

→ 20 К примеру, нижегородское бизнес-пространство отличают открытость и интеграция менеджеров иностранных компаний в различные деловые и общественные организации». По словам госпожи Артемьевой, прозрачность и открытость иностранных холдингов во многом достигаются благодаря личным качествам их управленцев. «Организация мероприятий для продуктивного общения с другими бизнесменами — устоявшаяся практика для иностранных компаний. Это позволяет поддерживать формальные и неформальные отношения в деловом сообществе и в дальнейшем совместно реализовывать социальные и благотворительные инициативы. Но без участия топ-менеджеров эти мероприятия не инициируются и не проходят», — объясняет она.

«Необходимо 20 лет, чтобы создать репутацию, и 5 минут, чтобы ее разрушить. Если об этом задуматься, начинаешь по-другому вести себя», — говорит директор филиала «Волга» компании «Объединенные пивоварни Хейнекен» в Нижнем Новгороде Маттеас Диетворст. — Поэтому публичность и открытость относятся к базовым принципам нашего взаимодействия с обществом. Как директор пивоварни «Волга» я обязан общаться со СМИ, принимать участие в публичных мероприятиях, выступая от имени компании. Несмотря на то, что я операционный руководитель, это важная часть моей работы».

По словам генерального директора ООО «РЕ-МОНДИС Арзамас Сервис» (входит в германскую группу Remondis, которая является одним из крупнейших европейских операторов рынка ЖКХ) Андреаса Шёлцке, для него как для главы предприятия государственно-частного партнерства в сфере водоснабжения и коммунального хозяйства общественная деятельность стала уже неотъемлемой частью жизни. Ежеднев-

ный приём посетителей в центре обслуживания клиентов, выступления на местном телевидении являются важными инструментами для поддержания тесного контакта с клиентами. «Хотя я говорю на русском языке с акцентом, люди ценят возможность пообщаться с немецким директором напрямую», — рассказывает господин Шёлцке. «Прозрачность в работе с государством, общественностью, клиентами и подрядчиками — один из основных принципов нашей компании, и этот принцип вполне работоспособен в России», — добавляет директор по стратегическим проектам «Эр Ликид» в России Дмитрий Кузнецов (Air Liquide — международный производитель газов для промышленности, здравоохранения и защиты окружающей среды, планирует поставлять ООО «Русвинил» кислород, азот и сухой сжатый воздух для нового завода по производству ПВХ в Кстово). При этом, по словам господина Кузнецова, выходя на рынок другого государства, публичная компания ждет открытости и прозрачности и от остальных участников рынка и госструктур: «Большинство процедур и нормативов, как федерального, так и регионального уровня, довольно прозрачны и понятны. Но не все. К сложным вопросам я бы отнес деятельность таможни, а также процесс получения разрешения на строительство и подсоединение к электросетям. Эти процедуры крайне запутаны, ряд из них отличается от региона к региону».

Зачастую зарубежным концернам, начинающим строительство заводов в России, просто необходимо быть открытыми, чтобы общественность начала им доверять и их проект все же был реализован. В подобном положении в Нижегородской области оказалась французская Saint-Gobain Group. Напомним, что в 2007 году французы выступили с проектом разработки северной

части Гомзовского месторождения гипса и ангидрита в Павловском районе и строительства завода Saint-Gobain. Воплотить свои планы компания намеревалась уже к 2010 году, однако неожиданно для себя столкнулась с массовыми протестами жителей, которые были уверены, что строительство завода нанесет ущерб экологии района. Чтобы доказать населению, что проект никак не повлияет на экологическую обстановку, руководство Saint-Gobain провело не одну встречу с жителями, демонстрируя работу аналогичных предприятий в других странах и вывоза лидеров общественного мнения — журналистов и экологов — во Францию. «Я чех, работаю в международной компании с французскими корнями, и вот уже полтора года возглавляю строительство завода в Павловском районе», — говорит директор промышленного комплекса по производству гипсокартона «Сен-Гобен Гомзово» Ярослав Людвик. — Мои коллеги и партнеры — русские специалисты, чиновники, предприниматели, сельские жители. Легко ли нам найти общий язык? Обычно очень легко. Никто не спорит, что молодежи нужна хорошая работа, а деревне Гомзово, рядом с которой строится наш завод, нужны газ, вода и дороги. Но иногда приходится потрудиться, чтобы достичь взаимопонимания. В России, как везде, основа любого дела — это доверие. А доверие невозможно без полной открытости и честности». И, несмотря на то, что сейчас все акции протеста уже позади, управляющий заводом до сих пор встречается с населением Павловского района не реже чем раз в квартал: «Мы хорошо знаем своих соседей и доступны для их вопросов и предложений. Регулярно выступаем на радио, в прессе, дискутируем в социальных сетях. Я рад, что для «Сен-Гобен» такой уровень открытости — это норма жизни», — продолжа-

ет господин Людвик. По наблюдениям руководителя «Сен-Гобен Гомзово», «русские не особенно верят словам» и видят подвох в самых благих пожеланиях, поэтому свои обещания и заверения компания старается подтверждать делом. В этом есть и личная позиция Ярослава Людвика: «Я привык к тому, что слова не расходятся с делами. Сначала проверяю свои возможности, потом беру на себя обязательства. Я не жду, что «Сен-Гобен» как западному инвестору поверят на слово или дадут фору. Поэтому открытость и готовность к диалогу — наша сильная сторона».

Важный момент в деятельности иностранной компании, по словам территориального директора по подбору персонала Kelly Services Светланы Лисиной, быть не только открытыми для прессы и общества, но и честными, в том числе в плане финансовой отчетности. «С одной стороны, это накладывает дополнительную ответственность: ты обязан соблюдать правила, которые сам для себя выбрал, проще говоря, должен быть готов отвечать за слова. Но я считаю, что публичность — это признак сильной компании. А кроме того, публичность помогает формировать такой облик компании, который способствует развитию ее бизнеса, вызывает доверительные отношения со всеми партнерами — клиентами, соискателями, прессы», — говорит Светлана Лисина. «Мы стараемся доводить информацию из первых уст, от лица руководителя. Для меня как для руководителя в публичном общении в первую очередь важно донести позицию нашей компании, сформировать положительное отношение к нашему торговому центру. Мои личностные качества скорее служат инструментом для достижения этой цели», — заключает управляющая «МЕГА Нижний Новгород» — входит в ООО «ИКЕА МОС (Торговля и недвижимость)» Татьяна Прохорова. ■

МТС ПРИХОДИТ В ГОСТИ С НОВЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ

Развитие фиксированных сетей связи в крупных и в особенности малых городах — одна из важнейших тенденций на телекоммуникационном рынке Нижегородской области. О выходе на новые рынки и территории, а также о сопутствующих коммуникациях с существующими и потенциальными абонентами рассказал директор МТС в Поволжье Андрей Ревков.



РЕКЛАМА

— Андрей Анатольевич, МТС сейчас активно развивает фиксированные сервисы в регионах ПФО и в его столице. При этом для большинства абонентов МТС — это сотовая связь. Удастся ли компании донести до абонентов, что ваша компания расширила спектр сервисов и предоставляет фиксированный интернет, ТВ и т.д.?

— Сегодня МТС воспринимается большинством абонентов как универсальный оператор связи, который предоставляет все современные телекоммуникационные сервисы. В Нижнем Новгороде, Казани, Кирове, Ижевске и других городах Поволжья масса абонентов поль-

зуются фиксированным интернетом и кабельным ТВ от МТС, имеют несколько наших SIM-карт — в телефоне, модеме, планшетном компьютере и т.д. При этом благодаря конвергенции они, кстати, неплохо экономят.

Конечно, изменить представление абонентов о компании в регионах было непросто, этому предшествовала большая работа по интеграции приобретенных активов в структуру МТС, которую мы провели в 2010–2011 гг., внедрение высочайших стандартов обслуживания и т.д.

Также я не могу не отметить деятельность пресс-службы в Поволжье, которая обеспечивает максимальную открытость компании в вопросах развития фиксированных сетей связи.

— Каковы внешние проявления этой открытости?

— Руководители МТС в Поволжье принимают активное участие в дискуссионных мероприятиях, посвященных развитию фиксированных сервисов, мы информируем абонентов о запуске новых участков сети и модернизации существующих, проводим прямые линии, интернет-конференции, отвечаем на вопросы в социальных сетях, организовываем праздники прямо во дворах домов, в которых стали доступны наши сервисы.

— Как абоненты восприняли появление МТС в качестве провайдера фиксированных сервисов, в частности в Нижегородской области?

— МТС уже присутствует как провайдер фиксированных сервисов в Нижнем Новгороде, Дзержинске, Арзамасе, Сарове, в г. Бор, а также мы заканчиваем стро-

ительство собственной сети в г. Кстово. Мы ощущаем поддержку местного населения и очень благодарны за это. МТС в Нижегородской области знают все без исключения благодаря высокому качеству голосовой связи и мобильному интернету. Мы оправдываем кредит доверия благодаря высочайшим стандартам обслуживания и выводу на рынок принципиально новых по качеству сервисов.

МТС приходит в новые города с самыми современными на сегодняшний день технологиями. К примеру, в г. Кстово Нижегородской области МТС в ближайшее время начнет предоставлять услуги доступа в интернет по технологии FTTB («оптика до дома») и цифровое кабельное ТВ. Разумеется, конвергентные скидочные и бонусные программы также будут доступны.

— Открытость компании и современные технологии — залог успешного выхода на новые рынки и территории?

— Безусловно. Также очень важно понимать, что компания приходит к жителям новых городов в гости. Соответственно, нужно появиться там с хорошим настроением, подарками и вести себя воспитанно. В МТС это отлично понимают, и именно поэтому мы строим сеть только после получения всех необходимых разрешений, в том числе от местного населения, устраиваем акции, чтобы клиенты могли познакомиться с нашими услугами, и делаем все, чтобы ни один вопрос от наших абонентов не оставался без ответа.