

16 → Основная сложность нововведения в том, что в законодательстве до сих пор нет четкого ответа, что признается рекламой, а что не является таковой, думает основатель рекламного агентства «Мастерская трафика» Андрей Курилович. «Теперь рекламода-телям придется включать в стоимость размещения стоимость отчетности по размещению, а также стоит закладывать и штрафы, так как вероятность нарушения велика даже при попытке исполнить все требова-ния закона,— описывает ситуацию на рынке господин Курилович.— Закон приведет к разгону медиаин-фляции, которая в условиях сокращения рекламного инструментария в интернете и так за год выходит на двузначные числа».

Судебный эксперт по компьютерно-технической экс-пертизе Татьяна Зубкова также обеспокоена тем, что в

части саморекламы есть множество спорных моментов, что считать рекламой, а что — информированием. «Мы пробовали делать запросы в Роскомнадзор и ФАС, но большинство ответов имеет двоякую структуру. Соб-ственный сайт компании и аккаунты в соцсетях, с одной стороны, прямо называют средством информирования, с другой стороны, всегда делается оговорка, что в от-дельных случаях материалы, привлекающие внимание к отдельным товарам, могут быть признаны рекламой,— делится опытом госпожа Зубкова.— В итоге остается только ждать первых штрафов и надеяться, что они до-станутся кому-то другому».

Единственное, что можно сделать для перестра-ховки,— маркировать все, что хоть как-то похоже на рекламу, а это огромные трудозатраты. Сложности есть и в самом процессе маркировки. «Сервисов по

сдаче отчетов по маркировке рекламы много, но они становятся платными. Это дополнительные расходы для бизнеса, и для малого и среднего предпринима-тельства они могут стать значительными»,— сетует госпожа Зубкова.

В ОЖИДАНИИ ЦИФРОВОГО РУБЛЯ Из наиболее интересных новелл в сфере гражданского пра-ва, которые вступят в силу позднее, юристы выделяют пакет поправок о цифровом рубле. Это новый способ расчетов и новая (третья) форма рубля, уникальный виртуальный цифровой код, который является валютой Центрального Банка РФ. «Фактически цифровой рубль не будет отличаться от денежных средств, а его мас-совое использование ожидается не раньше 2025 года. Однако уже сейчас бизнесу рекомендуется следить за

реализацией положений закона для внесения при не-обходимости корректировок в свои бизнес-процессы и внедрения нового платежного инструмента»,— поясня-ет Илья Трофимов, партнер, руководитель отдела право-го консультирования КГ «ТИМ».

После введения системы быстрых платежей (СБП) и цифрового рубля ЦБ постепенно замыкает на себе расчетные функции коммерческих банков. Последние являются агентами ЦБ, дает оценку Станислав Валеж-ников, управляющий партнер ЮК «Центральный округ». «В дальнейшей перспективе ЦБ может вполне взять на себя и функции кредитования бизнеса через коммерче-ские банки, которые выступают агентами,— заключает эксперт.— Все это формирует тенденции на сокраще-ние количества банков, а также тотальное отслеживание перемещения денег». ■

ЖЕНСКАЯ ДОЛЯ НАБИРАЕТ АВТОРИТЕТ

ГЕНДЕРНОЕ НЕРАВЕНСТВО СПОСОБНО ПРОЯВЛЯТЬСЯ ВО МНОЖЕСТВЕ ФОРМ, НО В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ — В РАЗНИЦЕ ОПЛАТЫ ТРУДА. И ХОТЯ ЭТОТ ПОКАЗАТЕЛЬ НЕУКЛОННО СНИЖАЕТСЯ, РАЗРЫВ ВСЕ ЖЕ СОХРАНЯЕТСЯ. У ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬНИЦ ВОПРОС ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ СТОИТ НЕ ТАК ОСТРО, НО И ОНИ СТАЛКИВАЮТСЯ С «ГЕНДЕРНЫМ ПРЕНЕБРЕЖЕНИЕМ». ВПРОЧЕМ, С КАЖДЫМ ГОДОМ СИТУАЦИЯ МЕНЯЕТСЯ В ЛУЧШУЮ СТОРОНУ, СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ.

ФЕДОР РЕЗКИН

В начале года в Государственной думе РФ проходил круглый стол, посвященный гендерным вопросам, об-суждение касалась женщин, работающих на производ-ствах. Первый заместитель министра труда и социаль-ной защиты Ольга Баталина сообщила, что зарплатный разрыв между мужчинами и женщинами достигает 28%. Исследование аналитической службы аудиторско-кон-салтинговой сети FinExpertiza подтверждает приведен-ные данные. Аналитики уточняют, что в среднем женщи-ны получают на 15–20 тыс. рублей меньше и ситуация не меняется последние несколько лет. Однако если брать ретроспективу в несколько десятилетий, то картина по-лучается не такая мрачная.

«Если пару десятков лет назад прослеживалось чет-кое гендерное деление между профессиями, сегодня оно все больше размывается как на международном уровне, так и на российском рынке труда. Работодатели ориентируются в первую очередь на навыки и компетен-ции сотрудника при выстраивании команды. В условиях меняющегося рынка компании могут оставаться ста-бильными, только освободившись от предрассудков и стереотипов, создав коллектив, в котором у всех равные возможности для карьерного роста»,— считает дирек-тор по развитию «Авито Работы» Дмитрий Пучков.

МЕСТО ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ Изучая пробле-матику гендерных отношений, аналитики FinExpertiza пришли к выводу, что разрыв в оплате труда разнится и от конкретного взятого региона. Например, малоза-метны различия зарплат на крупных и средних пред-приятиях Северного Кавказа, здесь женщины получают от 7 до 10% меньше мужчин. Небольшой разрыв в зар-платах в «небогатых» регионах, где доминирует доля бюджетного сектора. На другом полюсе — регионы Се-вера: в зависимости от места здесь разница в зарплатах колеблется от 50 до 100%.

Отраслевой срез демонстрирует наименьшее разли-чие в зарплатах в ЖКХ и образовании, где доля женщин доминирует. Однако выводы экспертов свидетельствуют о наличии существенной разницы в зарплатах в сферах культурно-спортивных мероприятий, юриспруденции, консалтинге, технических профессиях и менеджменте: там, где не требуется грубая физическая сила.

Однако это не означает, что женщины безропотно соглашаются на меньшую зарплату. Аналитики Superjob выяснили зарплатные ожидания женщин: в двух сто-



ЕСЛИ ПАРУ ДЕСЯТКОВ ЛЕТ НАЗАД ПРОСЛЕЖИВАЛОСЬ ЧЕТКОЕ ГЕНДЕРНОЕ ДЕЛЕНИЕ МЕЖДУ ПРОФЕССИЯМИ, ТО СЕГОДНЯ ОНО ВСЕ БОЛЬШЕ РАЗМЫВАЕТСЯ КАК НА МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЕ, ТАК И НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА

лицах в ряде сфер экономики они даже больше, чем у мужчин. В частности, это касается экономистов, финан-систов, руководителей направлений, топ-менеджеров. Если брать общую статистику, то в Петербурге женщины согласны получать на 10–15 тыс. рублей меньше, чем мужчины.

По словам господина Пучкова, во многих компаниях женщины и мужчины уже одинаково успешно занимают руководящие и топ-менеджерские позиции. «Достиже-ния в карьере или бизнесе всегда очень индивидуаль-ны и зависят от профессиональных качеств, навыков и упорства. Сегодня работодатели выделяют именно эти факторы и вклад в работу компании как при формиро-вании фонда оплаты труда текущих сотрудников, так и во время выделения бюджета на зарплатную вилку при поиске кандидатов»,— говорит эксперт.— Персонализи-рованный подход к работе с сотрудниками сегодня игра-ет важную роль. Поэтому тяжело выделить качества, присущие женщинам, или отрасли, которые подходят им больше, чем мужчинам».

В Superjob также считают, что работодатели уходят от гендерных стереотипов: негласные запреты на трудо-устройство женщин встречаются реже. Компания опро-сила 1600 респондентов и выяснила, что только пятая часть встречалась с работодателями, которые обращали внимание на гендер и семейное положение кандидата. Стоит отметить, что вопрос семейного положения при приеме на работу касается не только женщин, но и муж-чин. Однако начиная с ковидного 2019 года социальный статус кандидатов все меньше стал заботить работода-телей.

НА ЛИЧНОМ ПРИМЕРЕ Учредитель логи-стической группы компаний Bona Fide Group Ольга Нестерова много лет работает в области таможенного оформления и международной логистики. Она начинала с должности секретаря и поднялась по карьерной лест-нице до руководителя международной компании, после чего создала собственный бизнес. По ее словам, женщи-ну-предпринимателя воспринимают негативно не только

мужчины, но и некоторые женщины. «Сейчас, когда я руководитель, такие проявления встречаются реже. Однако мужчине верят априори, а женщине постоянно надо подтверждать репутацию»,— сокрушается госпо-жа Нестерова.

По словам собеседницы, наиболее распространенная проблема — «стеклянный потолок» (явление, при кото-ром женщины сталкиваются с невыраженным барьером, препятствующим занимать руководящие должности и играть ключевые роли). Главный гендерный стереотип: мужчина — это лидер, способный принимать важные решения и нести ответственность.

«Недостаток поддержки и наставничества — не ме-нее важный из ограничивающих моментов. Для полно-ценного развития человеку нужны менторы, которые помогут реализовать теоретические знания, полученные при обучении. Во многих компаниях на женщин смотрят как на хороших исполнителей, ограничивая доступ к зна-ниям, умениям и навыкам»,— резюмирует собеседница издания.

О том, что гендерное неравенство в России остается, говорит и руководитель сети салонов «Лаки Лайк», ом-будсмен Ассоциации предпринимателей индустрии кра-соты Ляля Садыкова. Однако она верит, что это вопрос разрешится сам собой, уже в скором времени. «Любые стереотипы и шаблонное мышление мешают бизнесу. Однако те, кто мыслит шаблонно, всегда остаются по-зади»,— добавляет госпожа Садыкова.

НА ВОЛНЕ АКТИВНОСТИ Комитет по раз-витию женского предпринимательства общественного объединения «Опора России» с 2015 года публикует ин-декс предпринимательской активности женщин (Women Business Index). Рейтинг демонстрирует уровень благо-приятствования деловой и социальной среды для раз-вития женского предпринимательства в стране. Индекс строится на основе опросов женщин, занятых в бизнесе и работающих по найму. В этом году индекс поднялся на рекордный уровень — до значения 73,5. Для сравнения, в 2015 году это показатель находился на уровне 55,9.

В исследовании делается вывод, что больше поло-вины женщин, не имеющих своего бизнеса, отметили улучшение отношения общества к женщине в бизнесе. Однако почти две трети респондентов признались, что не могут открыть свой бизнес из-за нехватки знаний, опыта, и неуверенности в собственных силах. ■