ООО "Центр дистанционного обучения "АКАТО"
197374, Санкт-Петербург, ул. Мебельная, д.12
Бесплатный звонок по России: 8-800-700-60-58
www.acato.ru, e-mail: acato@acato.ru

Центр дистанционного обучения “АКАТО” (г.Санкт-Петербург) - российский лидер по организации юридических и бухгалтерских семинаров по актуальным вопросам жилищной сферы.

04.08.2014 | ЖКХ в СМИ: Как победить в информационной войне?

По данным ВЦИОМ, уже не первый год ЖКХ является в России политической проблемой №1. Люди недовольны размером платежей, ростом тарифов, низким качеством жилищно-коммунальных услуг. Разумеется, накопленные негативные эмоции рано или поздно требуют выхода. И выход этот «услужливо» подсказывают СМИ: «Жалуйтесь!», «Судитесь!», «Пишите заявления!», «Боритесь за свои права!». Людей подбадривают: «Вам должны!», «Вас обманывают!», «Вы имеете право!». И логичным продолжением этих информационных сообщений становится указание на тех самых субъектов, которые всем должны и на которых необходимо жаловаться. И субъектами этими, как всем хорошо известно, являются управляющие организации и ТСЖ.

В данной статье попробуем разобраться, что же могут предпринять добросовестные УО (УК, ТСЖ, ЖСК, ЖК) в ситуации, когда их заочно назначили виноватыми?

Ежедневно мы слышим из телепередач про «недобросовестных коммунальщиков», которыми именуют исключительно работников УК и ТСЖ (производители коммунальных ресурсов к «коммунальщикам» «традиционно» не относятся). Печатные СМИ публикуют статьи про «громкие разоблачения» управляющих компаний, РСО постоянно твердят, что исполнители коммунальных услуг их обворовывают, чиновники всех уровней заявляют о недобросовестности УК как о главной проблеме в ЖКХ.

И, что удивительно, никакие государственные меры не могут урезонить «воров управдомов» - и прокуратура, и ГЖИ, и общественные организации, включая целые политические партии, всегда готовы оказать помощь простым гражданам в борьбе против «недобросовестных управляющих компаний». И штрафы увеличивают, и судопроизводство переводят из гражданского в уголовное, и перечень обязанностей постоянно пополняют – а они всё живут!

Рисуют нам СМИ примерно следующую «картину маслом». Многотриллионный рынок управления МКД захватили недобросовестные УК! Паразиты УК собирают огромные средства с добросовестных граждан, и деньги эти тратят на себя любимых, не оплачивая получаемые от РСО ресурсы, и ни копейки не тратя на содержание и ремонт домов. Дома рушатся, качество коммунальных услуг недопустимо низкое (при том, что РСО подают

исключительно высококачественные ресурсы, отвечающие всем требованиям). И ни надзорные инстанции, ни органы власти всех уровней, ни суды никак не могут повлиять на негодяев!

Бедные РСО из последних сил в убыток себе подают жильцам горячую воду, газ, свет, самостоятельно решают вопрос качества этих коммунальных услуг. А подлые УК умудряются еще каким-то образом ухудшать качество этих услуг (даже при отсутствии технических возможностей!) – целенаправленно остужают горячую воду (что приводит к неудовлетворительному отоплению и ГВС), добавляют в питьевую воду ржавчину, обеспечивают перебои в подаче электроэнергии и т.д. и т.п.

Политики всех уровней и кандидаты в политики обещают наладить ЖКХ перед каждыми выборами, а после выборов уже традиционно признаются в отсутствии полномочий и невозможности бороться с непобедимыми монстрами – управдомами.

И, оказывается, только сами пострадавшие (т.е. собственники и наниматели помещений) могут победить страшное зло путём многочисленных жалоб, заявлений, отказами устанавливать экономически обоснованный тариф за содержание и ремонт – в общем, любыми действиями, создающими помехи деятельности по управлению МКД. Ведь у нас квартиры в частной собственности, и никто не может вмешиваться в дела управления собственника своим имуществом.

Но тут же периодически обнародуются интересные факты (упоминающиеся без всякой связи с «ворами УКашками»).

Оказывается, РСО (без стеснения заявляющие, что УК воруют их деньги) сопротивляются введению непосредственного управления – как раз той модели управления МКД, когда посредников между поставщиком коммунального ресурса и потребителем коммунальной услуги не существует (т.е. когда «воров» лишают возможности воровать). Более того, недавно принятый «Закон о лицензировании деятельности по управлению МКД» (Федеральный закон от 21.07.2014г. N255-ФЗ) подразумевает ликвидацию института непосредственного управления МКД, по крайней мере, в домах, количество квартир в которых более 16 (п.5 ст.7 **Закона о лицензировании ЖКХ**).

Безусловно, РСО громко заявляют о своем желании получать свои деньги напрямую с собственников, но, оказывается, не хотят исчезновения УК! Ведь УК и ТСЖ даже при прямых расчетах населения с РСО остаются исполнителями коммунальных услуг, несут всю полноту ответственности за качество этих услуг, да еще и при «правильно» оформленном договоре ресурсоснабжения оказываются должниками перед РСО по обязательствам собственников, если те, потребляя коммунальные услуги, вдруг решили их не оплачивать. При этом исполнитель коммунальных услуг выступает для РСО в

качестве бесплатного коллектора, работающего с должниками-потребителями (расходуя на это свои финансовые и человеческие ресурсы) и в полном объеме (не оставляя себе ни копеечки, не компенсируя свои расходы на «выбивание» этих денег, да еще дополнительно тратя средства на банковские переводы) перечисляющего деньги в РСО. «Под шумок» РСО умудряются взыскивать с управляющих организаций деньги даже за несуществующие услуги, например, за «водоотведение на ОДН». Да и удобно использовать УК и ТСЖ в качестве «подушки безопасности», обвиняя их во всех проблемах, «вешая на них всех собак».

В процессе обсуждения того же «**Закона о лицензировании ЖКХ**» экспертами высказывалось, например, такое мнение: «УО получит возможность отказаться от "нерентабельных" домов путём исключения их из перечня МКД в заявлении на выдачу лицензии». Что же получается? Есть "нерентабельные" дома? И их так много, что эту проблему обсуждают на федеральном уровне? И власти опасаются, что УО могут такие дома «бросить», а кто-то другой (вероятно, органы госвласти, местного самоуправления) вынуждены будут решать вопросы содержания и ремонта таких домов? А как же повальное воровство УК? Впрочем, «мелкие нестыковки» между реальным положением дел и навязываемой населению теорией легко теряются в мощном информационном потоке наших «честных» и «независимых» СМИ.



Целью данной статьи, впрочем, не стоит поиск причин такой ситуации. Хочется попытаться выработать эффективную модель действий УК и ТСЖ в сложившихся условиях.

Итак, первое, что надо понять – против УК и ТСЖ ведётся настоящая информационная война. Если это не так, то происходящая вакханалия в СМИ может быть только последствием массового помешательства. А поскольку в такое повальное нарушение психики верится с трудом, признаем, что происходит борьба в информационном поле.

И одной из сторон этой борьбы (между прочим, традиционно проигрывающей) являются как раз УО (УК, ТСЖ, ЖСК, ЖК), а другой стороной могут выступать и РСО, и органы власти, и надзорные инстанции, и политики (представляющие как власть, так и оппозицию), и различного рода коммерческие и некоммерческие организации, и отдельные граждане.

И что же делать управляющим организациям?

Можно, конечно, плакаться на «злую судьбу» и ждать, что некто умный и сильный

неожиданно всё наладит. Но лично мне кажется, что если уж называть вещи своими именами и признавать, что идёт настоящая информационная война против УО, то этим самым УО надо не ожидать исхода этой войны (который, естественно, не может быть благоприятен для УО при отсутствии их сопротивления), а предпринимать ответные действия. И эта ответная реакция должна быть продуманной, сильной, эффективной. И поскольку речь идёт о войне информационной, противодействие атакам должно также осуществляться в информационном поле.

Самое главное в информационной войне – поиск союзников. И наиболее важными союзниками представляются жильцы тех домов, которыми УО управляет. Таким образом, важнейшая задача – создание у собственников и нанимателей помещений управляемых МКД положительного образа управляющей организации, превращение этих самых собственников и нанимателей в надежных сторонников, соратников, сподвижников. Тут же надо отметить, что информационные атаки, в принципе-то, и направлены на жильцов домов. Поэтому взаимодействие с этими жильцами просто необходимо как минимум для нейтрализации вражеских атак.

Управляющей организации необходимо выстраивать с жильцами взаимодействие, конструктивный диалог (или, на худой конец – монолог). Необходимо направлять на них информационный поток «своей» информации, не давать «разным врагам» возможности «промывать мозги» потенциальным союзникам.

Далее позволю себе дать **несколько советов управляющим организациям** о том, как можно выстраивать эффективное информационное взаимодействие с населением (предлагаемые рекомендации сформулированы на основе обобщённого положительного опыта работы с жильцами управляющих организаций различных регионов РФ):

1. Информируйте население

Необходимо информировать жильцов о всех Ваших достижениях, разъяснять жилищное законодательство, доводить до сведения информацию о тех или иных событиях в жилищной сфере и т.п. И для этого можно использовать широкий спектр инструментов: публикации в местных СМИ, выступления по местному телевидению, организация различного рода собраний, обходы домов, размещение информации на квитанциях, на собственных Интернет-ресурсах. Можно выпускать свою газету, какой-либо информационный бюллетень, использовать иные способы информирования населения. Желательно использовать все возможные каналы информационного воздействия.

Естественно, информационные сообщения, статьи, обращения должны быть объективными, соответствующими действительности, хотя в отдельных случаях и допустимы субъективные оценки, мнения, высказывания, не искажающие общеизвестные факты.

2. Проводите обучение

Прошедшие обучение компетентные жильцы – Ваши друзья. Особенно если обучение проводили Вы, а не кто-либо из Ваших «врагов». Помимо простой благодарности «учителям» обученные Вами люди получат именно ту информацию, которую Вы считаете нужным им дать. Начните обучение, например, с Советов МКД, постепенно расширяя аудиторию, и довольно скоро Вы увидите, насколько легче Вам будет взаимодействовать с Вашими жильцами.

3. Будьте открытыми

Необходимо вести прием жильцов. Приём должны вести не только специалисты «паспортного стола» и бухгалтерии по начислению коммунальных услуг, но и, например, директор, инженер, юрисконсульт, прочие специалисты. Создайте максимально комфортные условия для ожидающих приёма граждан. Украсьте не свой кабинет, а приёмную, в которой ждут своей очереди посетители.

Позволяйте жильцам участвовать в осмотрах общедомовых приборов учёта, в иных мероприятиях, старайтесь развивать позитивное сотрудничество во время такого рода совместной работы.

Участвуйте в различного рода собраниях, совещаниях, обсуждениях, высказывайте своё мнение, комментируйте события.

Тут же необходимо напомнить про обязанность раскрытия информации - раскрывайте максимально возможное количество информации. Речь не идёт о предоставлении сведений о зарплатах работников, но раскрыть информацию о затратах непосредственно на каждый управляемый дом с распределением суммы по всем видам работ будет очень даже полезно.

4. Реагируйте на жалобы

Очевидно, что обоснованные жалобы должны быть тщательно разобраны, на них должен быть дан разумный подробный ответ, сами же выявленные замечания должны быть минимизированы, либо устранены. А что же делать с многочисленными необоснованными жалобами, поданными людьми, которые что-то где-то прочитали и по непонятным причинам решили, что их кто-то обманывает, иными словами – жалобы тех, кто «слышит звон, да не знает, где он»?

При поступлении «неадекватных» жалоб реагируйте на них максимально быстро и широко. Пишите не только письменный ответ заявителю, но и открытый ответ в местных СМИ с обязательным объяснением абсурдности жалоб и ссылкой на то, как много времени у работников УО отнимает обработка различных заявлений, содержащих неадекватные требования (неисполнимые и не вмененные в обязанности УО ни договором управления, ни каким-либо НПА).

5. Признавайте ошибки и недоработки

Не «отмазывайтесь»! Если Ваша организация допустила просчёт, промах (особенно который невозможно скрыть), обязательно признайтесь в этом. Не стоит, конечно, бравировать своими ошибками, но и отрицать их в ряде случаев глупо. Лучше всего вскользь сообщить о своей ошибке, с обязательным указанием мероприятий по ликвидации негативных последствий, отметив положительные моменты («На ошибках учатся», «Благодаря случившемуся, в нашей компании создан специальный отдел, который в будущем предотвратит возникновение не только произошедшего, но и ряда аналогичных событий, возникновение которых мы раньше даже не прогнозировали» и т.д. и т.п.).

6. «Указывайте виноватых»

При использовании этой рекомендации надо быть осторожным, особенно если придётся балансировать на грани объективного и субъективного. Нельзя «перегибать палку». Но тем не менее, необходимо по возможности перенаправлять негатив со своей организации на других.

Люди недовольны тарифом на воду? Так обязательно говорите им, что тариф утверждают органы госвласти. А Вы со своей стороны тоже сопротивляетесь такому большому тарифу. Мало того, что Вы чисто по-человечески понимаете людей, так Вы еще лично заинтересованы в уменьшении тарифа (Вы же тоже платите квартплату), а Ваша управляющая компания из-за повышения тарифа терпит дополнительные убытки (например, из-за оплаты банковских переводов, плата за которые установлена в % и зависит от перечисляемых сумм). В общем, во всех бедах виноваты совсем не Вы!

7. Создавайте атмосферу нетерпимости к должникам и вредителям

Разъясняйте людям, что убытки, которые приносят Вам должники, погашаются из средств, собранных с добросовестных жильцов. Т.е. эти самые добросовестные жильцы платят долги своих соседей. И Вы можете победить всех этих злостных неплательщиков только с помощью их соседей!

Что касается различного рода вредителей (бьющих стёкла и рисующих на стенах), тут нужны и обращения в полицию, и призывы к жильцам ловить и задерживать таких хулиганов, объяснять недопустимость такого поведения своим детям и т.п.

8. Выстраивайте обратную связь

Проводите анкетирования, опросы жильцов, собирайте информацию. Во-первых, таким образом Вы снимете накапливающийся негатив - вплеснутые на бумагу эмоции уже меньше давят на психику людей. Во-вторых, Вы будете получать информацию о волнующих людей вопросах, получать оценку своей деятельности. И в-третьих, будет создаваться положительный образ заботливой неравнодушной компании, что не может не способствовать росту доверия к ней.

9. Вовлекайте жильцов в деятельность по управлению МКД

Организуйте различные мероприятия, в которых могут участвовать жильцы. Инициируйте субботники, организуйте конкурсы на лучший двор, лучший подъезд и т.п. Проводите специализированные конкурсы: среди детей - на лучший рисунок, среди дизайнеров - на лучший логотип, среди творческих коллективов - на лучший слоган и т.п. Привлекайте в комиссии по оценке конкурсантов своих жильцов, представителей общественности. Выбирайте в качестве поощрительных призов связанные с жилищной сферой полезные вещи: например, дому-победителю - детскую площадку, подъезду-победителю - энергоэффективную систему освещения, победителю индивидуального соревнования - установка комплекта водосчётчиков.

Принимайте от людей предложения по совершенствованию деятельности УО, реализуйте совместные проекты.

10. Подчёркивайте единство целей

При любом удобном случае давайте жильцам понять, что Вы наняты ими на работу, у Вас нет никаких собственных интересов, кроме как исполнение работ по содержанию и ремонту их домов, достижения максимально комфортных условий их проживания, предотвращение аварий и всесторонняя помощь во всех вопросах жилищной сферы.

Насколько эффективны предлагаемые мероприятия?

Конечно же, у многих прочитавших советы по информационному взаимодействию возникают некоторые возражения. Ниже приведу часть из них:

1. Подавляющее число жильцов – дилетанты. Они ничего не понимают, им бесполезно что-либо объяснять.

2. Информационное взаимодействие можно налаживать непосредственно перед общим собранием собственников, на котором будут решаться важные вопросы (например, увеличение тарифа на содержание и ремонт), в остальное время отвлекать специалистов на «информационную работу» - глупо, неэффективно, нерентабельно.

3. Предлагаемая работа требует огромных ресурсов - финансовых, трудовых. УК, ТСЖ не могут позволить себе тратить средства на такую работу. Гораздо правильне заниматься именно содержанием и текущим ремонтом, а не глупыми PR-акциями.

Что ж, попробую доказать несостоятельность этих замечаний:

Во-первых, необходимо учитывать, что даже некомпетентные жильцы, ничего не понимающие в жилищном законодательстве, высоко ценят саму деятельность по разъяснению, положительно оценивают открытость УО, ее стремление донести какую-либо информацию до граждан. А с учётом желания довольно большой части людей постоянно бравировать своими знаниями, будет отмечаться цитирование информации, предоставляемой УО. И, естественно, цитирующий то или иное сообщение человек будет с большим доверием относиться к источнику такого сообщения. А ведь источником как раз и является УО. А уж грамотные компетентные жильцы наверняка оценят информационно-разъяснительную работу очень высоко и могут стать настоящими союзниками УО.

Что же касается «периодичности» информационной работы (т.е. её востребованности именно перед Общим собранием или в какой-либо другой конкретный момент и "ненужности" во все остальные периоды), тут необходимо понимать, что «глубина» информационного воздействия, влияющая на степень доверия, - величина, безусловно, зависящая от времени этого воздействия. Жильцы дома нанимают УК, и после проведения общего собрания продолжают платить этой УК за услуги по содержанию и ремонту, т.е. остаются ее клиентами. Нельзя считать целью работы УК «протаскивание» нужных решений через ОССП с целью дальнейшего получения максимальной прибыли и минимизации издержек (даже в ущерб качеству обслуживания). Надо помнить главное - жильцы могут нанести существенный, даже непоправимый урон деятельности УО не

только на общем собрании собственников, но и в любой момент, когда им это заблагорассудится! Примеров - масса.

Поэтому информационно-разъяснительную работу надо вести постоянно! И пусть Вас не пугает большое число неадекватных, неправильно воспринимающих ситуацию жильцов. Большинство граждан - всё же адекватные разумные люди, готовые воспринимать и усваивать информацию.

В маркетинге есть очень интересная система оценки рынка потребителей. Согласно этой системе некоторая часть потребителей (например, 10%) купит товар (услугу) любого качества по любой цене при любых условиях, другая аналогичная часть (те же 10%) никогда ни по какой цене ни при каких условиях не приобретут товар (услугу), какое бы у нее ни было качество. С этими двумя категориями потребителей маркетологу нет смысла работать. А вот оставшаяся часть (80%) – это и есть та целевая аудитория, на которую направлены различные информационные, маркетинговые мероприятия.

Поэтому важно понимать, что никогда 100% жильцов не станут противниками УО, как и никогда 100% жильцов не станут сторонниками УО, и конкретный процент поддерживающих УО жильцов зависит как раз от эффективности (количества и качества) мероприятий по информационному воздействию на этих самых жильцов.

Что касается «нерентабельности» информационной работы, тут надо проводить анализ занятости специалистов. Могу лишь привести такой пример: одна из управляющих компаний договорилась с местной газетой о ведении рубрики, посвященной ЖКХ. В этой рубрике разъяснялись различные аспекты жилищного законодательства, давалась информация о планах компании по повышению качества управления МКД и - самое главное - давались ответы на поступающие от жильцов вопросы.

В итоге за два месяца публикаций количество обращений в УК (жалобы, заявления и т.п.) снизилось в пять раз (!), уменьшилось количество проверок прокуратуры, снизилось количество запросов из надзорных инстанций, органов местного самоуправления и т.п. А ведь каждая жалоба требовала ответа и конкретных действий специалистов, даже разъяснения одних и тех же типовых вопросов отнимали довольно-таки много времени на подготовку ответа, требовали финансовых расходов на ту же бумагу, конверт, оплату почтовых расходов.

Каждый запрос надзорных инстанций и органов местного самоуправления оборачивался необходимостью копирования десятков, а то и сотен листов различных документов - а это опять бесполезный расход рабочего времени специалистов и материальных ценностей - бумага, картриджи, электричество и т.п.

Таким образом, осуществление информационно-разъяснительной работы - очень даже рентабельное направление деятельности, способное высвободить существенные

временные, финансовые, трудовые ресурсы различных подразделений компании.

Отсутствие же такой работы приводит к накоплению "текучки" в виде неотвеченных писем, как следствие, росту жалоб, повышенному интересу надзорных инстанций. В итоге вполне может создаться ситуация, когда все специалисты УК целые дни будут писать ответы на жалобы, готовить документы по запросам, давать объяснения проверяющим. А работать-то будет некогда и некому!

Ну, и ещё один совет напоследок: даже если Вы высоко оцениваете потенциал информационно-разъяснительной работы, не спешите сразу же заниматься этой деятельностью. Ведь на это направление Вам нужен будет специалист, и специалист очень высокого уровня, хорошо разбирающийся и в юридических, и в технических вопросах, умеющий грамотно довести до сведения населения нужную информацию.

Иными словами - смотрите, чтобы опрометчивая деятельность не привела к ситуации, описанной в одной притче:

«Лесоруб пилит дерево тупой пилой. Проходящий мимо человек спросил:
- Почему бы Вам не прерваться на некоторое время, чтобы заточить пилу?
Лесоруб подумал и ответил:
- Мне некогда этим заниматься, мне надо работать! - и продолжил пилить дерево тупой пилой».

****

Развитие темы информационной войны в ЖКХ по ссылке > > >

****

Автор:Нифонтов Д.Ю.