

# ПРЯМАЯ ЗАВИСИМОСТЬ

## СВОИМ ВЗГЛЯДОМ НА ПУБЛИЧНОСТЬ В ЦЕЛОМ И ТО, КАКИМ ОБРАЗОМ ОНА СКАЗЫВАЕТСЯ НА КАРЬЕРЕ, ПОДЕЛИЛИСЬ С SOCIAL REPORT «ЛИЦА ГОРОДА» УЧАСТНИКИ РЕЙТИНГА.



РОМАН ПРОВЦОВ

**ОЛЕГ ШАВИН, заместитель генерального директора ОАО «МРСК Центра и Приволжья» — директор филиала «Нижевэнерго», депутат законодательного собрания Нижегородской области:**

— Я никогда не стремился к публичности и был далек от нее. Но три года назад, возглавив одну из крупнейших энергокомпаний Нижегородского региона и став ее лицом, осознал, что несую круглосуточную ответственность за каждое свое слово и действие, даже не относящееся к производственному процессу. Думаю, публичность и открытость для общественности и средств массовой информации руководителю крупной организации, тем более той, которая занимается жизнеобеспечением практически всей Нижегородской области, просто необходима. Люди имеют право знать, что делают энергетики для того, чтобы в домах нижегородцев всегда были свет и тепло. Кроме того, доступность для СМИ со стороны филиала «Нижевэнерго» помогает формировать доверие к нашей работе, не случайно же средства массовой информации называют «четвертой властью».

Благодаря открытости нам, энергетикам, удалось наладить конструктивный диалог с властью и бизнес-сообществом. Сейчас все понимают, что проблему энергодефицита в Нижегородской области и ее инвестиционной привлекательности можно решить всем вместе. И в первую очередь нам нужно научиться разумно потреблять энергоресурсы.

**ИРИНА АЛУШКИНА, президент ОАО АКБ «Саровбизнесбанк»:**

— Непременным условием эффективности банковского бизнеса в современных условиях является высокий уровень доверия к нему населения. Мы понимаем, что самый главный актив банка — наши

клиенты, донести до которых правильную информацию вовремя становится иногда одним из важных направлений в работе. В частности, лояльность клиентов во время процесса реорганизации (в сентябре прошлого года Саровбизнесбанк объединился с Нижегородпромпстройбанком) нам удалось сохранить именно благодаря высокому уровню информационной открытости процесса присоединения. Широкое освещение в СМИ планов по слиянию, механизма процесса, тщательный анализ последствий сделки способствовали тому, что уровень доверия нижегородцев к объединенному банку вырос. Принципы открытости и прозрачности лежат в основе всех наших продуктов: мы никогда не использовали скрытых комиссий, всегда предоставляли и предоставляем полную и правдивую информацию об услугах банка.

**АНДРЕЙ СПИРИН, генеральный директор ООО «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт», депутат законодательного собрания Нижегородской области:**

— В силу своей должности, как на посту генерального директора и как депутат законодательного собрания, мне приходится очень часто общаться с представителями СМИ и моими избирателями. Публичности не боюсь и уже давно к этому привык. Я всегда открыт для общения, но мне нужна тщательная подготовка к беседе, цифры, факты. Также считаю, что публичность и информационная открытость положительно влияют на бизнес. Однако важно, чтобы СМИ умели профессионально подавать и комментировать полученную информацию.

**АНДРЕЙ РЕВКОВ, директор МТС в Поволжье:**

— На мой взгляд, современный топ-менеджер, управляющий бизнесом федеральной публичной компании в целом ряде регионов, просто обязан

быть открытым для общественности и представителей СМИ. Интервью, общение со студентами, моллодыми учеными, участие в дискуссионных мероприятиях с представителями власти и партнерами по рынку — все это неотъемлемая часть работы. Меня искренне радует, что на информационном поле Поволжья и Нижегородской области компания МТС представлена весьма широко: наши руководители часто выступают в качестве экспертов в области телекоммуникаций, мы с готовностью принимаем участие во внешних мероприятиях и инициируем собственные, информируем СМИ о новых продуктах, услугах, развитии сетей. Убежден, что благодаря такой активности наши клиенты не испытывают дефицита в новостях о современных телекоммуникационных сервисах, которые либо уже доступны, либо появятся на рынке в ближайшем будущем.

**АЛЕКСАНДР ШАРОНОВ, председатель правления ОАО «НБД-банк»:**

— Я считаю, что публичность нужна руководителю компании, но при этом надо понимать ее рамки. Злоупотреблять ею однозначно не следует. Она должна быть ровно в той мере, чтобы сторона, получающая информацию, знала о принципах и подходах в ведении бизнеса, ориентиры, к которым стремится компания. Однако важно не выходить за рамки, которые ограждают личную жизнь человека. Так, появление различной информации об известных людях на страницах «желтой» прессы — не то, что в моем понимании можно считать открытостью. Если говорить обо мне, то я всегда старался следовать принципам открытости. Она нужна, потому что до людей необходимо доносить свою позицию. Услышат они или нет, поверят или нет, согласятся или нет, не знаю. Но если ты хочешь быть услышанным, то это надо делать.

**МИХАИЛ РЫЗЛЕЙЦЕВ, директор нижегородского филиала ИК «Брокеркредитсервис»:**

— Компания, руководитель которой не прячется за дверями своего кабинета, всегда получает ряд преимуществ: ее образ в глазах потенциальных и действующих клиентов обретает черты конкретного человека, что, конечно же, повышает уровень интереса и доверия к ней. К известному и открытому человеку проще обратиться за комментариями, получить ответы на вопросы, узнать его мнение. Но это накладывает огромную ответственность на руководителя: ведь все его поступки, слова, действия становятся доступными тысячам человек — хочешь не хочешь, а приходится контролировать себя каждую минуту появления на публике. Кроме того, есть опасность, что персональный имидж не очень хорошего руководителя может негативно повлиять на отношение к компании, а проблемы компании автоматически становятся личными проблемами руководителя. Поэтому публичность — это тоже работа. Кто-то готов брать ее на себя, кто-то предпочитает оставаться в тени. Услуги, которые предоставляет наша компания, подразумевают высокую степень доверия со стороны клиентов, уверенность в глубоких знаниях наших специалистов. Поэтому я стараюсь, чтобы люди видели во мне профессионала, которому они могут доверять, и понимали, что я представляю интересы очень сильной команды экспертов и опытных специалистов фондового рынка.

Трудно сказать, что открытость помогает в карьере: потенциальный работодатель все же ориентируется на мнение, которое складывается в профессиональной среде. А оно не зависит от публичных выступлений, а исключительно основывается на результатах работы, положительных отзывах клиентов и коллег.

**НАТАЛЬЯ МОРОЗОВА, управляющий нижегородским филиалом банка «Возрождение»:**

— В вопросе открытости я целиком и полностью поддерживаю политику нашего банка, который традиционно стремится к прозрачности бизнеса. Это касается как раскрытия финансовых показателей, так и повседневного обслуживания клиентов. Мы считаем, что нужно быть открытым как к компании, так и к человеку. Если бизнес работает честно, то ему и скрывать нечего. Разве вы доверите распоряжение своими финансами банку, который, на ваш взгляд, что-то утаивает? Но, естественно, существует некий разумный предел информации, которую должна предоставлять компания. Например, мы осторожно подходим к прогнозам, учитывая существующую нестабильность в экономике. Также стараемся честно и оперативно реагировать на возникающие вопросы или отзывы клиентов. В нынешних условиях практически любая информация может стать доступной обществу. Обращаясь к нашему принципу работы «Не деньги делают банк, а взаимоотношения», хочется отметить, что соответствующей открытости и честности мы ждем и от своих клиентов, так как это в первую очередь нужно им самим. В этом случае банк сможет подобрать наиболее оптимальный для него продукт и при неожиданном возникновении проблем в бизнесе клиента максимально оперативно среагировать и постараться помочь. ■