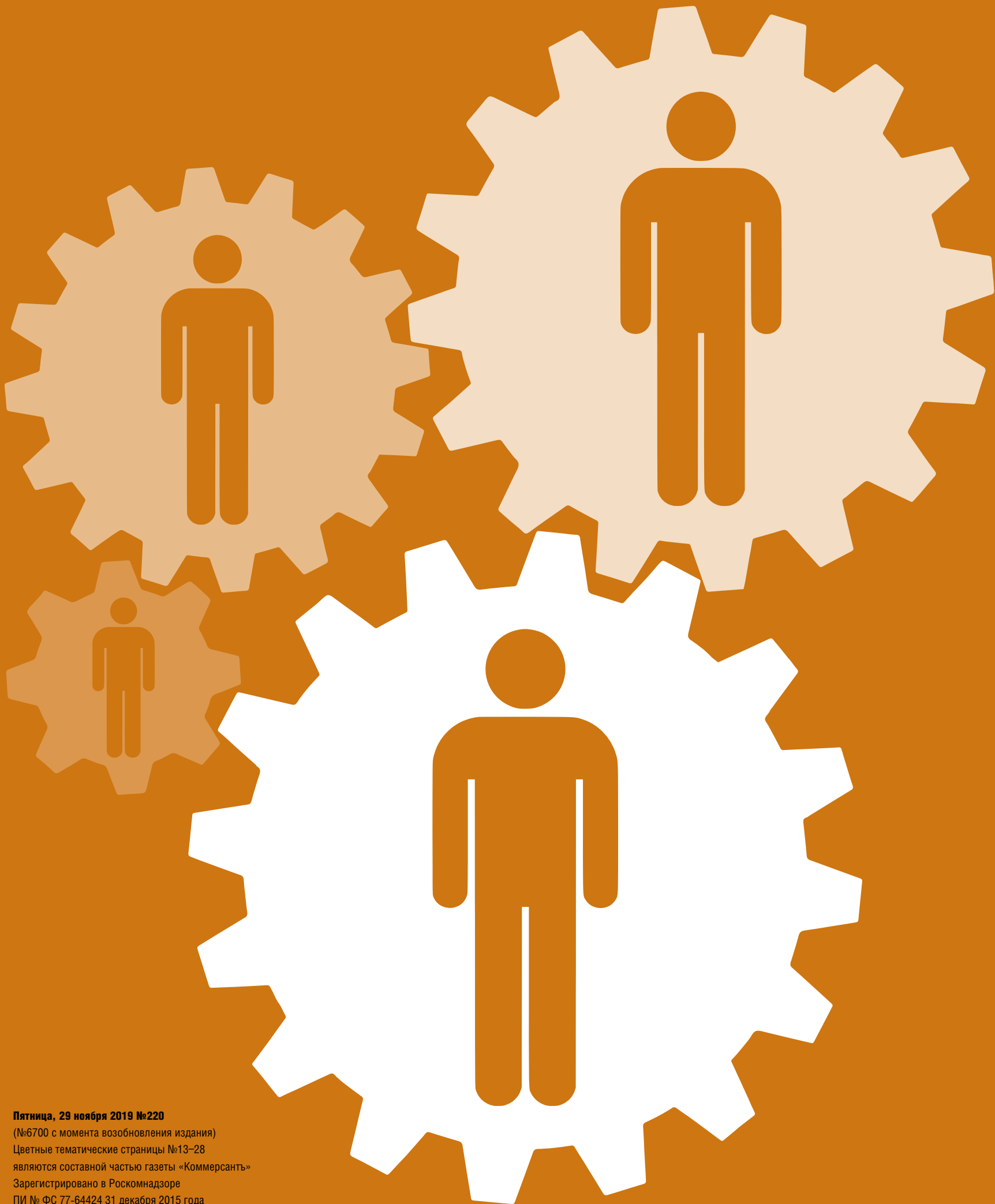


СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



Пятница, 29 ноября 2019 №220

(№6700 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №13–28

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Зарегистрировано в Роскомнадзоре

ПИ № ФС 77-64424 31 декабря 2015 года

Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

Проект реализован

на средства гранта Санкт-Петербурга



Для некоторых компаний ведение программ социальной ответственности становится частью корпоративной культуры

Фото Александра Корякова

Устойчивое брендинг

Корпоративная социальная ответственность (КСО) как концепция часто обсуждается в паре с популярным термином «устойчивое развитие», которое на конференциях звучит чаще как «састейнабилити»: по сути, это понимание корпорацией своего влияния на общество, учет его интересов и программа развития социума. В российской практике данное понятие иногда путают с благотворительностью и спонсорством, хотя КСО намного многограннее, отмечают эксперты

ЯНА ВОЙЦЕХОВСКАЯ

Не всякая благотворительность и спонсорство — это КСО, говорит специалист по маркетингу Наталья Живая. Программа предполагает, что компания выявила для себя ценности, которые она хочет сохранять и развивать, ценности, которыми она хочет делиться с окружающей ее средой, которые хочет видеть в людях и обществе. Специалист консалтинговой компании Павел Ким подчеркивает, что КСО отражает глобальный тренд, заданный ООН в виде целей и задач устойчивого развития. В развитие этого тренда вводятся международные стандарты и требования, в том числе о раскрытии нефинансовой отчетности, напоминает он. Инициативы в области КСО оказывают большое влияние на восприятие компаний, сегодня эти факторы формируют до 40% корпоративной репутации.

ДОКАЗАНО ЦИФРОЙ

Согласно исследованиям, за последние 12 лет стоимость брендов с активной социальной позицией выросла на 175%, говорит эксперт в области устойчивого развития Юлия Емельянова.

По данным одного из крупнейших исследовательских агентств, в 2018 году уже 67% потребителей в России были готовы платить больше за продукцию компаний, которые ответственно отно-

сятся к обществу и окружающей среде. При этом, отмечает исполнительный директор маркетингового агентства Александр Ревский, исследования показывают, что 47% клиентов склонны меньше или совсем не покупать у компаний, которые не в состоянии подтвердить делом заявляемые общественно-значимые ценности.

Эксперты напоминают последние яркие примеры акций КСО: высадка деревьев после пожаров в Сибири российской авиакомпанией, переход крупнейшего игрока на рынке ритейла на много-разовые пакеты, переработка одежды одним из лидеров масс-маркета.

Среди проактивных российских КСО-программ — компании горнодобывающей, металлургической, телекоммуникационной отраслей и ритейла, говорит госпожа Емельянова. При этом, отмечает эксперт, в Госдуме внесен закон, предполагающий, что компании с оборотом свыше 10 млрд рублей будут обязаны публиковать нефинансовую отчетность.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Господин Ревский считает, что программы КСО позволяют компаниям добиваться дополнительных позитивных упоминаний в информационном пространстве. Кроме того, акции таких корпораций имеют большую стоимость и более привлека-

тельны для инвесторов (согласно отчетам банков и консалтинговых фирм). Развитие КСО дает возможность вести более активную GR-деятельность и получать поддержку как на региональном, так и на федеральном уровнях, напоминает эксперт. В целом долгосрочные социальные проекты позволяют формировать «пространство ценностей» компании, начиная с собственных сотрудников и заканчивая непосредственными потребителями.

Специалист по маркетингу Ксения Халилова уверена, что на первое место среди выгодоприобретений от КСО выступают льготы для бизнеса со стороны государства. «Второе — это инструмент для создания репутации организации как ответственного и социально ориентированного игрока на рынке, что несет за собой лояльность и доверие общественности. Чаще всего для этого компания развивает проекты на базе своих ресурсов: образовательные курсы, бесплатное предоставление продуктов определенным сегментам социальной сферы. Третье — мотивы самого владельца», — говорит она.

Управляющий партнер коммуникационного агентства Никита Степанов считает, что КСО — это чаще всего средство предотвращения кризисов, связанных с деятельностью компании, начиная от экологического ущерба и заканчивая социальными проблемами.

НЕЗАПАДНЫЕ ВЕЯНИЯ

Госпожа Халилова считает, что направление КСО на отечественном рынке только зарождается. Российскому КСО — 10–15 лет, а западному — больше 50 лет, говорит директор фирмы по экологическому консалтингу Николай Кривозерцев. «Особенность заключается в том, что российский бизнес очень любит поддерживать „привластные“ проекты, потому что от них можно получить больше плюсов. В проекты, которые курируют первые лица государства или их родственники, пытаются попасть все — в тему и не в тему. На Западе же более популярно поддерживать независимые проекты или создавать собственные», — считает эксперт.

Топ-менеджер одной из российских нефтехимических компаний Станислав Каспаров считает, что отличие российского и западного опыта заключается в фокусе и повестке: для международных компаний важны такие темы, как изменение климата, этническое и социокультурное многообразие и гуманитарная помощь развивающимся странам. «В России в силу объективных причин эти темы только появляются в центре внимания бизнеса. Основной фокус компаний на данный момент направлен на развитие социальных программ для сотрудников и решение вопроса неравномерного развития регионов страны. В методиках и инструментах никаких отличий нет», — говорит он. Стейкхолдерами программ на Западе выступают сотрудники и жители окрестностей, так называемое community, а в России — в основном местные власти, добавляет господин Степанов.

Директор по маркетингу одного из коммуникационных агентств Сергей Калинин отмечает, что подход к КСО в рамках стратегии устойчивого развития бизнеса — более комплексный и честный, потому что КСО по большей части предполагает, что компания тратит деньги на проекты, получая взамен «индულгенцию» от общества. «Деятель-

ность в рамках стратегии устойчивого развития предполагает инвестиции в собственное будущее. Компании стараются создать сильного и платежеспособного потребителя, который придет к ним завтра. Российские компании же, на мой взгляд, по сей день действуют в рамках КСО, получая от общества „индულгенцию“ на всю свою дальнейшую деятельность, просто показывая, что они „добрые“, — говорит он. Многие также путают понятие КСО и благотворительности, отмечает господин Ким.

ИНСТРУМЕНТ ИЛИ ЧАСТЬ PR

Публикации об активности в сфере КСО иногда сводятся к «отмыванию» репутации компании, отмечают датские специалисты, называя это яв-

задача государства», — считает господин Калинин. «Ни одна компания не будет вести социально-ответственный бизнес исключительно ради пиар-инструмента», — уверена председатель совета директоров международной аудиторско-консалтинговой сети Елена Трубникова.

«Пиар — это всегда часть КСО, в этом нет ничего плохого. Если крупный химический завод оборудовал все классы в школах своего города, то он, конечно, пиарится, но он также инвестирует в будущие кадры: школьники получают хорошее образование и, возможно, в будущем станут работниками завода. Поэтому КСО — это всегда стратегические инвестиции, а не бессребреничество», — объясняет господин Кривозерцев. Не надо

ЗА ПОСЛЕДНИЕ 12 ЛЕТ СТОИМОСТЬ БРЕНДОВ С АКТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЗИЦИЕЙ ВЫРОСЛА НА 175%, ПРИ ЭТОМ 67% ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОССИИ ГОТОВЫ ПЛАТИТЬ БОЛЬШЕ ЗА ПРОДУКЦИЮ КОМПАНИЙ, КОТОРЫЕ ОТВЕТСТВЕННО ОТНОСЯТСЯ К ОБЩЕСТВУ И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ

ление «greenwashing». Так, компания, занимаясь опасным для окружающей среды производством, реализует ряд мероприятий, позиционируя их как заботу об экологии.

Большинство опрошенных изданием экспертов соглашаются, что информирование о программах КСО часто сводится к пиару компаний. «Но надо понимать, что первая и главная задача бизнеса — зарабатывать деньги. Социальные задачи — это

забывать, что КСО — это и HR-инструмент, позволяющий повысить вовлеченность и лояльность сотрудников, напоминает господин Каспаров.

Различаются подходы к КСО в разных компаниях: где-то это имидж и пиар, где-то — вовлечение в программу рядовых сотрудников, что перерастает в корпоративную культуру, включает исследователь психологии иностранного менеджмента Марат Файр.



Российский бизнес с удовольствием поддерживает «привластные» проекты, потому что это позволяет получить льготы от государства Фото Александра Корякова

«Понятие надо было переводить как ответственность бизнеса перед обществом»

С точки зрения науки, определение корпоративной социальной ответственности (КСО) появилось во второй половине XX века, в России преподавать аналогичные курсы начали в «нулевых». О разнице между западным и российским подходом к КСО, трансформации термина и отечественной практике применения в интервью изданию рассказала директор структурного подразделения Санкт-Петербургского государственного экономического университета «Высшая экономическая школа», доктор экономических наук, доцент Яна Клементовичус.

БЕСЕДОВАЛА ЯНА ВОЙЦЕХОВСКАЯ

— Когда в России начали преподавать программы КСО?

— Я думаю, что с начала 2000-х годов. На самом деле, не сразу это называлось КСО — сначала были курсы, связанные с социальным развитием, социальной ответственностью. Вообще понятие КСО в России появилось в начале — середине 1990-х. И, наверное, справедливо использовать слово «калька», говоря о том, что многие понятия и определения были скопированы из иностранной литературы. Большой разницы в преподавании КСО в России и на Западе сейчас нет. Но есть те идеи, которые уже оформились для западных компаний, стали абсолютно понятными, но пока неприменимы в России, невостребованны. Компании ориентируются на общественный запрос, поэтому развитие КСО в России напрямую зависит от эволюции общества и бизнеса.

— Как давно преподают КСО на Западе?

— Понятие социальной ответственности бизнеса появилось в США уже в пятидесятых-шестидесятых годах, когда вопросы этики корпоративного управления стали обсуждаться в разрезе требований общественности.

— Что послужило стимулом для этого в пятидесятые-шестидесятые годы?

— Думаю, это был диалог общества с бизнесом. В шестидесятые годы в условиях широкого распространения информации начинают активно развиваться институты гражданского общества. В обществе накапливается ожидание того, что бизнес должен вести этично: предприниматели должны работать не только ради зарабатывания сверхприбылей, а проявлять заботу и участие в развитии общества. Я связываю это с публикацией в 1953 году книги Говарда Боуэна (экономист из Университета Айова. — „Ъ“) «Социальная ответственность бизнесмена». По сути, она стала разъяснением того, почему менеджмент должен меняться, почему менеджмент должен задумываться о последствиях ведения бизнеса. Это восприняла более прогрессивная группа руководителей, которые согласились с идеями экономиста. В семидесятые важным этапом в совершенствовании идей устойчивого развития стали решения и инициативы со стороны ООН. Конечно, это скорее были декларации, которые устанавливали некие рамки, предлагали модели взаимодействия и развития общества, го-



сударства и бизнеса. Но эти вещи стали находить отражение в практике ведения бизнеса.

— А зачем бизнесу что-то дополнительно делать, если он и так платит налоги государству и делегирует ему решение социальных вопросов?

— К сожалению, в России очень неправильно перевели термина *social responsibility* — он свелся к «социальному» в прямом понимании этого слова. На самом деле надо было бы переводить как «ответственность бизнеса перед обществом». Понятие намного более емкое, его нельзя ограничивать сугубо вопросами реализации проектов социальной направленности. Когда в России говорят о КСО, то часто сужают программу до меценатства. Но это один из самых базовых путей участия бизнеса. Это проявление готовности бизнеса, топ-менеджмента и работников воспринимать роль

компаний, в которой они работают, в том числе ее роль для общества. В определенной степени это система ценностей. Нельзя просто повесить на стену свод правил. Один из основополагающих документов в теме устойчивого развития — «10 принципов ответственного ведения бизнеса».

Благотворительность и меценатство — это часть КСО, но существует пирамида зрелости. Первое, с чего начинает действовать компания, — это уплата налогов, потом реализует благотворительные программы, а дальше — системная забота о персонале и постепенное участие в развитии общества. На проблему надо смотреть глубже. Все-таки инвесторы часто приходят в новые регионы, а налоги уходят в федеральный бюджет. Правительство управляет всей денежной массой сообразно своим приоритетам и своим представлениям о времени наступления тех или иных событий. Многие компании вкладывают средства в развитие персонала,

это тоже КСО. Руководство хочет видеть в команде более мобильных, проактивных менеджеров.

На уровне государства инициированы нацпроекты по здравоохранению, безопасности и многим другим отраслям. Предполагается, что каждый работодатель должен провести системную работу внутри себя и, даже располагая самыми скромными ресурсами, отстроить ту модель, которая бы позволяла достигать улучшения показателей здоровья, труда, безопасности, комфортности условий, развития сотрудников. Это не вопрос мегаденег, а вопрос менеджмента. Сейчас государство больше работает на опережение, инициируя идеи, но если говорить честно, то не всегда региональные власти готовы их воспринимать. Это вопрос либо технократического пути управления, когда спустили-подписали-отчитались, либо активная модель.

— Рассчитывает ли бизнес на льготы, ведя политику КСО?

— Я бы сказала, что бизнес имеет право и намерения ожидать создания благополучных условий для своего бизнеса, но думаю, что неправильно воспринимать эту идею буквально. Если посмотреть с другой стороны, то, когда новый инвестор входит в новый регион, его никто не знает. И компании надо понять, от чего будет зависеть успешное развитие бизнеса. Ей надо войти в сообщество. Это значит — показать, что репутация компании надежна, что предприятие готово соучаствовать в тех проблемах, с которыми сталкивается регион. Есть примеры реконструкции системы водоснабжения в городах, когда компания понимала, что вопрос качества воды важен, потому что ее же сотрудники будут пить эту воду. Да, крупный инвестор приходит к федеральным и региональным властям, власти обещают помогать, но говорят: «И вы нам помогите». Это вопрос взаимной зрелости. Если уровень властей достаточно зрелый, то это не вопрос только денег — это вопрос создания механизма, который позволяет инвестору реально участвовать в развитии местного сообщества, осознавать, почему те или иные программы находятся в приоритете. Приятно удивляет, когда проводишь интервью с муниципалитетами ЯНАО, а у них системно прописаны стейкхолдеры, выстроены приоритеты, сформированы запросы к бизнесу. Если, например, необходимо развивать школы, почему бы не участвовать в развитии социальной инфраструктуры. В то же время, если наблюдаются проблемы с рынком труда — а это особенно важно для северных, малонаселенных регионов, — то инициативы бизнеса направляются туда. Чем более четко сформулированы задачи, тем быстрее они превращаются в социальные целевые программы, которые понятны и для бизнеса, и для региона. Некоторые компании идут дальше. Они говорят о том, что должны дотягивать до своего уровня подрядчиков, заботиться о них, способствовать их развитию, принятию новых, современных методов управления. Это вопросы, которые сейчас в России начинают обсуждать и продвигать прогрессивные компании.

— Какие документы устанавливают основы КСО?

— В 2011 году на уровне комиссии ЕС получила закрепление Стратегия по корпоративной социальной ответственности, а в 2014 году была принята Директива по раскрытию нефинансовой отчетности. В России в 2018 году выпущена правительственная Рекомендация по публикации нефинансовой отчетности, действует комитет по социальной ответственности, инициативы поддерживает РСПП. Нефинансовые отчеты в мире публикуют порядка 10 тыс. компаний, в России — 150–200 организаций. Традиционно это отрасли, которые зависимы от инвестиций. В России КСО-инициативами занимаются компании сырьевого сектора, транспорта, телекома и ритейла.

На развитие КСО на Западе повлияли компании, которые котируются на бирже. Биржи и инвестиционный сектор выставили очень четкие тре-

бования, запросы на предоставление информации нефинансового толка. Это стало импульсом: компании должны понимать, принимая то или иное решение, что в отношении любого нового проекта

ности степень участия в социальной ответственности, таким образом проведя у себя аудит. Иногда оказывается, что компания и не знает, что она многое делает для развития общества. Но, конечно, не

«КСО — ЭТО НЕ ВОПРОС МЕГАДЕНЕГ, А ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТА. РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ СТАЛИ ЗАКЛАДЫВАТЬ ПОКАЗАТЕЛИ НЕФИНАНСОВОГО ТОЛКА В КРІ — ЭТО СТАНОВИТСЯ СИГНАЛОМ ДЛЯ РУКОВОДСТВА И ЗАПУСКАЮТСЯ ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ»

проделана аналитическая работа, которая позволяет нивелировать риски, в том числе нанесения вреда окружающей среде и обществу.

— Какие примеры КСО-программ вы запомнили?

— У нас был интересный опыт: мы работали с немецкой компанией, и когда вышла Директива 2014 года, для них важно было понять, на каком уровне они находятся относительно других. Конечно, они работают в России, но руководствуются Директивой ЕС. Компания работает совместно с одной из крупнейших газовых корпораций России, они хотели понять, могут ли они на таком же уровне поддерживать и реализовать социальные проекты. Мы выезжали в регион, анализировали, каким образом они могут реализовать социальные проекты. Просто задача была — систематизировать тот опыт, который накапливался в компании много лет, осознать важность этих проектов не только для самих компаний, но и для конечных получателей.

— Как вы считаете, на законодательном уровне стоит ввести обязательство публиковать нефинансовую отчетность?

— Это уже почти становится обязательным. То, что приносится «сверху», — это рамка, а дальше все зависит от того, как развивается общество, правовая система. Какие-то компании начнут задумываться о реальных условиях персонала, а кто-то дождется, что придет трудовая инспекция и выпишет кучу штрафов — и только с этого момента руководитель задумается о том, что работать надо по-новому. К сожалению, второй вариант работает чаще.

— Какой запрос у российского общества к бизнесу?

— Запросы, по-моему, невысокие и разные. По работе мне часто приходится ездить в регионы, бывать в небольших городах. В некоторых областях присутствуют сильные корпорации, которые профессионально ведут тему социальной ответственности бизнеса, и качество жизни повышается быстро. Не просто обеспечивается комфорт среды, а происходит именно взаимное участие общества и бизнеса в развитии социума: жители осознают, что развитие конкретной компании в регионе определяет качество школ, дорог, социальной инфраструктуры. Перемещаясь чуть дальше от этого конкретного региона, мы видим совершенно другие условия. В большом городе трудно понять значение таких корпораций для области: в столицах много компаний, хороший уровень развития инфраструктуры и качество жизни иное.

— Если мое предприятие с 2020 года планирует развивать программы КСО, что надо сделать, какие документы изучить?

— Есть стандарты ISO и ГОСТы, которые дают рамку того, что мы называем КСО. Можно ознакомиться с руководством по социальной ответственности, со стандартом ГОСТ, по которому компания может сама оценить по профилям своей деятель-

бывает, что вчера компания решила опубликовать нефинансовый отчет, а завтра он уже вышел.

Развитие КСО — это не только об объемах финансирования или о примерах каких-то ярких проектов. Я отмечаю, что российские компании стали закладывать показатели нефинансового толка в КРІ — это становится сигналом для менеджмента и запускаются поведенческие практики. Теперь ясно, что необходимо думать не только о том, чтобы нарастить объемы или решить производственные задачи, но и о том, какие последствия для общества будут у каждого из решений руководства. Компания задумывается о своих стейкхолдерах. В общем, любая деятельность любой бизнес-структуры несет риски нанесения вреда окружающей среде.

— Как вам кажется, куда будут двигаться программы КСО в перспективе 5–10 лет?

— Важным может стать развитие корпоративного управления применительно к практике КСО. В 2019 году ВЭШ совместно с Ассоциацией независимых директоров запустила новую программу по подготовке профессиональных членов совета директоров. Институты независимых директоров способствуют повышению качества менеджмента и распространяют современные стандарты корпораций. Работа независимых директоров в том числе заключается в том, что они должны рассматривать любые принимаемые решения с точки зрения требований социальной ответственности. Первый набор — 20 человек, в основном это мужчины. Среди них три категории: это собственники бизнеса, которые либо заинтересованы создать у себя совет директоров, либо уже его создали и надеются настроить его работу; вторая группа стремится войти в реестр Росимущества и получить предложения по участию в совете директоров; третья группа — это продвинутые топ-менеджеры и собственники, которые видят необходимость развивать свое мировоззрение и компетенции. Инициативы, которые транслируются федеральной властью, подтверждают, что рынок должен быть более цивилизованным. Оценочная потребность независимых директоров для Петербурга достигает 1 тыс. человек.

«ЧЕМ ЧЕТЧЕ СФОРМУЛИРОВАНЫ ЗАДАЧИ, ТЕМ БЫСТРЕЕ ОНИ ПРЕВРАЩАЮТСЯ В СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ ПРОГРАММЫ, КОТОРЫЕ ПОНЯТНЫ И ДЛЯ БИЗНЕСА, И ДЛЯ РЕГИОНА»

Круговорот вещей в природе

Активное развитие благотворительных магазинов в России стартовало в 2010-х годах.

Одним из первопроходцев в этой сфере стала петербургская сеть. Со временем появились и другие организации, которые прямыми пожертвованиями или вещами помогают различным фондам. В феномене социального предпринимательства разбиралась Екатерина Загвоздкина.



Некоторые благотворительные магазины, кроме продажи собранной одежды, также раздают ее нуждающимся бесплатно Фото Юрия Мартынова

Фонды отмечают, что осознанных потребителей с каждым годом становится все больше: это касается и одежды, и продуктов питания, и института имущества как такового. Покупка вещей в благотворительных магазинах позволяет обмениваться товарами, а не приобретать новые, стимулируя производство продукции масс-маркета. Кроме этого, за последние три года в мышлении жителей крупных городов произошли существенные изменения: шеринговые сервисы стали восприниматься положительно и пользоваться популярностью, особенно это характерно для молодежи, говорит основатель экологического стартапа Юрий Сафонов. Шеринг-экономика — важный элемент экономики будущего, так называемой циклической экономики, подчеркивает он. Современному поколению важно не владеть, а пользоваться, говорит представитель краудфандинговой платформы Наталья Игнатенко.

ИСТОРИЯ ВОПРОСА

Примечательно, что почти все благотворительные магазины публикуют подробную отчетность о своей работе на сайтах: в ней можно найти объемы перечисленных средств, собранных товаров и одежды, количество партнеров, ежемесячные транзакции фондам.

Первые в России благотворительные магазины открыла петербургская сеть. Горожане бесплатно отдают сюда ненужную ношеную одежду, часть которой передается в социальные центры и благотворительные организации, поддерживающие

нуждающихся. Остальное продается по модели секонд-хендов. Вся выручка магазинов, за исключением накладных расходов и развития сети (сейчас в городе шесть точек), идет в благотворительные организации города (перечислено около 22 млн рублей), говорит представитель компании. Например, в фонды, которые помогают бездомным людям, обеспечивают лечением онкобольных, помогают людям с аутизмом, и многие другие (всего более 100 фондов).

По городу установлено более 100 контейнеров первого в России благотворительного магазина, куда можно отправить вещи, которые вы уже не носите. За девять лет работы 779 тонн одежды компания отправила напрямую благотворительным организациям (к примеру, теплые вещи — для фонда помощи бездомным людям и детские — для фондов помощи детям), либо бесплатно раздала в центре, который посещают около 8 тыс. человек в год. Около 10% вещей идет в секонд-хенды компании либо отправляется на переработку и становится регенерированным волокном, из которого производят шумоизоляцию для машин и технические матрасы, рассказывают в компании. В магазине отмечают, что часть одежды также раздают дизайнерам, которые делают из нее новые вещи, или отдают в театры и мастерские города. В общем, заключает пресс-секретарь Ксения Чепига, в компании это называют круговоротом вещей в природе.

Еще один фонд занимается продажей вещей от дарителей, которые сами могут определять, какой организации помочь. Бесплатной раздачей в фон-



**НЕКОТОРУЮ
ОДЕЖДУ
ПЕРЕРАБАТЫВАЮТ
И ДЕЛАЮТ ИЗ НЕЕ
ШУМОИЗОЛЯЦИЮ
ДЛЯ МАШИН И
ТЕХНИЧЕСКИЕ
МАТРАСЫ,
ЧАСТЬ ОДЕЖДЫ
ОТПРАВЛЯЕТСЯ
ДИЗАЙНЕРАМ,
А ТАКЖЕ В ТЕАТРЫ
И МАСТЕРСКИЕ
ПЕТЕРБУРГА**

де нет, но вырученные средства перечисляются на благотворительность. В организации отмечают, что на уставные нужды оставляют не более 20% доходов, остальные средства перечисляются в качестве пожертвований. Сегодня фонд работает с 50 партнерами, чьими подопечными являются разные категории нуждающихся — от детского хо-



Несмотря на активное развитие благотворительных магазинов, власти до сих пор не предоставили им льготную ставку аренды помещений, относя этот вид социального предпринимательства к обычной торговле Фото Вячеслава Прокофьева

списа до приюта для животных. За три года работы фонд оказал материальную поддержку на сумму 6 млн рублей. В планах организации — расширить географию проекта и открыть точки сбора офлайн (сейчас компания занимается транспортировкой вещей, которые хотят сдать, по заявке).

Многие магазины делают из одежды с дефектами тряпки для хозяйственных нужд, а также развозят неликвидную одежду в приюты для животных, где эти вещи используются как половички, рассказывает представитель одной из краудфандинговых платформ.

Еще один петербургский проект пошел иным путем: компания раздает собираемые вещи бесплатно многодетным семьям, пенсионерам, людям с инвалидностью, оформляя на каждого человека социальную карту, по которой раз в месяц он может выбрать два килограмма вещей. Остальная часть одежды отправляется организациям, а также нуждающимся в Ленинградской, Новгородской и Псковской областях. Частично одежда идет в магазины, прибыль от ее продажи направляется в помощь детям с ДЦП.

Отдельным направлением в работе благотворительных магазинов является продажа продукции, изготовленной подопечными различных фондов. Сами фонды тоже этим занимаются. Так, один из них поставляет изделия (кружки, сумки, открытки, значки) и реализует их онлайн. Аналогичную сувенирную продукцию делает другой проект одного из благотворительных фондов, который, кроме того, проводит мастер-классы и лекции.

ОТДАВАТЬ И ДЕЛИТЬСЯ

Безусловно, основные цели благотворительных магазинов — социальные: поддержка малоимущих, спасение планеты от отходов, качественная переработка и утилизация, — говорит господин Сафронов. Источником дохода становится реализация брендовых и хорошо сохранившихся вещей. Другим источником средств для магазинов служат гранты или частная поддержка спонсоров, например, через краудфандинговые платформы, рассказывает госпожа Игнатенко. «Впрочем, гранты и сборы на краудфандинговых платформах — это не источник заработка, а именно привлечение средств для развития проекта. Там всегда очень четко нужно прописывать, на что пойдут деньги. Например, один из фондов собирал деньги на автомобиль для развоза одежды нуждающимся в регионы», — рассказывает она.

Несмотря на активное развитие социального предпринимательства и благотворительных магазинов, до сих пор не решена проблема льготной аренды помещений для таких организаций, говорит директор одного из фондов помощи детям Екатерина Бермант. «Стоимость аренды в столицах не позволяет движению широко развиваться. Власти ничем не помогают благотворительным магазинам, относя их к обычной торговле», — говорит она, отмечая, что необходима пропаганда «экологического сознания».

Избегая постоянных затрат на содержание магазина, активисты стали проводить шеринг-фестивали, говорит госпожа Бермант, приводя в при-

мер сообщество матерей района ВДНХ в Москве. «Но, конечно, эта история для больших городов, где люди позволяют себе покупать и хранить лишнее», — заключает она.

«В какой-то момент меня испугал объем потребляемой мной одежды», — рассказывает петербурженка Маша. — С развитием масс-маркета цены на одежду стали доступными, и меня захлестнул потребительский фанатизм. Всегда приятнее надеть что-то новое, чем пылящееся в шкафу платье». Спустя годы наступило перенасыщение и осознание того, что обходиться можно малым, продолжает собеседница издания. «Скорее всего, на этой почве стали так популярны концепции минимализма, ограниченного многофункционального гардероба. На фоне однотипного масс-маркета интересны стали секонд-хенды, благотворительные магазины, которые предлагали что-то оригинальное, «с историей», при этом покупка дает моральное удовлетворение: клиент ощущает себя спонсором», — заключает она.

Шеринг-экономика развивается во многих странах — это и сервисы каршеринга, и estate sharing, рассказывает предприниматель Кирилл Николаев. Кроме того, создаются сервисы шеринга рабочих инструментов и многого другого. «Институт собственности важен для поколения «сорок плюс», молодым важнее эмоции и «опыт», поэтому они скорее выберут взять красивое платье и сумку напрокат под мероприятие, чем пойти и оставить зарплату», — говорит он.

Партнерство с вечным

Эндаумент-фонды музеев — это целевой капитал некоммерческой организации, сформированный из пожертвований и имущества. Наличие такого фонда — обычная практика для больших музеев, таких как Лувр, Metropolitan Museum of Art, British Museum, Эрмитаж. В свою очередь спонсорская поддержка, которую оказывают корпорации российским музеям, позволяет проводить приемы в их залах. В партнерстве бизнеса и искусства разбиралась Яна Войцеховская.

Как правило, светские мероприятия проходят в музеях в рамках партнерства компаний и институтов: поддерживая события или выставки, пополняя эндаумент-фонды или делая благотворительные пожертвования, корпорации получают доступ к залам, говорит собеседник в event-индустрии. Вклад в развитие музея может быть внесен как в денежном выражении, так и в необходимых музейных материалах, оборудовании, услугах и работах, добавляет координатор Клуба друзей Эрмитажа Евгений Федоров.

Например, в 2012 году журналисты получили приглашение на вечер одной из юридических фирм в Эрмитаже в связи с «представлением отреставрированной „Вазочки из горного хрусталя с васильками и колосьями овса“ работы фирмы Карла Фаберже», а также в честь празднования 20-летия одной из крупных фирм Петербурга. А в 2015 году немецкий ювелирный дом предоставил в дар музею рояль, гостям вечера провели экскурсию по Главному штабу. Один из крупнейших банков РФ в качестве меценатской деятельности пополняет коллекции музеев: так, финансовая организация выкупила у частных коллекционеров

архив семьи Романовых для музея-заповедника «Царское Село» и коллекционную вазу для музея-заповедника «Павловск».

КАК СТАТЬ МЕЦЕНАТОМ

Основой формирования Фонда целевого капитала Эрмитажа стало пожертвование Владимира Потанина (\$5 млн). Среди крупных жертвователей фонда французская транснациональная компания, известный производитель предметов роскоши, банки, транспортные, машиностроительные и пищевые предприятия — всего около 135 различных компаний. Целевой капитал Эрмитажа за 2017 год составил 342 млн рублей (последние данные).

Фонд развития Русского музея включает около 85 организаций, среди которых телекоммуникационные, нефтегазовые, инвестиционные, горнодобывающие и золотодобывающие компании. Финансовых отчетов по использованию средств в открытом доступе музей не размещает. Для сравнения, эндаумент-фонд Metropolitan Museum of Art — \$1,7 млрд, Лувра — \$216 млн, British Museum — £111 млн (данные Bloomberg).

Минимальный размер пожертвования для вступления в Клуб друзей Эрмитажа в качестве корпоративного спонсора составляет \$2 тыс. (в рублях по курсу ЦБ), сообщили в музее. Ежегодный взнос в клуб Русского музея стартует от €2 тыс. (статус «Пожертвование», взнос в рублях по курсу ЦБ) и доходит до €50 тыс. (статус «Филантроп»). Статус «Покровитель» приобретает лицо, вкладывающее от €100 тыс. Крупный российский банк не раз приглашал журналистов на показ выставок в Русский музей. В 2016 году проходила выставка «Лев Бакст. 1866–1924», в 2017 году — выставка «Василий Васильевич Верещагин. К 175-летию со дня рождения». Сами приемы компаний не проходят в залах музея, есть административные комнаты и кабинеты в здании, где организуется мероприятие, говорят в одном из агентств, организующих приемы. «А уже во время вечера с музейным сотрудником можно осмотреть часть коллекции», — добавляет организатор.

Корпоративное членство в Российском этнографическом музее оплачивается через ежегодные взносы от 30 тыс. до 150 тыс. рублей. Музей



Поддерживая события или выставки, пополняя эндаумент-фонды музеев или делая благотворительные пожертвования, корпорации получают доступ к залам Фото Александра Корякова



Особенное время в году для петербургских музеев и дворцов с точки зрения проведения мероприятий — Петербургский международный экономический форум Фото Александра Корякова

принимает вклад в виде как прямого финансирования, так и льгот на обслуживание, технические услуги, поставки оборудования для нужд музея и ремонтно-строительные работы. Максимальный взнос позволяет проводить мероприятия в кинозале, выставочных залах, в том числе и Мраморном зале, говорится на сайте музея. Музей активно поддерживает ювелирные холдинги. В 2014 году юбилей в Этнографическом музее праздновала одна из российских ювелирных компаний. За год до этого в залах отмечала свое 20-летие одна из крупнейших телекоммуникационных компаний России.

Особенное время в году для петербургских музеев — ежегодный Петербургский международный экономический форум в начале июня. Компании и банки устраивают приемы в Шуваловском дворце, в котором расположен музей Фаберже, в здании Биржи у Ростральных колонн, в Екатерининском дворце, в Эрмитаже, в Михайловском замке, в Павловске.

Собеседники издания отмечают, что как такового рынка аренды музейных залов не существует. Провести мероприятие в музее могут его партнеры и спонсоры. Приемы компаний во дворцах и музеях — распространенная мировая практика и взаимовыгодное партнерство, говорят источники в event-индустрии. Критерий соответствия корпорации музею очень важен, говорит представитель одного агентства. Компании, которые устраивают такие мероприятия, чаще всего друзья музея, а не организации, которым захотелось оплатить на вечер музейный зал. «Музеи заинтересованы в том, чтобы партнер не был разовым, а приходил со своим видением поддержки музея. Клуб друзей музея — это пул корпоративных и индивидуальных спонсоров. Они и становятся первыми претендентами на совместное мероприятие с музеем», — заключает собеседник издания.

ПОЧАСОВАЯ АРЕНДА

Ряд музеев предлагает услуги аренды по прозрачному механизму и прайс-листу, размещенному в публичном доступе. Мероприятие можно организовать в атриуме Петропавловской крепости, галерее музея современного искусства «Эрарта», Большом Петергофском дворце, Инженерном замке, Мраморном дворце, а также Шереметевском, Шуваловском и Юсуповском дворцах. С одними можно заключить прямой договор аренды, с другими, и это в основном государственные музеи,

действует «соглашение на проведение мероприятий культурного характера».

Среди «гостеприимных» музеев собеседники называют Русский с его Мраморным дворцом, Константиновский дворец, Эрмитаж, Юсуповский дворец, Петергоф. Доходы некоторых музеев от проведения мероприятий не превышают 2,3% от общих средств, зарабатываемых институтом, приводит пример собеседник издания. Деньги направляются на развитие музея, приобретение оргтехники, изготовление сувенирной продукции, надбавки к зарплатам сотрудников музея.

По данным комитета по культуре Санкт-Петербурга, право на организацию мероприятий в музее определяется Гражданским кодексом. Музей может распоряжаться имуществом с согласия собственника (КИО или Минкульт). От полученных доходов производится уплата НДС в бюджет. При этом доходы музея от этой деятельности учитываются, но не являются определяющими при предоставлении субсидий, сообщили в ведомстве.

В музее Арктики и Антарктики, Музее политической истории России, Музее антропологии и этнографии имени Петра Великого (Кунсткамере), музее Анны Ахматовой в Фонтанном Доме на запрос издания сообщили, что услуги сдачи в аренду своих помещений в учреждениях нет, но мероприятие в формате совместной с музеем деятельности провести возможно. «У нас бывают общие партнерские проекты с другими организациями, совместная деятельность — но не аренда», — пояснили в одном из музеев.

Стоимость проведения мероприятия в Русском музее колеблется от 100 тыс. до 1 млн рублей, эта сумма составляет не более 5% от общего дохода, сообщили в музее. Эрмитаж действует на основании устава, в котором музею разрешается оказывать услуги за плату, если деятельность связана с организацией социально-культурных мероприятий. Условие музея: партнеры должны соответ-

**В 2012 ГОДУ
ЖУРНАЛИСТЫ
ПОЛУЧИЛИ
ПРИГЛАШЕНИЕ
ОТ ЮРИДИЧЕСКОЙ
ФИРМЫ, КОТОРАЯ
ПРЕДСТАВЛЯЛА
ОТРЕСТАВРИРОВАННУЮ
ДЛЯ ЭРМИТАЖА
ВАЗОЧКУ, И В ЭТОТ
ЖЕ ДЕНЬ КОМПАНИЯ
ПРАЗДНОВАЛА
СВОЕ 20-ЛЕТИЕ**

ствовать «высоким критериям и традициям Эрмитажа», говорит начальник службы развития музея Екатерина Сиракян. Все мероприятия в Эрмитаже проходят на основании договора, финансовые условия не раскрываются, средства от этой деятельности используются в целях развития музея, подчеркивает Сиракян.

Юсуповский дворец предлагает в аренду 14 помещений, вместимостью от 200 человек (445 кв. м — Белоколонный зал) до 10 человек (25 кв. м, буфетная при театре), парадный двор (2600 кв. м) и конюшенный флигель (общая площадь 400 кв. м). Стоимость аренды Белоколонного зала на вечер — €4,6 тыс. В 2012 году прием для клиентов здесь проводило региональное отделение одного из крупнейших банков, в концертной программе было 13 произведений.

Средняя ставка аренды залов во дворцах Петербурга составляет около 300 тыс. рублей. Провести концерт (около трех часов) в Шереметевском дворце стоит около 40 тыс. рублей. Музей Фаберже, открытый в Шуваловском дворце в 2013 году, может предоставить помещения для мероприятия на целый день, но в большинстве случаев арендаторы выбирают вечерний режим — после закрытия музея, сообщил представитель музея. Сдается Большой зал дворца, который вмещает 200 человек, и внутренний двор. Есть ряд критериев, которые выставляет каждый музей для себя: например, ограничение на проведение свадеб, использование свечей и другие запреты. «Свадебные» услуги предлагает Этнографический музей: «Время свадеб», «Семья и брак в традиционной культуре», «Величавые обряды». В программы входит театрализованное представление, экскурсии, фотосессия в Мраморном зале. Стоимость варьируется от 15 тыс. рублей до 45 тыс. рублей.

Конечная цель проведения подобных мероприятий — это просветительская и фандрайзинговая деятельность музея, говорит госпожа Сиракян. «Именно на таких приемах и встречах рождались многие спонсорские и партнерские проекты. Это позволяет компаниям представить город гостям, а нам — пополнить эндаумент-фонды музеев и привлечь потенциальных партнеров», — заключает она.

**КАК ТАКОВОГО РЫНКА АРЕНДЫ МУЗЕЙНЫХ ЗАЛОВ
НЕ СУЩЕСТВУЕТ: ПРОВЕСТИ МЕРОПРИЯТИЕ В МУЗЕЯХ
МОГУТ ЕГО СПОНСОРЫ, ЭТО РАСПРОСТРАНЕННАЯ
МИРОВАЯ ПРАКТИКА И ВЗАИМОВЫГОДНОЕ
ПАРТНЕРСТВО**

Папа может, но не идет в родительский отпуск

Только 2% отцов в России взяли отпуск по уходу за ребенком в 2018 году — это чуть более 13,5 тыс. пап, в то время как число мам в отпуске составило 670 тыс. Несмотря на то, что право уходить в отпуск по уходу за новорожденным появилось у отцов еще в 2007 году, аналитики отмечают, что и через десять лет статистика вряд ли изменится, и причин тому много. Эксперты уверены, что «отцовский отпуск» дает ценную возможность установить внутреннюю связь с ребенком и участвовать в процессе его воспитания.

ЕКАТЕРИНА ЗАГВОЗДКИНА

Вот как статистику комментировал глава Совета отцов при уполномоченном по правам ребенка Андрей Коченов: «Скажу честно: мне лично сложно это представить, как и многим моим друзьям. Мы строили свои семьи по старой и доброй традиции, когда женщина — это женщина, и она должна в любом случае оставаться хранительницей семейного очага, а отец — это добытчик и главный наставник для семьи. Именно поэтому я категорически против того, чтобы такая традиция была нарушена и перевернута с ног на голову».

Незначительность показателя «отцовского отпуска» показывают и другие исследования: если соискатель — женщина и рекрутер видит в резюме наличие маленьких детей, то обязательно задаст вопрос по поводу декрета и его продолжительности. «В отношении мужчины с маленькими детьми у 98% специалистов даже не возникнет мысли уточнять про декрет», — говорит эксперт по трудовому праву Вероника Шатрова.

По данным ВЦИОМ, 58% россиян тоже не считают нормальной ситуацию, когда в отпуск по уходу за ребенком уходит отец, а мать продолжает работать. Чаще всего этим возмущаются мужчины — 62%.

Примечательно, что, когда Испания вводила реформу, оплачивая отцам отпуск по уходу за ребенком, власти хотели добиться большего гендерного равенства и надеялись улучшить демографическую ситуацию. Ситуация обернулась противоположным: мужчины, почувствовав, что такое «декрет», изменили свои планы на многодетные семьи — и рождение второго или третьего ребенка тоже теперь оттягивают как минимум на шесть лет после появления первенца.

ЧУТЬ БОЛЕЕ СТАТПОГРЕШНОСТИ

На протяжении последних четырех лет статистика (2–2,5% отцов) в России практически не ме-

В ЦЕЛОМ, ОБОБЩАЮТ АНАЛИТИКИ, ВЫХОДЯ В ОТПУСК ПО УХОДУ ЗА РЕБЕНКОМ, КТО-ТО ИЗ РОДИТЕЛЕЙ, ВНЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОЛА, ТЕРЯЕТ ДВА ГОДА В КАРЬЕРЕ



ВАЖНО РАЗЛИЧАТЬ ФИЗИОЛОГИЧЕСКУЮ НАГРУЗКУ, СВЯЗАННУЮ С БЕРЕМЕННОСТЬЮ, ДЕТОРОЖДЕНИЕМ И КОРМЛЕНИЕМ ГРУДЬЮ, КОТОРУЮ МОГУТ НЕСТИ ТОЛЬКО ЖЕНЩИНЫ, И УХОД ЗА ДЕТЬМИ И ИХ ВСКАРМЛИВАНИЕ, КОТОРЫМИ МОГУТ ЗАНИМАТЬСЯ КАК ОТЦЫ, ТАК И МАТЕРИ, ОТМЕЧАЮТ ЭКСПЕРТЫ

нялась, говорит юрист в области семейного права Людмила Александрова. Для сравнения масштаба: мужчины оформляют «декретный» отпуск почти в 50 раз реже, чем женщины, говорит руководитель отдела по работе с персоналом инвестиционной компании Светлана Белодед.

Хотя еще в 2015 году исследовательский центр рекрутингового портала провел социологический опрос, который показал, что 39% российских мужчин, состоящих в браке и планирующих детей, не исключают для себя возможности взять отпуск по уходу за ребенком вместо жены.

Согласно трудовому кодексу, отпуск по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет предоставляется его матери, полностью или по частям отпуск может быть использован отцом ребенка, бабушкой, дедом, другим родственником или опекуном, фактически осуществляющим уход за ребенком, рассказывает госпожа Александрова. При этом на период отпуска за работниками сохраняется место работы, а также они могут работать на дому или на условиях неполного рабочего времени с сохранением права на получение пособия по социальному страхованию.

Работающий глава семейства, принявший решение ухаживать за малышом, вправе получать ежемесячное пособие по уходу за ребенком до исполнения ему 1,5 лет и отпуск до достижения ребенком трех лет, отмечает эксперт. Пособие выплачивается в размере 40% от среднемесячного заработка за последние два года работы (но максимальный размер пособия не может превышать 26,1 тыс. рублей).

ОПЫТ И ПЛЮСЫ

В принципе, об отцовском отпуске задумались во многих странах: по данным Международной организации труда (МОТ), он законодательно закреплён в 79 странах (данные 2013 года), в числе которых Исландия, Словения, Финляндия, Эквадор, Литва. И все равно это менее половины от всех стран мира. Введение положений об отпуске стало следствием меняющихся представлений о роли и обязанностях отцов, а также необходимости содействовать равному распределению неоплачиваемого труда по уходу за ребенком в семье, отмечается в докладе МОТ.

Целью отцовского отпуска является предоставление папе возможности быть с матерью и новорожденным во время родов и сразу после них, участвовать в мероприятиях или торжествах, связанных с рождением ребенка, а также выполнять связанные с этим формальности. «Отцовский отпуск также дает папе ценную возможность участвовать в процессе воспитания ребенка, установить с ним внутреннюю связь, помочь женщине справиться с многочисленными психологическими и физиологическими проблемами, вызванными рождением ребенка, а также начать принимать активное участие в выполнении обязанностей по уходу за ребенком», — говорится в заявлении организации.

Важно различать физиологическую нагрузку, связанную с беременностью, деторождением и кормлением грудью, которую могут нести только женщины, и уход за детьми и их вскармливание, которыми могут заниматься как отцы, так и матери. Кроме того, родительский отпуск позволяет снизить текучесть кадров и прогулы, уверены в

МОТ. Есть также свидетельства того, что работники, возвращающиеся после такого отпуска, оказываются более мотивированными и меньше подверженными стрессу.

Долгое время считалось, что в первые месяцы жизни детям больше нужна мама, именно она «выращивает» малыша, тогда как роль отца возрастает на этапе формирования личности, то есть после трех лет, напоминает госпожа Белодед. Между тем последние американские исследования указывают на то, что дети, о которых в течение первого месяца активно заботились отцы, развиваются быстрее. Уже в годовалом возрасте они существенно превосходят сверстников по уровню когнитивных навыков. Ученые предполагают, что дети заботливых пап спокойнее, они меньше плачут и не так нервничают в присутствии чужих людей. Кроме того, есть навыки, которые мужчина может передать малышу быстрее, чем женщина. Например, дети, много взаимодействующие с отцами, четче выговаривают слова, так как представителям сильного пола несвойственно сюсюкать, искажать свою речь, считает эксперт. «Научить ребенка плавать отцу также удастся быстрее, чем маме», — говорит она.

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

Учитывая возможность совмещать работу и отпуск, часто семья решает не только вопрос, кто — мама или папа — будет сидеть с малышом, а еще и кому выгоднее оформить «декрет» по экономическим соображениям, отмечают эксперты. Часто для сохранения семейного бюджета, особенно если доход женщины больше, чем мужчины, отпуск по уходу берут отцы, при этом считается, что муж может работать неофициально и дистанционно из дома. Это поддерживает финансовое благополучие ячейки общества и позволяет женщине сохранить карьеру.

ЧАЩЕ ВСЕГО ОТЦЫ УХОДЯТ В «ДЕКРЕТ» ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА, ОСОБЕННО ЕСЛИ ДОХОД У ЖЕНЩИНЫ БОЛЬШЕ, ЧЕМ У МУЖЧИНЫ

Безусловно, говорит госпожа Белодед, отношение к материнству и детству определяется менталитетом, культурой страны. К примеру, в США «декрет» в привычном для нас понимании не полагается ни мамам, ни папам. Американки вправе взять лишь 12 недель неоплачиваемого отпуска при условии, что они более одного года успели проработать в компании с числом сотрудников более 50. Правом не работать в течение первых месяцев жизни ребенка пользуется только 10% женщин США.

Концепция скандинавских стран, напротив, предполагает, что дети должны воспитываться именно родителями, а не нянями. В Норвегии же каждым четвертым родителем, ухаживающим за малышом, является мужчина.

Генеральный директор одного из центров развития бизнеса и карьеры Наталья Сторожева считает, что в России мужчины еще как минимум десяток лет не будут массово уходить в «декрет». Так или иначе, на время ухода за ребенком кто-то из родителей теряет два года в карьере, говорит основатель образовательного проекта Александр Альхов.



39% российских мужчин, состоящих в браке и планирующих детей, не исключают для себя возможности взять отпуск по уходу за ребенком вместо жены
Фото Александра Петросяна

«Некоторые меры поддержки граждан могут быть переоценены с точки зрения адресности и нуждаемости»

Социальная сфера оказывает большую нагрузку на бюджет Петербурга. Это связано с тем, что в городе самое «старое» население в стране, высокий уровень удельной миграции, избыточные программы помощи для некоторых категорий населения, признают в комитете по социальной политике Смольного. В ведомстве не исключают пересмотр мер поддержки в будущем: о потенциальных изменениях в интервью изданию рассказал глава комитета Александр Ржаненков.



БЕСЕДОВАЛА АЛЕКСАНДРА ДАВИДКИНА
ФОТО ЕВГЕНИЯ ПАВЛЕНКО

— Александр Николаевич, я не пользуюсь услугами комитета, но, как активный гражданин, я хочу знать, чем занимается комитет, какие основные группы населения обслуживает, какие программы ведет. Поясните, пожалуйста.

— В принципе мы занимаемся всеми проблемами населения, прежде всего — лиц пожилого возраста, а их в городе 1,5 млн человек. Кроме этого, мы оказываем помощь инвалидам, а их в нашем городе почти 600 тыс. человек — и количество растет. Это и вопросы, связанные с семьей и детством: у нас сегодня около 600 тыс. семей и более 900 тыс. детей. Кроме этого, есть вопросы, касающиеся лиц без определенного места жительства и людей,

которые оказались в трудной жизненной ситуации: это и случаи ЧС, и потеря работы, и обманутые дольщики. Помимо этого, много по жизни тех моментов, которые не прописаны сегодня никакими нормативными документами, полномочиями, но помощь должна быть оказана.

— Вы упомянули, что есть категория лиц без определенного места жительства и на этом закончили перечислять количественные показатели. Просто интересно, сколько в Петербурге насчитывается таких людей?

— Точной оценки никто не делал, и нет таких обязательств. Состав лиц без определенного места жительства представлен теми, кто, во-первых, утратил жилье, работу, оказался в трудной жизненной ситуации по состоянию здоровья, по семейным обстоятельствам, люди оказались выброшены из семейного социума. Вторая категория — это приезжие, которые находятся в поисках работы либо надеются в мегаполисе решить вопросы здоровья. В целом у нас на учете около 6–7 тыс. человек. По данным благотворительной организации — около 20 тыс. человек. Я считаю, что это необъективная цифра, потому что есть «завдвоение» в подсчетах этих людей: у них, у нас, в других структурах. Цифра в размере 6 тыс. человек — стабильная на протяжении многих лет. В большинстве случаев это лица, приехавшие в Петербург и не имеющие регистрации в нашем городе.

— Что вы относите к достижениям социологии города?

— Я работаю в комитете уже 25 лет и искренне, не лукавя говорю, что в городе создана стабильная, устойчивая, востребованная система социальных услуг на городском и районном уровне. Это значит, что сегодня в рамках федеральных и региональных законов создана инфраструктура, которая позволяет людям получать необходимые социальные услуги.

Второе, что я считаю достижением, — это команда профессионалов, которая работает как на районном, так и на городском уровне. Она была создана с нуля в 1990-х годах. Активность жителей и инфраструктура общественных организаций, социально-ориентированных НКО — это все в совокупности наша гордость. Это позволяет максимально востре-

бованно и в полном объеме решать проблемы всех тех категорий, которые я перечислил.

Самое главное, что я считаю итогом многолетней работы комитета и других профильных коллег, — это то, что нет социального напряжения в городе и социальных взрывов. Это говорит о том, что это все необходимое выполняется. Более 3 млн горожан получают конкретные меры поддержки через наш комитет. Благодаря общей системе поддержки в Петербурге, например, системно увеличивается количество многодетных семей: сегодня их более 44 тыс., а еще три года назад их было порядка 28–30 тыс. Не каждый решится на такой героический поступок — иметь многодетную семью. Это говорит о гарантиях, уверенности, стабильности действий власти, которые ощущают семьи.

— А с чем вы связываете появление достаточно большого количества числа общественных организаций? Связано ли это со слабостью власти или с изменением общества?

— Скажу сразу: не из-за слабости власти, а благодаря открытости правительства города. Петербург — «город трех революций», что говорит об активности жителей. В социальной сфере активность проявлялась всегда, и особенно — с момента перестройки и развала Советского Союза. Петербург — образованный город, и это, естественно, стимулирует активную жизненную позицию. Кроме этого, власть предоставила возможность НКО решать вопросы самостоятельно. Никогда, ни в одном государстве власть не может самостоятельно решать проблемы без вмешательства гражданского общества. Мы обязаны слышать, слушать и учитывать мнение как человека, так и различных общественных структур. В нашем городе около 10 тыс. НКО, из них более 4 тыс. — социально-ориентированные. Именно в Петербурге появился первый закон об оказании помощи НКО — это финансовая, юридическая, организационная поддержка. Кроме этого, выделяются площади: более 7,5 тыс. организаций имеют возможность использовать городское имущество как площадку для решения своей уставной деятельности. Совместно с коллегами из других комитетов мы нарастили возможности финансовой поддержки НКО до 2,6 млрд рублей из городского бюджета. Существует хорошая конкуренция между НКО и государственными учреждениями. Это такой же ры-

нок, как и везде. Есть указ президента, в котором рекомендовано до 10% регионального бюджета, выделенных на социальную сферу, использовать через НКО. Мы к этому уже подошли.

— Повлияли ли на деятельность НКО ограничения по участию иностранных агентов в уставном капитале организаций?

— Незначительное количество организаций потеряли возможности финансовой поддержки в реализации своих социальных проектов, но они начали искать другие возможности внутри страны. Мы им в этом содействуем, но поддерживаем не напрямую, а на условиях конкурса. Конкурсные процедуры для всех одинаковые: для государственных и для негосударственных структур. Как я уже упоминал, количество организаций, получающих средства из городского бюджета, стало больше, но отдельным НКО пришлось перестраивать организационную и финансовую политику. Но я не знаю организаций, которые бы закрылись на фоне этой ситуации.

— Давайте о демографии. Петербург — город с самым взрослым населением в стране, так ли это?

— Да, 25% населения — лица старшего пожилого возраста.

— Это напрямую влияет на бюджет, на социальную нагрузку?

— Конечно.

— Петербург — город с самой высокой удельной миграцией. Даже если сравнивать с Москвой, то мы все равно опережаем столицу, несмотря на то, что население меньше, чем в Москве.

— Да.

— Как эта демографическая ситуация будет развиваться в среднесрочной перспективе и как повлияет на жителей, на городской бюджет, на политику комитета?

— Увеличивается продолжительность жизни, растет количество людей пожилого возраста. Это большая социальная нагрузка, и без стабильной экономики мы с трудом будем решать эту проблему. Кроме этого, у нас увеличилось количество инвалидов. Не только по той причине, как считают некоторые, что ухудшилась экологическая ситуация, главное — изменился образ жизни. В первую очередь из-за того, что новые технологии здравоохранения позволяют выхаживать сложных детей и среди этой категории тоже увеличивается продолжительность жизни.

Все это обязывает нас более детально рассматривать возможности адресной социальной помощи. Не исключая, что со временем придется ввести непопулярные меры в законы, чтобы усилить адресность помощи и не способствовать потреблению некоторых категорий граждан. Сейчас у нас семья имеет право на поддержку даже при высоком доходе, по сути, не нуждаясь в дотациях государства. Демографические тенденции будут отражаться на бюджете, и потребуются больше средств на выполнение социальных обязательств, но помогать нужно тем, кто реально в этом нуждается. Сейчас у нас конкретных планов нет, но на десятилетнюю перспективу я вижу необходимость переоценить некоторые меры поддержки для определенных категорий граждан.

— О каких категориях граждан вы говорите?

— Исходя из текущих тенденций — в частности, о простых пенсионерах. У нас возникнет необходимость развивать изменения в части выплат пенсий. Прошлогодняя мера по повышению пенсионного возраста имеет под собой серьезные основания и сигнал к дальнейшим преобразованиям в этой сфере. Мои родители, когда достигли

пенсионного возраста, практически не работали. Сегодня почти 50% пенсионеров, а может, даже больше, продолжают работать. Если бы они не работали, то бюджет бы еще большую нагрузку нес.

При этом у нас сегодня есть выплаты супружеским парам, которые празднуют «золотые», «бриллиантовые», «благодатные» годовщины дня свадьбы, это 50–70 тыс. рублей соответственно. Многие это критикуют, но, с другой стороны, поздние браки могут привести к отсутствию таких выплат в будущем.

Думаю, возможно внесение изменений в выплаты пенсионерам, которые имеют доход выше двукратного прожиточного минимума. Эти законодательные инициативы исходят из принципов адресности и нуждаемости. Для этого мы создали службу «социальных участковых», чтобы предоставлять меры адресной поддержки на основании изучения нуждаемости и индивидуальной потребности. Социальные участковые проводят опрос, выезжают на дом, чтобы оценить потребности гражданина, определить необходимые ему меры поддержки. Одновременно с практической работой этой службы мы для себя получаем анализ ситуации с выполнением социальных гарантий в целом по городу. Думаю, дальнейшие шаги в сторону увеличения пенсионного возраста тоже должны быть сделаны. Возможно, постепенно мы придем к европейскому показателю пенсии — в возрасте 65–70 лет.

— А какие еще категории граждан, которые получают соцподдержку, могут столкнуться с ее изменением?

— Систему присвоения групп инвалидности тоже, скорее всего, ждет реформирование. Нигде в других государствах нет градации инвалидности (группы I, II, III). Первая группа — нерабочая. Вторая группа дает право работать некоторым категориям, а третья — рабочая. Здесь всегда возникает колоссальное количество споров: «Почему вы мне не даете вторую группу или первую?» От этого зависят дополнительные выплаты.

Существует концептуально важная тема — межведомственное взаимодействие. Пока не будет единой информационной базы силовых структур, налоговой, администраций — не будет взаимодействия. Мы вынуждены будем применять меры адресной поддержки, и мы должны знать доход человека. Если у вас есть вклад, машина или доход с аренды квартиры, то мы должны учитывать это при назначении мер поддержки. Это те адрес-

в доходах. Мы посчитали потребность комитета при новых условиях, она составляет около 1 млрд рублей. Кроме этого, есть городской закон о земельных сертификатах многодетным семьям. Сегодня у нас на очереди на получение земельных сертификатов стоят около 28 тыс. семей. Чтобы покрыть эту потребность, нам нужно еще около 1 млрд рублей. Третья категория потребностей связана с компенсацией коммунальных платежей льготным категориям граждан. В Петербурге около 1 млн горожан, которые получают ежемесячно 50-процентную компенсацию по коммунальным платежам, но это плавающая цифра. Часть средств выделяет федерация, часть — это региональные обязательства. Еще одна категория — это компенсации до прожиточного минимума. Раньше эти деньги платила Москва через Пенсионный фонд, теперь мы обязаны платить эти деньги. Не все эти деньги заложены сегодня в бюджет, потому что традиционно пополнение происходит по поправкам. За полгода мы видим, что у нас «закрывается», что «не закрывается», в меру своих возможностей перебрасываем статьи «внутри себя» с одного направления на другое. Кроме этого, есть возмещение затрат НКО за те услуги, которые они предоставляют нашим горожанам. Практически больше 1 млрд рублей идет на эту статью. Что за услуги? У нас есть госучреждения-интернаты, они не могут покрыть потребность горожан, нам надо строить их, но это дорогое удовольствие. Сегодня НКО и бизнес открывают сами то, что нам не построить, мы им компенсируем затраты, а для этого нужно дополнительное финансирование.

— Заложены ли в бюджет пункты предвыборной программы Александра Беглова «Социальный город» (затраты на социальную сферу оцениваются в 440 млрд рублей)?

— В полном объеме это невозможно начать и в один год реализовать, это будет происходить постепенно. Некоторые инициативы, озвученные в ходе предвыборной компании, уже получили свое реальное воплощение. В частности, создана служба социальных участковых, на следующий год службе выделено дополнительное финансирование, что позволит расширить штат. Кроме того, со следующего года женщины в возрасте от 19 до 24 лет, родившие первого ребенка, будут иметь право получить однократную выплату в размере более 50 тыс. рублей. Ранее выплата полагалась женщинам с 20 лет. Также со следующего года будут

«ВОЗМОЖНО ВНЕСЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В ВЫПЛАТЫ ПЕНСИОНЕРАМ, КОТОРЫЕ ИМЕЮТ ДОХОД ВЫШЕ ДВУКРАТНОГО ПРОЖИТОЧНОГО МИНИМУМА»

ные возможности, которые позволят нам эффективнее использовать бюджетные источники для нуждающихся категорий. Такого учета без единой базы, без межведомственности трудно будет достигнуть. А в противном случае мы сегодня переплачиваем определенным людям, которые скрывают свои доходы.

— Каков размер финансирования комитета на 2019–2020 годы? Изменяется ли его размер по сравнению с предыдущими годами? Какой объем дофинансирования необходим?

— Сегодня бюджет комитета составляет 68,4 млрд рублей, на следующий год — 71,6 млрд рублей, дополнительно запрошено еще 4,2 млрд рублей. Эти средства нужны в связи с федеральной инициативой о предоставлении помощи тем, чей уровень дохода ниже двукратного прожиточного минимума, — сейчас у нас обязанность адресно помогать только людям с 1,5-кратной разницей

предоставляться няни при рождении двух и более детей одновременно: специалисты из районных центров социальной помощи семье и детям могут приходить на дом на определенное количество времени, чтобы оказать помощь маме.

Все, что касается «социального города», — это не популистский шаг, а определение вектора развития. Горожане диктуют необходимость изменения качества жизни. Этот тезис появился неспроста: во всех заявлениях и шагах были учтены мысли и потребности, которые высказывали эксперты, профессионалы и обычные горожане. Он услышан это мнение общественности, не в обиду будет сказано другим губернаторам. Мы с вами во всем зависим от экономики, принимая конкретные меры. Где-то они будут болезненными, как хирургические операции, но мы начнем оздоравливать организм. В нашей сфере — один из самых больших объемов финансирования. В данном случае это аргументировано, обосновано, востребовано и всеми понимаемо.

Спрос на ученье

Сейчас в школах работает около 1,3 млн учителей, при этом дефицит кадров оценивается на уровне 10–11%, а через 10 лет нехватка учителей может составить около 190 тыс. человек, считают в Минпросвещения. И если бизнес в рамках своей корпоративной социальной ответственности может построить школы, то государство должно обеспечить кадры. Однако складывающуюся ситуацию уже называют национальной бедой.

СВЕТЛАНА ПОПОВА

Эксперты Общероссийского народного фронта и фонда «Национальные ресурсы образования» периодически проводят опрос педагогов большинства регионов страны с целью мониторинга ситуации с кадровым составом в школах. Последний такой опрос проводился во втором квартале 2019 года. По его результатам, доля респондентов,

сообщающих о нехватке в их школе педагогов-предметников, выросла с 48 до 51% за год. По данным опроса, перечень дефицитных специальностей возглавляют учителя математики и русского и иностранных языков.

Министр просвещения РФ Ольга Васильева в апреле 2019 года на международной конференции по проблемам развития экономики и общества упомянула также об ощутимой нехватке преподавателей информатики. При этом ежегодно ситуация только усугубляется: как показывал опрос ОНФ 2019 года, четверть учителей уже приняли решение об увольнении в ближайшее время и еще 18% думают о смене работы.

Основные причины увольнения, называемые респондентами, — это невысокий уровень заработной платы, несистемность и непрогнозируемость стимулирующих выплат. Не устраивает учителей и постоянно возрастающий объем задач, не связанных непосредственно с процессом обучения детей. Кроме того, учителя отметили негласный приказ муниципальных чиновников не нанимать новых сотрудников взамен уволившихся, преследующий цель повышения среднего уровня заработной платы учителей. Повышение доходов педагогов за счет кратного увеличения нагрузки становится не методом материального стимулирования, а причиной выгорания и ухода специалистов.

Отток учителей и нежелание выпускников вузов работать в государственных школах, несомненно, приводит к старению педсостава: госпожа Васильева на пленарном заседании съезда учителей сельских школ в ноябре 2019 года рассказала, что на текущий день треть от всех российских учителей — люди пенсионного (23%) или предпенсионного возраста (19%). Численность педагогов в возрасте 22–25 лет едва достигает 5,5%. По данным Росстата, количество педагогов в стране сократилось с 1,4 млн человек в 2000 году до 1,2 млн в 2018 году.

УЧИТЕЛЬНИЦА ДЕФИЦИТНАЯ МОЯ

По данным Минпросвещения, в последние годы растет количество учеников на одного учителя. Так, в 2017 году на одного педагога приходилось 13,7 обучающихся, в 2018 году — 14, в 2019 году — 14,9. Такая динамика может привести к дефициту учителей-предметников в размере 188,7 тыс. человек к 2029 году, считают в ведомстве. При этом, как отмечают эксперты ОНФ, нацпроект «Образование», по которому заложено создание 230 тыс. новых мест для учеников к 2024 году, не предусматривает мероприятий по сокращению диспропорции между количествами школьников и учителей.

В то же время частные и негосударственные образовательные учреждения на нехватку педагогов жалуются намного реже, но все равно сталкиваются с дефицитом кадров — управленческих. «Общаясь с коллегами из других частных образовательных учреждений, я отчетливо вижу, что есть дефицит квалифицированных управленцев — специалистов, которые понимают специфику образовательного сектора, а также имеют подготовку в области финансов, маркетинга, юриспруденции, госрегулирования, трудового законодательства и обладают управленческими навыками. Бонус, если такой специалист знает иностранный язык, так как образование, как и другие отрасли, все больше интернационализируется. Причина дефицита таких кадров проста: целенаправленно таких специалистов никто не готовит. В основном люди набирают вышеуказанные навыки в процессе работы и через посещение курсов повышения квалификации», — рассказала Холли Робертс, заведующая частным детским садом и его соосновательница.



Численность педагогов в возрасте 22–25 лет едва достигает 5,5%
Фото Виктора Кортаева



В Минпросвещения констатируют рост количества учеников на одного учителя: в 2019 году на одного педагога приходилось 14,9 обучающихся Фото Олега Харсеева

Несмотря на национальный масштаб проблемы дефицита педагогических кадров, эксперты отмечают, что нацпроект «Образование» не предусматривает мер, направленных на кардинальное изменение ситуации.

КАЧЕСТВЕННЫЙ ПРИРОСТ

Зато вопросам уровня подготовки учителей в последние годы уделяется самое пристальное внимание. «Сегодня в России предпринимаются беспрецедентные меры по развитию системы внеурочных занятий. В рамках нацпроекта «Образование» создаются сразу несколько вертикалей дополнительного образования: «Кванториумы», «Точки роста», «ИТ-кубы», инженерные классы, центры технического творчества и многое другое. В рамках всех новых проектов ведется переподготовка преподавателей, а это, как правило, учителя из самых обычных школ», — отмечает директор центра трансформации образования одной из московских школ управления Ольга Назайкинская.

По информации Татьяны Ворожцовой из Фонда новых форм развития образования, к концу текущего года откроются около 50 центров непрерывного повышения профессионального мастерства педагогов в рамках федерального проекта «Учитель будущего», а к 2024 году — еще 175. В 2019 году уже 16 тыс. учителей пройдут курсы профмастерства. Для повышения квалификации учителей сельских школ открыто более 2 тыс. центров «Точка роста». Кроме того, учителя сельских школ осваивают современные технологии обучения и воспитания на базе детских технопарков «Кванториум». Более 2,5 тыс. педагогов прошли переподготовку во время 46 образовательных сессий в 21 субъекте РФ.

Госпожа Назайкинская надеется, что обновленные навыки и качественно иной опыт по-

строения учебного процесса преподаватели принесут в привычные классы, что должно повысить уровень преподавания в средней школе. Уже сейчас, согласно результатам исследовательского спецпроекта НАФИ «Цифровая грамотность и ИКТ-компетенции российских педагогов», проведенного летом 2019 года, уровень цифровой грамотности учителей школ и преподавателей вузов превышает уровень их учеников и студентов. Практически все учителя пользуются интернетом, а 59% — соцсетями.

Однако есть фактор, который может нивелировать успехи в повышении уровня педагогов, — это сама школьная система. Госпожа Назайкинская отмечает, что, с одной стороны, она всегда инертна, не только в России, но и во всех странах, где есть государственные школы. С другой стороны, мир стремительно меняется: это касается трансформации технологий, социальных вопросов, ценностей. «Сегодня нужно принять как факт: мы больше никогда не сможем сформулировать единую всеобъемлющую концепцию школы, которая

КРОМЕ НЕХВАТКИ УЧИТЕЛЕЙ, ЭКСПЕРТЫ ТАКЖЕ ОТМЕЧАЮТ ПРОБЛЕМУ СТАРЕНИЯ ПЕДСОСТАВА: ТРЕТЬ ВСЕХ РОССИЙСКИХ УЧИТЕЛЕЙ — ЛЮДИ ПЕНСИОННОГО ИЛИ ПРЕДПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА

Не стоит недооценивать теоретические и практические наработки российской педагогики, считает Ольга Назайкинская. У нас есть масса примеров успешного применения авторских методик в школах — частных и государственных. Педагогические колледжи и вузы непрерывно меняются: они совершенствуют программы, рассматривают новые подходы и методики. Сейчас в принципе нет проблем с получением знаний: доступна любая литература, существует множество программ повышения квалификации внутри страны, ведущие вузы, в том числе и зарубежные, предлагают пройти дистанционное обучение за очень небольшие деньги, а иногда даже бесплатно.

устроила бы всех. Этому просто нет места в современном мире. Наступает время особенных школ, имеющих свой индивидуальный замысел и готовых меняться в зависимости от требований времени», — считает эксперт.

Такое изменение школьной системы и адаптация ее к реалиям современности потребует серьезного пересмотра роли и необходимых компетенций преподавателей. И, конечно, для того, чтобы новые знания, компетенции, педагогические методики было кому применять, необходимо всерьез и целенаправленно заняться вопросом устранения дефицита педагогических кадров, заключают эксперты.

КАК ОЦЕНИТЬ ДОСТОВЕРНОСТЬ НОВОСТНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Стремительное развитие информационных ресурсов, доступность смартфонов и планшетных компьютеров открывают практически безграничные возможности для доступа к информации самого разного уровня. Чтобы быть полноценным участником современной жизни, необходимо уметь воспринимать контент критически, отличать настоящие новости от ненастоящих, так называемых фейков.

1 ЧТО? ГДЕ? КОГДА?

Отвечает ли текст на ключевые вопросы: Что? Где? Когда? При каких обстоятельствах? Кто главные действующие лица?



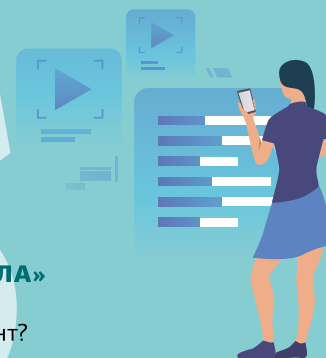
2 БРОСКИЙ ЗАГОЛОВОК

Проверьте, совпадает ли заголовок, первый абзац и текст новости. Говорят ли они об одном и том же?



3 «БАБУШКА НА СКАМЕЙКЕ СКАЗАЛА»

Какие доказательства использует корреспондент? Видел ли он это сам или пересказывает чьи-то слова?



4 РАСКРЫВАЕТ ЛИ КОРРЕСПОНДЕНТ МЕТОДЫ СВОЕЙ РАБОТЫ?

Если нет, стоит следует задаться вопросом, почему в тексте нет комментария компетентного лица, очевидца, участника. Возможно, автору не хватает доказательств и он выдает собственное мнение за объективную информацию.



5 ОЦЕНИТЕ НАДЕЖНОСТЬ ИСТОЧНИКОВ

Необходимо обратить внимание на источник информации, поскольку одним из важных доказательств достоверности по-прежнему остается наличие ссылок на источники. Если журналист не предоставляет источники информации, он должен объяснить читателю, почему он не раскрывает эти данные. Прозрачность — это открытость методов. Например, журналист может написать: «источник был недоступен», «пожелал остаться анонимным».

6 ЕСТЬ КОНТЕКСТ?

Указывает ли журналист контекст истории? Есть ли в тексте статьи предыстория вопроса, связи с другими случаями, сравнения?



Если информация получена из интернета, проверьте, зарегистрирован ли ресурс в качестве СМИ, ведь иначе он может публиковать любые «новости».

7 ТЕКСТ НЕ МОЖЕТ БЫТЬ АНГАЖИРОВАННЫМ

Журналист должен связаться со всеми участниками новости и дать им возможность высказаться. Это позволяет сохранять независимость.

