона Джеймса Одубона, опубликованных в 1827–1838 годах, продана на Sotheby's за \$6,4 млн; Constant Change Тони Крэга — новый рекорд скульптора (аукцион послевоенного и современного искусства Bonhams, £850 тыс.); Nike Moon Shoe 1972 года — новый мировой рекорд среди кроссовок (Sotheby's и Stadium Goods, \$437,5 тыс.); суперкар McLaren F1 LM spec 1994 года установил рекорд для этой модели (RM Sotheby's, \$19,8 млн); Patek Philippe Grandmaster Chime — самые дорогие часы, проданные на аукционе (Christie's, 31 млн швейцарских франков); коллекция из 12 бутылок Domaine de la Romanee Conti 1990 года — рекорд по продаже частной коллекции вин (Sotheby's, 2,7 млн гонконгских долларов); часы Thomas Tompion, изготовленные в 1693 году для короля Вильгельма и королевы Марии, побили рекорд среди лондонских мебельных производителей (Bonhams, £1,9 млн); браслет Cartier 1927 года с сапфирами и бриллиантами был продан на Sotheby's за 6,1 млн швейцарских франков — это одна из самых высоких цен, когда-либо уплаченных за браслет на аукционе; гитара The Black Strat Fender Stratocaster, на которой играл Дэвид Гилмор из Pink Floyd во время записи культового альбома Dark Side of the Moon, была продана на аукционе Christie's почти за \$4 млн, несмотря на максимальную оценку в \$150 тыс.

Как показывают результаты опроса мнений в The Wealth Report 2020, большинство ультрахайнетов планируют сохранить или увеличить долю своих вложений в коллекционные предметы роскоши. Среди российских ультрахайнетов 50% респондентов планируют оставить долю вложений на прежнем уровне, а еще 36% рассчитывают ее увеличить. ■

КАК, ВЕРОЯТНО, ИЗМЕНИТСЯ В БЛИЖАЙШЕМ БУДУЩЕМ ДОЛЯ ВЛОЖЕНИЙ В КОЛЛЕКЦИОННЫЕ ПРЕДМЕТЫ

РЕГИОН	УВЕЛИЧИТСЯ, %	ОСТАНЕТСЯ НЕИЗМЕННОЙ, %	СНИЗИТСЯ, %
АФРИКА	24	53	22
АЗИЯ	31	59	1
АВСТРАЛАЗИЯ	4	93	2
ЕВРОПА (КРОМЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ)	47	47	6
ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА	33	42	25
ИНДОСТАН	24	56	2
БЛИЖНИЙ ВОСТОК	48	39	13
СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА	14	78	8
РОССИЯ И СНГ	36	5	14
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	36	62	2

ИСТОЧНИК: KNIGHT FRANK RESEARCH

ИНДЕКС ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДМЕТОВ РОСКОШИ (KFLII) К IV КВАРТАЛУ 2019 ГОДА

ПРЕМИАЛЬНЫЙ АКТИВ	ИЗМЕНЕНИЯ ЗА ГОД, %	ИЗМЕНЕНИЯ ЗА 10 ЛЕТ, %
ЖЕНСКИЕ СУМКИ	13	108
МАРКИ	6	64
РЕДКИЙ ВИСКИ	5	564
ПРЕДМЕТЫ ИСКУССТВА	5	141
МОНЕТЫ	3	175
ЧАСЫ	2	60
ВИНО	1	120
МЕБЕЛЬ	0	-27
ЦВЕТНЫЕ БРИЛЛИАНТЫ	-1	86
АВТОМОБИЛИ	-7	194
ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ	-7	90
KFLII	-1	141

ИСТОЧНИК: KNIGHT FRANK RESEARCH

ПРЕДМЕТЫ РОСКОШИ

НАДЕЖДА АНГАРСКАЯ:

«Я ЗА ПЯТЬ ДНЕЙ СКИНУЛА ПЯТЬ КИЛОГРАММОВ»

Есть в Карелии место, куда хочется возвращаться вновь и вновь. Это клиника «Кивач», центр интегративной медицины. Именно здесь, отрешившись от суеты и проблем и доверившись команде профессионалов, можно за короткий срок оздоровить организм, наполниться энергией и получить стойкий результат, тем самым повысив качество жизни. Своими впечатлениями о пребывании в «Киваче» поделилась известная российская певица, актриса Надежда Ангарская.

— **Надежда, в клинику «Кивач» люди едут за конкретными результатами. Вы получили здесь то, что ожидали?**

— Я первый раз в Карелии, я первый раз в «Киваче» и я первый раз за 5 дней скинула 5 килограммов.

Я очень рада. Во-первых, я довольна. Во-вторых, естественно, у меня были какие-то проблемы, как и у всех. Зашлакованность организма. Мы все едим какую-то ерунду, которую нам от

природы не свойственно есть. Сколько я в жизни съела «дошираков» в поездах от Якутии до Москвы, не пересчитать просто...

Да, я думала, что, конечно, надо сбросить. Ну как сбросить, опять же, просто перенастроить организм, чтобы он заработал. Послушать врачей. Мы всё знаем, интернета начитались, наслушались. А когда ты воочию видишь результат, чувствуешь свое ощущение, все тебе чего-то подсказывают, советуют, ты пользуешься советами, понимаешь, что это круто. Конечно, я довольна. То есть я думала, что произойдет эффект какой-то. Ну да — он произошел, даже больше, чем я ожидала.

— **Действительно ли время пребывания в этой клинике расписано буквально по минутам?**

— Когда я получила расписание, я поняла, что с пяти утра в принципе у меня времени даже погулять не будет днем. Вернее, оно будет — но скандинавская ходьба. Я подумала, ну хорошо. А ведь



взяла с собой пять книжек почитать, в день по книге. То есть понимаете уровень, да? Это потому что я не учитывала опыт своих друзей, которые здесь бывали, а учитывала свой личный опыт пребывания в других подобных, ну, я не могу сказать — заведениях, все-таки это были санатории. А здесь — клиника, и поэтому времени на книги уже не осталось.

— **Вас «Кивач» чем-нибудь удивил?**

— Ты идешь по клинике, все тебе улыбаются. Сначала я думала, что все меня

узнают, потом думаю: «Ну, господи, ну какая ты глупая!» (Смеется.) Здесь просто атмосфера такая домашняя, очень спокойная, за тебя всё решают. Я не успеваю что-либо сказать — мне уже говорят. Я звоню [в Службу портье] и говорю: «Я вот завтра улетаю». А мне: «Ваш выезд в 15.30». Не о чем с человеком поговорить — она мне все рассказала уже! Я расстроилась, конечно. (Смеется.)

— **Каковы Ваши впечатления о пребывании здесь?**

— Я не могу ни с чем сравнить свои передаваемые ощущения. При том, что мне все друзья говорят, что в «Киваче» круто, но я не думала, что настолько. Я не думала, что это настолько все классно. Правда.

Такой релакс, расслабленность. Даже когда мне звонят по работе, я говорю: «Ребят, вот вы знаете, где я. Я смотрю сейчас на голубое небо, огромные сосны, и мне вообще не хочется думать, что я прилечу и мне там уже надо куда-то бежать». Поэтому — перезагрузка, скажем так.

— **Планируете ли еще приехать в клинику «Кивач»?**

— Я обязательно приеду. И надо купить новый спортивный костюм, потому что этот мне уже очень большой.



ГЛАВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА:



ДЕТОКС



ДИАГНОСТИКА CHECK UP™



ANTI AGE™



ПЛАСТИЧЕСКАЯ ХИРУРГИЯ



КОСМЕТОЛОГИЯ

Более 20 лет клиника занимается очищением организма (детоксом) по специально разработанным программам, она специализируется на интегративной медицине и была признана «Лучшей Detox™ и Anti Age™ клиникой» (премия Aurora Beauty & Health European Awards 2014). Здесь применяются передовые подходы к диагностике и лечению, включая вегеторезонансное тестирование, гемосканирование, спектральную фототерапию, квантовую эндовазальную терапию, лимфотропную терапию.

* Клиника «Кивач». Лауреат в номинации «Лучшая Detox™ клиника», «Лучшая Anti Age™ клиника». Премия Aurora Beauty & Health European Awards. **Антивозрастная. ***Детокс. ****Обследование. Услуги по профилю «Пластическая хирургия» предоставляются ООО «Кивач Эстетик плюс». Лицензия ЛО-10-01-001336 от 4 марта 2020 г. Не является публичной офертой. Реклама.

Клиника «Кивач»: 186202, Республика Карелия, Кондопожский р-н, с. Кончезеро

8 (800) 100-80-30

www.kivach.ru

Клиника «Кивач» получила звание «Признанное совершенство 5 звезд» по международной модели EFQM.



Это означает, что в клинике процессы обслуживания, лечения, развития, планирования и управления инновациями организованы совершенно и соответствуют образу идеальной модели Европейского фонда управления качеством.



/kivachclinic

ТАТЬЯНА БУЛАНОВА:

«В «КИВАЧЕ» Я ЗА НЕДЕЛЮ ПРОШЛА ВСЁ И УЗНАЛА ВСЁ, ЧТО МНЕ НУЖНО БЫЛО»



— **Татьяна, как давно Вы узнали о клинике «Кивач»?**

— Услышала много лет назад, я даже не помню от кого. Но помню, что мне очень захотелось поехать, потому что здесь похудеть можно и очистить организм.

— **Ваше желание наконец-то исполнилось. Довольны ли Вы своим пребыванием в «Киваче»?**

— Я ехала сюда, думала: ну да, интересно попробовать все. Первый день, второй день... Впечатлена! Здесь настолько приветливые, настолько квалифицированные врачи! Настолько профессиональные медсестры, горничные! Да абсолютно все! Я просто в таком эмоциональном восторге, вы не представляете.

— **Почему Вы выбрали программу «Детокс»?**

— Когда ты приезжаешь сюда на программу «Детокс», то самое основное — это очистка. И действительно, это чувствуешь по себе. А сброс килограммов — это как бонус, приятное дополнение. Возможно, часть из них и вернется, но

я все равно буду чувствовать себя психологически легче, понимая, что если и была во мне какая-то гадость, то она ушла.

— **Говорят, что в клинике такое насыщенное расписание, что некогда грустить о еде. Это так?**

— Да, не успеваешь думать о еде во время голода, потому что расписано все не то что по часам, а по минутам. С 5 утра практически до 9 вечера — процедуры: то одна процедура, то другая, то третья. Честно говоря, никогда в жизни не голодала. Здесь же у меня получилось даже четыре дня без еды, потому что я записалась на обследование, где нужно было обязательно голодать. И могу сказать, я это выдержала. Сейчас мне уже можно немножко есть какие-то салаты, а я что-то и не хочу особо.

— **Планируете ли еще приехать в клинику?**

— Я завтра уезжаю, и мне как-то даже немножко жалко. Не до слез, может быть, но грустно уезжать, потому что мне бы очень хотелось вернуться. Очень. Я надеюсь, что я вернусь.

— **Будете ли рекомендовать клинику «Кивач» своим друзьям, знакомым?**

— На самом деле, здесь все очень как-то безболезненно. Насколько я трус, но здесь просто все на высшем уровне. Поэтому рекомендую. Это действительно очень классно.

— **А почему классно? В чем главные особенности «Кивача», на Ваш взгляд?**

— Во-первых, диагностика. Потому что тут берут все анализы, которые входят в программу. И еще здесь можно просто обследоваться от и до. Во-вторых, если ты едешь на программу «Детокс», то постыдиться — это тоже очень важно. В-третьих, кто-то, наверное, может приехать сбросить килограммы, отдохнуть. Здесь есть еще оздоровительные программы, есть какие-то программы для мужчин, есть программа «анти-стресс».

— **Что в клинике «Кивач» оказалось важным для Вас?**

— Человеку, который все это придумал, памятник надо поставить. Потому что в одном месте я за неделю прошла все, что мне нужно было, и узнала все, что мне нужно было. Плюс получила детокс замечательный и еще килограммы сбросила. А если, допустим, взять программу на две недели или на десять дней, то там вообще можно оздоровиться на несколько лет вперед, на пару лет как минимум. Рекомендую!

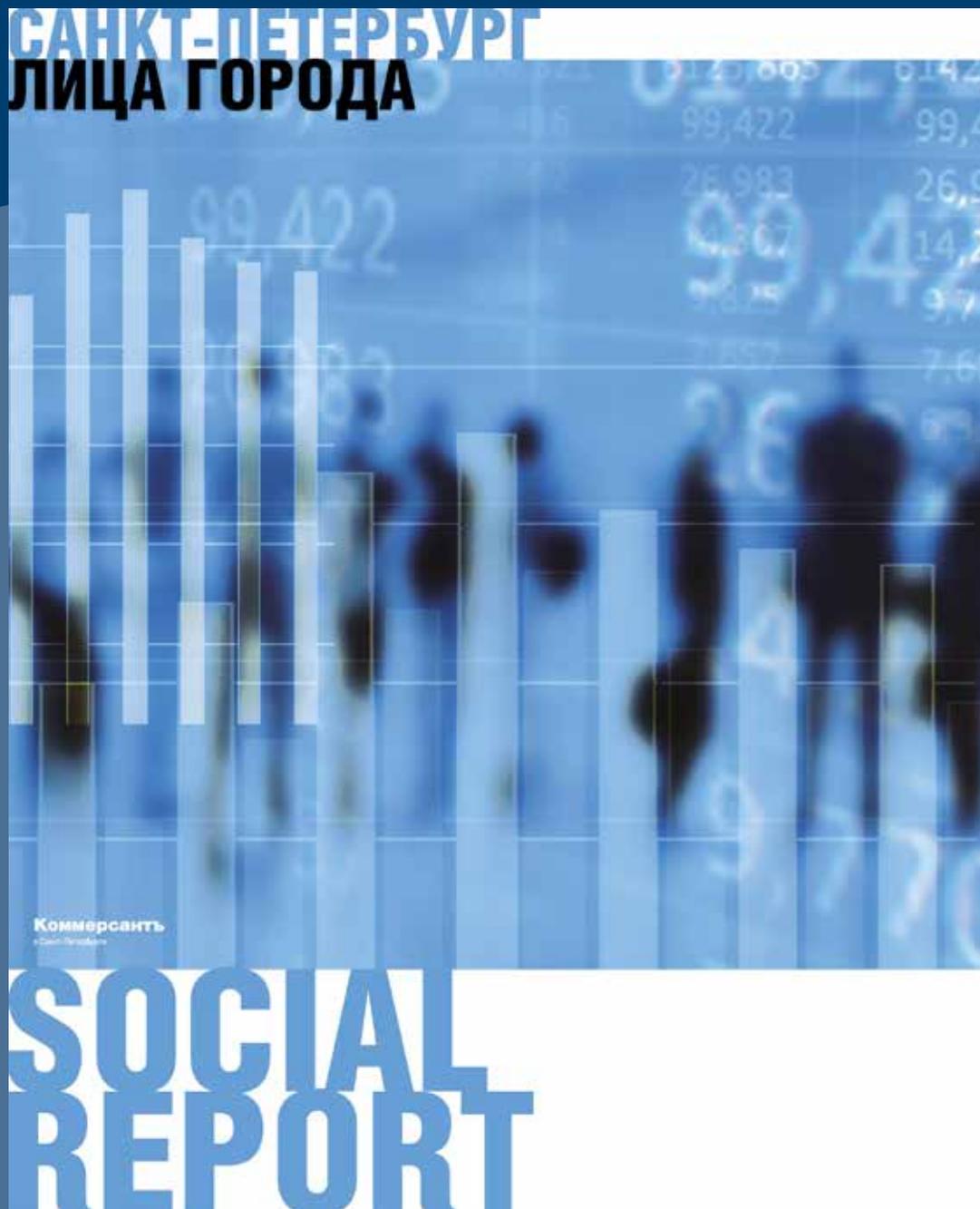
Татьяна Буланова, известная певица, актриса и телеведущая, рассказала, почему для оздоровления своего организма выбрала именно карельский центр интегративной медицины — знаменитую клинику «Кивач».

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
СТРАНИЦЫ

Коммерсантъ

ЕЖЕГОДНЫЙ
ПРОЕКТ
СЕРИИ
ПРИЛОЖЕНИЙ
SOCIAL REPORT —
«ЛИЦА ГОРОДА».
САМЫЕ
ОТКРЫТЫЕ
ПЕТЕРБУРГСКИЕ
РУКОВОДИТЕЛИ.

Имена и фотографии
самых цитируемых
лиц города
будут представлены
на страницах
приложения
в сопровождении
справочной
информации.



30 АПРЕЛЯ 2020 ГОДА

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ВЫПУСКЕ
(812) 325-85-96, e-mail: reklama@spb.kommersant.ru

ФОРМАТ — А3.
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ С ГАЗЕТОЙ «КОММЕРСАНТЪ»

реклама 16+