



Виктор Храпунов: «Алматы – ГОРОД УНИКАЛЬНЫЙ»



На вопросы главного редактора журнала "Мир Евразии"
Людмилы Адиловой отвечает аким города
Алматы Виктор Храпунов

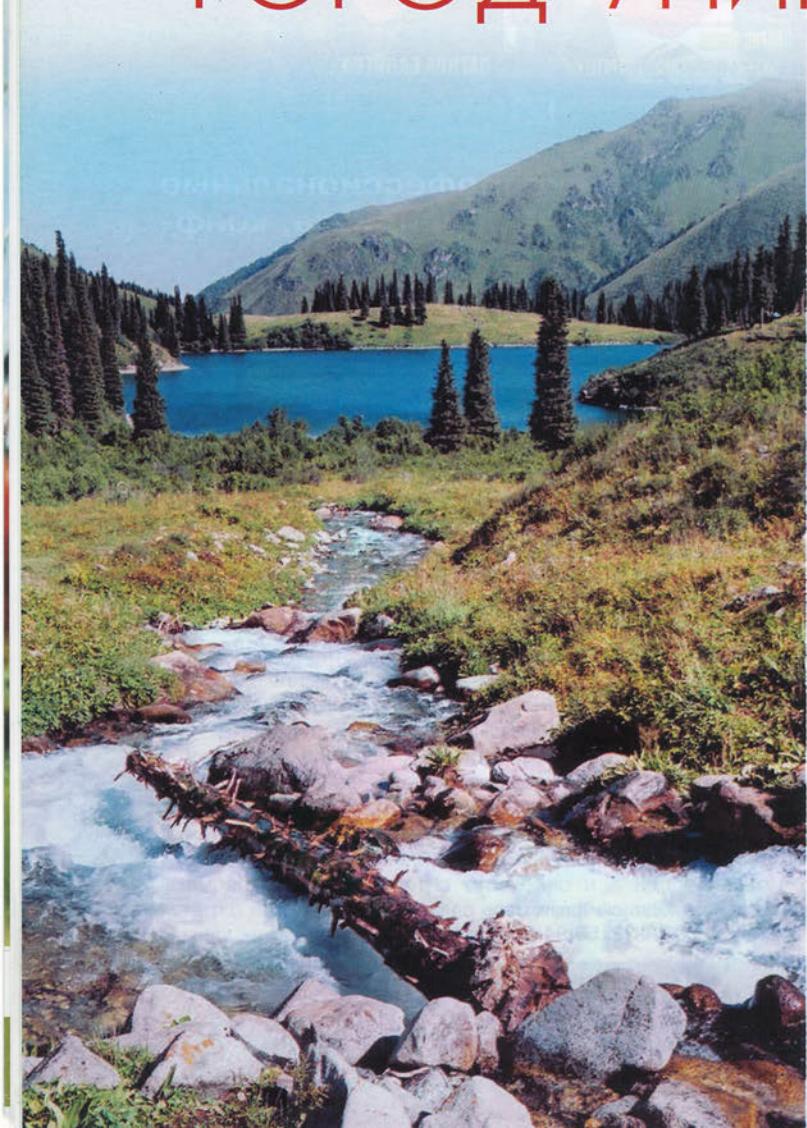
Хорошая репутация всегда была и будет ключевым ресурсом управления. Вы — аким города, управляете крупнейшим мегаполисом в Казахстане. Как вы планируете укреплять репутацию города?

Прежде всего, необходимо не забывать, что Алматы является второй столицей Казахстана. И это возлагает на нас дополнительную ответственность в создании безупречной репутации нашего мегаполиса. Формируется же репутация города под влиянием множества факторов: это и предприятия, олицетворяющие город, его инвестиционный климат, а также события, люди, эту репутацию создающие. Все это находится в нашем постоянном поле зрения. Кроме того, сами наши предприятия профессионально управляют своей репутацией. Репутацию можно рассматривать как инвестицию в бизнес и важное условие для его развития. По сути, она является абсолютным реальным активом и залогом общественного доверия.

Репутация является рыночным фактором. С ее помощью можно изменить отношение населения не только к личности, но и к ее деятельности. Продумываете ли вы тактику своего воздействия на общество?

Что касается моей собственной деловой репутации, она складывается из совокупности всей проделанной работы, задуманных и осуществленных проектов — всего того, что обрел наш город под моим руководством. Смею надеяться, что обладаю достаточно устойчивой деловой репутацией. На имидж руководителя влияют внешние характеристики: то, как он подается в СМИ, как он оценивается окружающими его людьми. Отмечу, что имидж не всегда совпадает с деловой репутацией. Для руководителя репутация является главным залогом успешной деятельности, она залог его веры в себя и веры в него его сотрудников.

Вы являетесь успешным руководителем, за профессиональный менеджмент неоднократно лидировали в номинации "Лучший аким года". Каков ваш стиль руководства?



Для поддержания положительного имиджа власти любой политик любого ранга обязательно должен заботиться о создании и поддержании собственного имиджа и его положительном восприятии. Сегодня управленцу регионального масштаба мало иметь образование, обладать трудолюбием и другими положительными качествами. Важно действовать не только с позиций участия в управлении городом, но и, прежде всего, служения людям. Если это делается искренне и на хорошем уровне, то меняется и отношение населения как к самой личности, так и к ее деятельности.

В нашей городской структуре основные задачи здесь возложены на муниципальные департаменты, обладающие статусом юридического лица, наделенные реальными правами и отвечающими за конечный результат. Нам удается работать слаженной командой, что приносит неплохие результаты, хотя, конечно, и трудностей хватает.

В нашей стране успешно продвигаются рыночные реформы, в инструментарии на получение конкурентных преимуществ стали выдвигаться репутационные факторы. Репутация первых лиц, репутация города, компании. У вас сложился привлекательный имидж, однако с переносом столицы статус Алматы несколько снижен. Что делаете лично вы, чтобы сохранить социально-рентабельный имидж города, его конкурентоспособную репутацию?

Спасибо, за столь высокую оценку нашего города. Это результат слаженной работы всей команды руководителей городских структур. На мой взгляд, профессионализм и внутренняя мотивация городских руководителей – основные человеческие факторы, влияющие на итог работы.

Я не думаю, что Алматы в связи с переносом столицы потерял привлекательность своего имиджа. В первое время, действительно, когда все крупные компании перебазировались в столицу, мы наблюдали некоторый спад в экономике, но прошло немного времени, и город полностью восстановил свой статус одного из самых инвестиционно-привлекательных центров республики. В то же время необходимо наличие имиджевых стратегий, без которых затруднительно добиваться стабильных результатов в социально-экономическом развитии.

Наступило время нового подхода к получению прибылей – стратегии лидерства по стоимости репутации. Какие действия предпринимают предприятия города по продвижению своего бренда и репутации?

Думаю, сейчас создаются условия для эффективной работы предприятий через развитие и поддержку различных форм хозяйствования, смягчение налогового пресса и т. д. А стратегию и тактику своего развития предприятия определяют сами. И вот тут уже не обойтись без владения основами брендинга.

Сначала это были неловкие попытки сохранения традиционно сложившихся ранее связей между производителем и потребителем. Теперь это целый комплекс мер по профессиональному движению продукта, позволяющий успешно развиваться большинству предприятий города.

Хотелось бы упомянуть успехи наших товаропроизводителей. Продукция таких предприятий промышленности, как СП «Беккер», АЗТМ, текстильная компания «АХБК», завод «Казахстантрактор», Электротягомонтный завод, «Искер», «Белкамит» и многих других, широко известна не только на внутреннем, но и на международном рынках.

В последнее время сами предприятия, активно развиваясь, направляют значительные силы и средства на продвижение своих брендов и репутации. Компании «Фуд мастер», АО «Рахат», АО «Назик» ОАО «Бахус», ТОО «Асемай» и многие другие выпускают продукцию, которая прочно зарекомендовала себя не только в Алматы, но и в целом по стране. Отрадно, что на прошедшем Форуме предпринимателей в городе Астане 4 алматинские компании были названы лучшими в республике и удостоены премии «Іскер адам».

тацию на современные, так называемые "международные" формы и методы управления. Это позволяет, сохранив преемственность в управлении, внедрить в него новую демократическую корпоративную культуру.

Кроме того, ведущие предприятия все больше нуждаются в высококвалифицированных специалистах рабочих профессий. Учитывая сложившуюся ситуацию в системе подготовки кадров, акимат постарался сохранить имеющуюся сеть профессионально-технических колледжей, а также мы предприняли ряд мер для того, чтобы сosterкнуть их с руководителями реального сектора экономики.

При конкретно выбранной репутационной стратегии значительно возрастает респектабельность. Алматы заметно преобразился. Каковы перспективы развития города?



Создание и управление репутацией города – это искусство, позволяющее улучшить "качество" основного мегаполиса, являющегося визитной карточкой страны. Какой потенциал культуры управления вы используете?

Полагаю, что данный потенциал целиком наличествует в профессиональных кадрах на всех уровнях управляемой структуры. Несмотря на то что руководителей частного бизнеса к самосовершенствованию подталкивает жизненная необходимость, проблема подготовки профессиональных кадров для реального сектора экономики все равно остается. Я имею в виду и менеджеров-управленцев, и специалистов рабочих профессий. Отмечу, что в последнее время состав чиновников значительно "омолодился": в аппарат пришли молодые люди, имеющие хорошую образовательную базу и ориен-

тует и реализуется Государственная программа развития Алматы на период до 2010 года. Она направлена на развитие промышленного сектора, инновационных технологий, туризма, улучшение благосостояния жителей города. Для достижения этой цели нам предстоит укрепить частный производственный сектор с использованием возможностей города как инновационного и интеллектуального, промышленного центра страны.

В ближайшем будущем мы приступим к реконструкции Площади Республики. На пересечении улиц Сатпаева и Желтоксан от гостиницы "Анкара" до ул. Сатпаева планируется строительство бизнес-центра. Находящийся в восточной части площади госпиталь будет перенесен в другое место, а здесь одна из строительных компаний будет возводить деловой центр. Кстати, эта же компания построит новое здание и для госпитала.



Уже принято решение о реконструкции – транспортная линия будет под землей, а сама площадь станет пешеходной как во многих странах мира. Конечно же, все это будет зависеть, как вы понимаете, от финансирования.

И еще один аспект, всегда актуальный для Алматы, – безопасность. На сейсмоусиление города в этом году направлен 1 млрд тенге. Кроме того, город сейчас затрачивает ежегодно 200–250 млн тенге только на изучение состояния жилого и служебного фонда города, инвентаризацию земель. В соответствии с конкретными рекомендациями специалистов Института сейсмологии принимаются решения о сносе, усилении, реконструкции городских зданий.

Репутационный менеджмент предполагает две укрепленные технологические стадии: уникальность региона: в чем она в Алматы; уникальность людей: чем отличаются алматинцы от жителей других регионов?

Для меня Алматы представляется во всех смыслах уникальным городом. Он представляет собой синтез различных культур, этносов и религий. Веками через Алматы проходили караваны Ве-

ликого шелкового пути – связующие нити между культурами Востока и Запада. После переноса столицы Алматы остается крупным промышленным и культурным центром, где сосредоточены основные высшие учебные заведения, театры, музеи. Немало в нашем городе и уникальных храмов, среди них Центральная мечеть и Вознесенский собор в парке имени 28 героев-панфиловцев. У нас действуют Египетский исламский центр и исламский университет Мубарака, подаренный городу египетской стороной. Как вы уже, наверное, слышали, в этом году будет восстановлен и старейший православный храм города – Софийский собор, разрушенный при Советской власти.

Совершенно неповторима сама аура южной столицы, ее атмосфера. В сердцах казахстанцев Алматы – это город молодости и весны. И недаром такой популярностью пользуется ежегодный музыкальный фестиваль "Алматы – моя первая любовь", постоянным участником которого являюсь и я. Сохранить не только экономический статус и исторический облик города, но и его неповторимую чарующую атмосферу –

вот в чем я вижу одну из главных задач своей работы.

В чем, на ваш взгляд, инвестиционная привлекательность нашего города?

Все предпосылки для привлечения инвестиций в нашем городе в той или иной мере развиты. Несколько лет назад Алматы стал центром финансовых "вливаний" в экономику страны. Только за 2003 год в экономику города направлено более \$1,2 млрд, что на 6% больше, чем за предыдущий год. Фактически это восьмая часть всех капиталовложений в стране. В текущем году этот показатель будет еще выше.

Во всем центральноазиатском регионе нет городов, конкурирующих с Алматы в финансовом секторе экономики. Ни Бишкек, ни Ташкент, ни какой-либо другой город Центральноазиатского региона объективно не достигли той планки развития финансовых рынков и того уровня насыщения экономики капиталом, каковой существует в Алматы. Алма-



ты – крупнейший транспортный узел региона. Здесь получили наибольшее в регионе развитие сетевые банковские технологии, биржевая деятельность. Наконец, здесь очень мягкий и приятный климат, удивительно красивая природа. Всего в нескольких километрах от делового центра Алматы находятся высокогорные базы отдыха "Медеу" и "Шымбулак", не уступающие по природной уникальности лучшим горным курортам Европы. В целях роста инвестиционных возможностей в городе создана клиринговая палата, которая поможет решить проблему неплатежей. Создаются необходимые условия для развития системы лизинга, рынка муниципальных ценных бумаг.

Формирование репутации всегда построено на диалоге, потому что предполагает сознательную и относительно компетентную оценку аудитории. Репутация регионов становится серьезным фактором управления отношениями с общественностью. Что делает горакимат для налаживания режима диалога со всеми слоями населения?



Вы правы, когда говорите о роли диалога в формировании репутации. С целью налаживания режима диалога со всеми слоями населения в городском и районных акиматах регулярно проводятся консультативные встречи руководства города и районов с представителями общественно-политических организаций, Совета ветеранов войны и пенсионеров, НПО, СМИ. Рассматриваются различные вопросы жизнедеятельности города, пенсионного обеспечения, коммунальной службы, образования, здравоохранения, социальной защиты населения и т. д. Этой же цели служат проводимые акиматами "круглые столы", конференции, церемонии выступления в СМИ руководителей города, районов и городских служб.

Лично с ноября минувшего 2003 года встречался с жителями трех районов южной столицы. Люди интересуются, подсказывают, а также ждут конкретной помощи. По итогам этих сходов мною были утверждены и реализованы конкретные планы мероприятий. Но, самое главное, эти встречи показали, что население правильно восприняло реформы, люди на себе чувствуют их результаты и верят в свое будущее.

Позиционирование регионов, целенаправленное управление их репутацией существенным образом влияют на уровень деловой активности притока капиталов, уровень жизни, характер и качество отношений в обществе. Что делает акимат по продвижению имиджа города в рамках Года Казахстана в России?

В целом Россия сегодня является основным деловым партнером алматинских предприятий. В 2003 году объем товарооборота между нашими странами по сравнению с предыдущим годом вырос на 13% и к настоящему моменту составил 27% в общем его объеме по г. Алматы. Число иностранных и совместных с Россией предприятий выросло на 26%, к настоящему моменту в городе Алматы функционирует около 500 предприятий в различных сферах экономики. Так, налажена сборка большегрузных автомобилей КамАЗ совместно с Камским заводом. Заключены договора сотрудничества еще с рядом ведущих заводов России, что позволит значительно расширить виды совместно собираемой специальной автомобильной техники в Казахстане. Также совместно с Российскими партнерами недавно открыто предприятие СП "АЗМ-Ижнефтемаш" по производству оборудования для нефтяной отрасли.

Наиболее заметные своей деловой и позитивной репутацией города и регионы Казахстана стремятся быть представленными во внешнем мире, во внешних и внутренних информационных потоках. Как, на ваш взгляд, успешнее можно представить Алматы?

Алматы славен многими достопримечательностями, природной средой, экономическими достижениями. И они должны быть широко представлены как во внешних, так во внутренних информационных потоках. Для этого мы приглашаем на свои мероприятия журналистов, проводим пресс-конференции, издаём газеты и журналы. В Интернете есть сайт Алматы.

Городом Алматы были заключены соглашения о взаимном сотрудничестве с 17 городами и регионами мира.

В рамках данных соглашений ведется обмен опытом между городскими структурами управления по широкому спектру вопросов городского хозяйствования.

Виктор Вячеславович, на примере канала "Южная столица" вы понимаете роль грамотной информационной политики, позволяющей создать положительный образ власти города. Как вы думаете осуществлять информационную политику?

По-прежнему основное внимание городскими властями будет уделяться пропаганде и ходу выполнения долгосрочной программы "Казахстан-2030". Вопросы развития отечественного производства, малого и среднего бизнеса, борьбы с бедностью и безработицей, наркоманией и наркобизнесом, с коррупцией должны находиться в центре внимания городских СМИ, включая и телеканал "Южная столица". Нельзя, разумеется, забывать и духовную сторону развития нашего общества. А самое главное для нашей журналистики — это правдивый показ действительности в свете прилагаемых Главой государства, Правительством, региональными властями усилий по улучшению жизни народа.

Я бы предостерег при этом журналистов от слепого копирования зарубежных аналогов телевидения, от тяги к бульварной журналистике, от чрезмерной коммерциализации, от использования средств массовой информации в узко корпоративных интересах.

Как вы считаете, можно ли создать позитивный образ власти? Только ли с помощью информационного ресурса?



Можно, но нужно ли? Рано или поздно словесная шелуха спадет, и народ будет судить действия властей по делам, а не по той газетной или телевизионной трескотне. Другое дело, что нужно всячески привлекать средства массовой информации для показа тех или иных достижений, разъяснения своих действий, направленных на улучшение жизни алматинцев, их безопасности, благосостояния. Об освещении отрицательных моментов развития нашего общества можно не беспокоиться, о них тут же будет известно широкому кругу населения. Большинство СМИ только ими и живут.

СМИ Алматы своевременно реагировали на все выступления Главы государства, принимали активное участие в общегражданских акциях и сегодня оказывают информационную поддержку всем важным общественно-политическим мероприятиям южной столицы.

