5 (25) 2006

eer

WWW.EER.RU

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

WORLD TRADE ORGANIZATION

ВТО для металлургии: плюсы и минусы

100 наиболее динамичных компаний мира

DOW JONES

Первая дюжина Dow Jones

Google

The WORLD MONEY SHOW

World Money Show Orlando' 2007

Сергей БРИН: компьютерный гений, несущий в мир большие перемены

Web2.0 прикончит частную жизнь

eer
REAL ESTATE & INVESTMENT

- КОНСУЛЬТАЦИИ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ В НЕДВИЖИМОСТЬ В США
- ОПЕРАЦИИ С ОБЪЕКТАМИ НЕДВИЖИМОСТИ В США
- АУДИТ И ПОДБОР ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В АМЕРИКАНСКУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ
- ПАРТНЕРАМ И ИНВЕСТОРАМ:
  ВИЗОВАЯ ПОДДЕРЖКА,
  ЮРИДИЧЕСКИЕ КОНСУЛЬТАЦИИ,
  СОЗДАНИЕ КОМПАНИЙ В США
  ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ ПОЕЗДОК В США,
  ПОЛУЧЕНИЕ РАБОЧИХ ВИЗ

- Tel. **+1 (212) 810-0-880**
  E-mail: rei@eerrm.com

350 стендов, более 320 семинаров, 20 дискуссий, 120 докладов

Посетите The World Money Show. Вход бесплатный...

Познакомьтесь с ведущими экспертами по глобальным инвестициям и откройте для себя новые возможности выгодного вложения капитала!

Мы приглашаем вас стать гостем **The World Money Show Orlando** в городе Орландо. Участие в **The World Money Show** абсолютно бесплатное. Присоединяйтесь к более чем 10 000 инвесторов-единомышленников и получите возможность пользоваться советами свыше **120 экспертов по экономике и глобальным инвестициям** в ходе работы более **20 дискуссий** и **320 семинаров**. В выставочном зале вы также сможете ознакомиться с работой **350 ведущих компаний** в области новейших финансовых технологий.

Откройте для себя новые горизонты – найдите новые способы разнообразить ваш портфель ценных бумаг при помощи механизмов мирового рынка. В программе – доклады аналитиков из **Австралии, Канады, Китая, Японии, России, ЮАР, Великобритании и США.** Они представят картину политического, экономического и инвестиционного климата в этих странах. Наше The World Money Show в Орландо – главное событие года!

- ✓**ПОСЕТИТЕ** более 320 бесплатных семинаров на ваш вкус. Их цель – расширить кругозор частных инвесторов и предложить детальный анализ возможностей различных секторов экономики.
- ✓**УВЕЗИТЕ** домой советы по инвестициям ценой в сотни долларов. Вам они достанутся бесплатно.
- ✓**СРАВНИТЕ** возможности ведущих компаний – в работе примут участие более 350 паевых инвестиционных фондов, специалистов по денежным операциям, Интернет-сервисов и консалтинговых фирм
- ✓**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с редакторами лучших финансовых изданий
- ✓**УЗНАЙТЕ**, что думают о состоянии рынков более 120 ведущих мировых финансовых аналитиков

The WORLD MONEY SHOW®

Uniting the Global Investment Community

Орландо, штат Флорида, США
7–10 февраля 2007 г.

350 стендов, более 320 семинаров, 20 дискуссий, 120 докладов

Profit Now From These Experts...

Полный список докладчиков – на сайте www.WorldMoneySshow.com

NYSE Group

Royale Energy, Inc.
Diamond Sponsors

Snap Sheets

Fidelity Investments
Platinum Sponsor

Gold Sponsor

eer magazine.com
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ
EXTERNAL ECONOMIC RELATIONS
Media Partner

Для регистрации посетите сайт www.WorldMoneyShow.com
По вопросам рекламы обращайтесь по телефонам в США: +1 800/822-1134, +1 800/970-4355.
Код регистрации 007332

Since InterShow 1978 Productions

Производство компании InterShow • 1258 N. Palm Avenue, Sarasota, FL 34236 • www. InterShow.com

По вопросам участия и организации экспозиций в рамках World Money Show обращаться к официальному представителю Inter Show в Москве: +7 495-248-2085, e-mail: wms@iisdp.org

www.iisdp.org

Издательский проект Международного института проблем устойчивого развития

Главный редактор – **Максим Александрович ФЕДОРЕНКО**
maxim@fedorenko.org

Директор издательства – **Олег Олегович БОБРЫШЕВ**
bobryshev@eer.ru

Исполнительный директор – **Геннадий Иванович АГЕЕВ**

Зам. главного редактора – **Виктор Александрович МАЛЬЦЕВ**
malcev@eer.ru

Зам. главного редактора – **Андрей Валерьевич АБРАМЕНКОВ**
abramenkov@eer.ru

Служба распространения – **Владимир Валентинович ОВЧАРЕНКО**

Дизайн и верстка – **Егор Михайлович МОГИЛЕВСКИЙ**

Редактор английского текста – **Майки ТАЙНМАУТ**

Корректура – **Наталья Николаевна ТАРАСЕНКО**

Представительства за рубежом
Украина, **Вадим Галицин:** +380 (44) 537-03-50
Финляндия, **Хейке Тиихонен:** + 358 (0) 50 402 460 02
Великобритания, **Патрик Макфеил:** + (44) 77 118 986 69
Швеция, **Хелена Тиихонен:** + 46 (0) 8 761 81 81
США, **Ассоциация корреспондентов ООН (UNCA)**
Денис Сериков: +1 (573) 529 35 11

Web-обеспечение – **Александр Иванович ОРОБИНСКИЙ**,
Александр Максимович ФЕДОРЕНКО

Телефон редакции +7 (495) 248-2085, эл. почта: eer@eer.ru

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЖУРНАЛА «ВЭС» В РОССИИ

Распространение по VIP-списку:
Президент РФ; Администрация Президента РФ; председатель Правительства РФ; Министерство иностранных дел РФ; Министерство экономического развития и торговли РФ; Совет Безопасности; Совет Федерации; Государственная Дума РФ; представители Президента РФ в федеральных округах; руководители субъектов РФ; посольства зарубежных стран в РФ; правительство города Москвы; Московская городская Дума; научные учреждения и высшие учебные заведения; Торгово-промышленные палаты; представительства зарубежных фирм и компаний в России.
Розничная продажа. Распространение по подписке.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЗА ПРЕДЕЛАМИ РОССИИ

Распространение по VIP-списку: главы государств; международные организации; посольства РФ в зарубежных странах; ведущие компании, выставки, конференции.

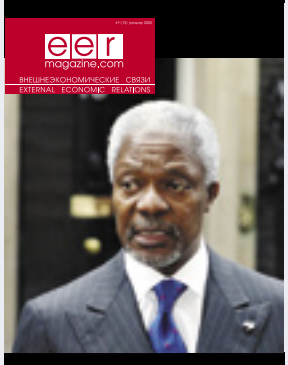
ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ

- в отделениях почтовой связи России по Объединенному каталогу «Пресса России», подписной индекс – 11190;
- через подписные агентства:
  - ЗАО «МК-Периодика», г. Москва, тел. (495) 681-57-15;
  - ЗАО «Урал-Пресс», г. Екатеринбург, тел. (343) 375-85-82;
  - ООО «Вся Пресса», г. Москва, тел. (495) 787-34-49;
  - ООО «Интер-Почта-2003», г. Москва, тел. (495) 500-00-60;
  - ООО «КА «Союзпечать», г. Москва, тел.: (495) 707-12-88;
  - ООО «Агентство «Артос-ГАЛ», г. Москва, тел.: (495) 161-56-72;
  - ООО «Агентство Коммерсант-Курьер», г. Казань, тел. (843) 291-09-77;
- редакционная подписка.
  Справки по телефону +7 (495) 248-37-64 или по e-mail: moscow@eer.ru

Издание зарегистрировано в МПТР РФ ПИ № 77–15–242 от 25.04.03 г. Учредитель журнала: МИПУР, г. Москва, Смоленский бульвар, 22/14, оф. 109. Отпечатано в типографии «Тисо Принт»: г. Москва, ул. Складочная, д. 3, стр. 6 www.tiso.ru, тел.: + 7 (495) 363-17-55, 729-99-08

Цена свободная. Полное или частичное воспроизведение или размножение каким бы то ни было способом материалов, опубликованных в журнале «ВЭС», допускается только с письменного разрешения МИПУР, г. Москва. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных блоков.
Присланные материалы не рецензируются и не возвращаются.

WWW.EER.RU



www.iisdp.org

Издательский проект Международного института проблем устойчивого развития

Содержание

Новости ВЭС 6

Мировые инвестиции

Первая дюжина Dow Jones
Александр Поливанов 10

100 наиболее динамичных компаний мира 12

Лондонский выход Мордашова
Александр Поливанов 23

Действующие лица

Сергей Брин: компьютерный гений, несущий в мир большие перемены . . . 24

Организованный хаос 28

Ковбои MySpace 30

Технологии

История электронных платежей
Алексей Бузин 32

Виды электронных платежных систем
Алексей Бузин 34

В России грядет смена платежных технологий
Андрей Грибов 37

Третья мировая война ведется за лидерство в нанотехнологиях
Владимир Решетов 40

Международная торговля

ВТО для металлургии: плюсы и минусы 42

Карьера

Возможно ли творчество в бизнесе?
Филипп Гаджин 44

Каких топ-менеджеров я беру на работу?
Сергей Дерябин 48

ВЭС-клуб

Японская деловая этика: как договориться с потомками самураев 50

Web2.0 прикончит частную жизнь
Вил Харрис 54

Курьезы, ставшие открытиями 56

Новости ВЭС

РОССИЯ И США: НОВЫЙ УРОВЕНЬ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Поправка Джексона-Веника, налагающая ограничения на торговые отношения России и США, будет отменена весной следующего года. Такое мнение высказал глава представительства Американской торговой палаты в России Эндрю Соммерс.

«Когда Россия оформит членство в ВТО, – а я ожидаю, что это произойдет через три-четыре месяца, – США будут обязаны отменить эту поправку, чтобы предоставить России режим постоянных нормальных торговых отношений», – отметил Соммерс. – Если этого не произойдет, Россия не перестанет быть членом Всемирной торговой организации, а вот США нарушат правила ВТО», – сказал он.

По словам Соммерса, подписание двустороннего соглашения между Россией и США принесет выгоду обеим странам: «Соглашение открывает дорогу крупным сделкам в области энергетики, аэрокосмической и других отраслях».

ЭКСПОРТ В ЕВРОПУ СТАЛЬНОГО ЛИСТОВОГО ПРОКАТА – ВОЗРОС

Однако дальнейшее сокращение итальянского спроса может привести к тому, что ситуация изменится на противоположную.

На фоне общего снижения экспортных поставок плоского стального проката из России (связанного, прежде всего, с сокращением азиатского спроса на ввозимый металл) российские поставщики сумели нарастить отгрузку листа в европейские страны. Как сообщает бюллетень «Российский рынок металлов», поставки в Европу за восемь месяцев текущего года выросли почти на 11 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, в том числе в страны ЕЭС – на 7 %.

Как уже ранее отмечалось, наблюдается заметный рост поставок листового проката в Германию. По итогам рассматриваемого периода тенденция укрепилась – на сегодняшний день прошлогодний уровень отгрузки превышен вдвое. Кроме того, был отмечен рост поставок листа в Грецию (+52 %), Польшу (+46 %), Португалию (более чем в два раза) и ряд других стран ЕЭС. Общий рост экспорта в Европу был бы еще более значительным, если бы не существенное сокращение отгрузки в Италию (на 29 %, или почти на 0,35 млн тонн).

Что касается других стран Европы, не входящих в ЕЭС, то здесь заметен сильный рост потребления российского листа Украиной (более чем на 65 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года). Потребление прочих стран не так масштабно, однако можно отметить рост поставок в Югославию, Румынию и Болгарию.

Общий анализ внешнеторговой деятельности по листовому прокату позволяет говорить о росте потребления российского листа в большинстве европейских стран. Если говорить о самых крупных потребителях, то наиболее устойчивое влияние на общую ситуацию оказывает рост потребления в Германии и снижение поставок в Италию.

ШТАТЫ ВЗЯЛИСЬ ЗА РОССИЙСКИЙ ЧУГУН

Анализ внешнеторговой деятельности России по итогам восьми месяцев показал, что средние темпы роста экспортных поставок чугуна зарубежным потребителям составили более 19 %. Таким образом, по сравнению с предыдущим отчетным периодом темпы роста экспорта увеличились.

Одним из основных потребителей российского чугуна в текущем году стали Соединенные Штаты Америки. По итогам периода, отгрузка чугуна в США из России выросла более чем на 55 % и составила около 1,4 млн тонн. При этом динамика роста очень устойчивая и сильная – еще в 2004 году ежемесячные объемы отгрузки едва превышали 10 тыс. тонн, сейчас – уже более 150 тыс. тонн.

Фактически рост поставок в США и стал основной причиной подъема экспорта российских чугунолитейных заводов. После прошлогоднего спада поставок в Азию начался период некоторой стабилизации отгрузки в этом направлении, однако рост пока незначителен. Европа также сохраняет достигнутый уровень потребления российского чугуна. Это позволяет говорить, что США сейчас – наиболее перспективное экспортное направление.

БУДУТ СНИЖЕНЫ ТАМОЖЕННЫЕ ПОШЛИНЫ

Правительство собирается снизить таможенные пошлины на десятки товаров.

Инициатива чиновников касается как импортных, так и экспортных пошлин. Этим пытаются воспользоваться лоббисты, которые добиваются отмены пошлины на экспорт алюминиевого лома.

Импортная пошлина сейчас действует в отношении примерно 11 500 товарных позиций. Ее средневзвешенная ставка составляет 12 %. Экспортная пошлина касается примерно 460 позиций.

До конца года Минэкономразвития внесет в правительство проект постановления, отменяющего экспортные пошлины примерно на 20 видов товаров, объем вывоза каждого из которых не превышает 0,5 млн долларов в год, рассказал замдиректора департамента госрегулирования внешнеторговой деятельности Минэкономразвития Виталий Гудин. Преференции ждут, например, упаковочные конверты и некоторые виды целлюлозы. А в начале 2007 года могут быть отменены пошлины на пиломатериалы из березы (вывоз-

ная пошлина на необработанную древесину, напротив, вырастет). «Россия постепенно отказывается от экспортных пошлин», — говорит Гудин. Например, летом 2005-го и осенью 2006 года правительство отменило их на ряд товаров с незначительными объемами экспорта. «Таких позиций (объем экспорта — не более 0,5 млн долларов в год), облагаемых вывозными пошлинами, почти не осталось», — отмечает Гудин. Вывозные пошлины сохранятся лишь для нескольких товарных позиций — и прежде всего для углеводородов и отходов металлургии, отмечает он.

Минэкономразвития предлагает снизить и импортные пошлины, в частности на товары, которые не производятся в России в достаточном количестве. Пошлины уже были отменены для ряда товаров химической промышленности и сельхозпродукции, на технологическое оборудование. В этом году льгота будет предоставлена еще более чем 100 видам оборудования, в частности ввозимого для целлюлозно-бумажной промышленности, автомобилестроения, сельского хозяйства. Не исключено, что в дальнейшем льгота будет распространяться и на оборудование, ввозимое для нефтяной отрасли, говорит Гудин. По его словам, обсуждается и возможность отмены пошлин на импортные мобильные телефоны (5 % от таможенной стоимости). Пошлины на комплектующие для мобильных будут сохранены (от 5 до 15 %), но если детали ввозятся для производства телефонов и их продажи в России в течение года, то пошлина будет нулевой, рассказывает Гудин. Перечень таких льготных комплектующих будет определен правительством.

Возобновление разговоров о снижении пошлин заставило активизироваться лоббистов: «Русал» убедил чиновников вернуться к обсуждению вопроса об отмене или снижении экспортной пошлины на алюминиевый лом. По словам Гудина, в ближайшее время этот вопрос будет рассмотрен межведомственной комиссией по защитным мерам во внешней торговле. Сейчас пошлина на экспорт алюминиевого лома — 50 % от таможенной стоимости. Поэтому почти весь лом потребляется внутри страны. В середине мая «Русал» направил письмо главе Минэкономразвития Герману Грефу с предложением снизить экспортные пошлины на лом алюминия с 50 до 5 %, установив квоту в 300 000 тонн. Отмена пошлин приведет к банкротству ведущих предприятий отрасли, говорит директор Совета промышленных предприятий вторичной цветной металлургии Владимир Ворожцов. «Потребители сплавов, например автомобильные и машиностроительные заводы, столкнутся с недостатком сырья, и им придется ввозить из Европы сплавы, изготовленные из российского лома», — отмечает он.

СПРОС НА ЛОМ ВОЗРОС

Высокий уровень спроса на лом со стороны развивающихся стран, Китая и Индии, которые расширяют отечественное производство лома, будет способствовать росту этого сегмента металлургического рынка.

Поэтому ведущие страны-производители наращивают производство лома.

Два года назад высказывались сомнения по поводу будущего ломового сектора в связи с тем, что Китай инвестировал огромные средства в производство стали в доменных печах. Но с появлением новых мощностей на основе электрических печей в Турции и некоторых других странах становится очевидным, что востребованность мирового металлургического сектора в ломе еще долго будет существовать.

В Европе производство стали возросло на 4 % и составило в первой половине текущего года 100,7 млн тонн, а потребление лома за тот же период выросло на 5 % и составило 53 млн тонн. По оценкам экспертов, в 2006 году потребление составит 106 млн тонн.

Экспорт стального лома в ЕС-25 за шесть месяцев текущего года вырос на 124,1 %, однако по сравнению с аналогичным периодом прошлого года объем экспорта стального лома из Европы в Индию резко снизился – на 78 % – и составил 288 000 тонн.

В России также наблюдается резкий рост уровня потребления стального лома в связи с расширением объемов производства стали в электродуговых печах. Поэтому эксперты ожидают снижения объемов экспорта примерно до 2 млн тонн.

Министерство торговли Индии заявляет, что начиная с апреля 2007 года импорт стального и цветного недробленого лома будет поставляться только путем зарегистрированных иностранных поставщиков через 26 портов, которые лучше всего оборудованы для этих целей. Министр торговли сказал, что новая политика не призвана снизить объемы импорта лома в Индию, а связана с улучшением условий труда и уровня безопасности работников.

В Китае потребление стального лома в следующем 2007 году может превысить 80 млн тонн в связи с ростом цен на железорудное сырье. В текущем году потребление лома в Китае, по данным China Steel Scrap Application Association, может составить 75,9 млн тонн и почти на 20 % превысить показатели предыдущего года. В то же время импорт лома черных металлов сокращается в связи с высокой разницей в ценах на него на внутреннем и мировом рынках. Если в Китае цены на лом составляют около 255 долларов за тонну, то на импортный – 311 долларов за тонну.

Только в США наблюдается снижение спроса на лом, в основном со стороны предприятий, производящих плоский прокат. Частично это связано с тем, что за последнее время резко вырос уровень импортируемой стали, поэтому отрасль стремится сбалансировать уровень запасов.

РОССИЯ И ОАЭ: ИЗБЕЖАТЬ ДВОЙНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Россия и Объединенные Арабские Эмираты намерены подписать соглашение об избежании двойного налогообложения. Этот вопрос обсуждался на днях в Москве на встрече сопредседателей межправительственной Российско-Эмиратской комиссии по торговому, экономическому и научно-техническому сотрудничеству.

Российскую сторону возглавлял руководитель Федерального агентства по энергетике Сергей Оганесян, Объединенные Арабские Эмираты представлял министр иностранных дел Абдалла Аль-Нахайян.

На встрече были рассмотрены вопросы взаимодействия в области энергетики, космоса, науки, образования, транспорта, военно-технического сотрудничества и инвестиционной сферы. Была отмечена важность взаимодействий России и ОПЕК, председательствовать в которой в 2007 году будут ОАЭ.

Svenska Handelsbanken
Logos
РекламаЮг

На состоявшейся затем встрече Абдаллы Аль-Нахайяна с представителями российских компаний, работающих в сфере ТЭК («Роснефть» (ROSN), «Зарубежнефть», «Роснефтегазстрой», «Стройтрансгаз», «Татнефть» (TATN), «ЛУКОЙЛ» (LKOH), «Технопромэкспорт», «Глобалстройинжиниринг»), была зафиксирована готовность вести переговоры и сотрудничать в сфере конкретных проектов.

В 2005 году совокупный товарооборот между Россией и ОАЭ составил порядка 730 млн долларов. В российском экспорте (650 млн долларов) основное место занимают поставки машин и оборудования (в основном спецпоставки), драгметаллы (золото), прокат черных металлов, пиломатериалы, бумага и химические товары. Импортируются некоторые виды машин и оборудования, потребительские товары.

В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ ПОЯВЯТСЯ ДВЕ ОСОБЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ

В Липецкой области будут созданы две особые экономические зоны регионального уровня.

Особые экономические зоны регионального уровня будут созданы в Тербунском и Чаплыгинском районах. Такое решение было принято конкурсной комиссией администрации Липецкой области.

Основным предприятием Чаплыгинской особой экономической зоны должен стать нефтеперерабатывающий завод, который будет производить высокооктановый бензин стандарта «Евро-4». Кроме того, в новой промышленной зоне будут построены другие предприятия нефтепереработки. В проекте особенно подчеркивается, что производство будет высокотехнологичным, а потому – экологически безопасным.

В Тербунскую особую экономическую зону должны войти двадцать предприятий, среди которых действующая солодовня, строящиеся кирпичный и сахарный заводы, а также предприятия фармакологии и металлообработки.

Предприятиям в особых экономических зонах будут предоставлены льготы. Резиденты особых экономических зон на пять лет будут освобождены от транспортного налога и налога на имущество. На тот же срок на 4 % будет снижен налог на прибыль в части, подлежащей зачислению в областной бюджет.

ДЕПУТАТЫ ГОСДУМЫ – ПРОТИВ ИМПОРТА РАДИОАКТИВНОГО МЕТАЛЛА ИЗ УКРАИНЫ

Члены комитета по экологии Госдумы РФ направили в Верховную Раду Украины официальное обращение с просьбой вынести на рассмотрение вопрос о запрете использования в металлургии лома, вывезенного из зоны отчуждения Чернобыльской АЭС. До того времени, пока этот вопрос не будет положительно решен украинским парламентом, депутаты предлагают ввести мораторий на ввоз металла из Украины в Россию.

«Радиоактивно загрязненный металлолом из Чернобыльской зоны поступает на металлургические предприятия Украины для промышленного использования при изготовлении проката, арматуры, труб и других металлоизделий», – говорится в обращении. Особую тревогу, по мнению депутатов, вызывает то, что вывоз металлоконструкций с ЧАЭС ведется совершенно бесконтрольно.

По мнению известного европейского физика-ядерщика Ярослава Яноуха, катастрофой на ЧАЭС «воспользовались авантюристы, сделавшие для себя из трагедии кормушку». На лом разбираются оборудование станции, части вертолетов, бульдозеров, другой техники, которая использовалась для ликвидации аварии.

Все разговоры о том, что этот лом перед переплавкой проходит процедуру «очистки», по мнению ведущих ученых-радиологов, беспочвенны. «Значительная часть радиоактивных изотопов остается в матрице металла независимо от метода его переработки, что не позволяет даже с помощью самых современных способов дезактивации радиоактивного металлолома очистить его более, чем на 30 %. Поэтому даже частично очищенный металл представляет угрозу для здоровья человека», – указывается в депутатском обращении.

Опасность, на которую указывают авторы письма, трудно переоценить: Чернобыль считается самой крупной техногенной катастрофой в истории человечества. Взорвавшийся реактор выбросил в атмосферу около 50 тонн мелкодисперсной радиоактивной пыли, суммарной активностью от 50 млн до 7 млрд кюри, и какие-либо хозяйственные работы в Чернобыле можно будет проводить не раньше, чем через 200–250 лет.

Однако металлические конструкции продолжают вывозить из зоны отчуждения. По мнению экспертов, украинскими металлургами было вовлечено в хозяйственный оборот свыше 1 млн тонн радиоактивно загрязненного металлолома ЧАЭС. Примерно такой же объем остается сегодня на территории зоны отчуждения.

Балки, прокат, швеллеры, арматуры и трубы, отлитые из переплавленных чернобыльских конструкций, отправляются на экспорт, причем в Россию попадает основная часть украинской металлопродукции. Только на юге России за девять месяцев 2006 года таможенники выявили свыше 1600 случаев перемещения грузов с завышенным радиационным фоном. По словам начальника Южного таможенного управления Игоря Литвинова, в основном это металлоконструкции и трубы различного диаметра, арматура. «Украина ведет переработку радиоактивного металла, из которого производятся трубы, остальные изделия, которые могут перемещаться на территорию РФ», – говорит Литвинов.

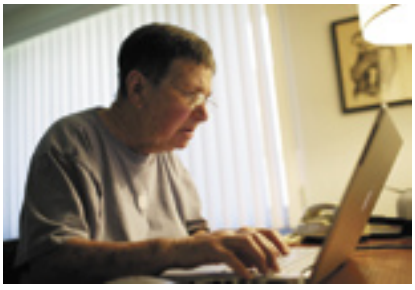
Минуя таможенные посты, где из-за недостаточного технического оснащения подозрительный металл не подвергается радиохимическому анализу, изделия из Чернобыля расходятся по всей стране. И никто не знает, в каком доме, в каком дворе сегодня появятся эти радиоактивные трубы. Стройматериалы на радиоактивность не проверяются, а собственно воздействие радиации человек ощущает не сразу. Тем не менее, «использование таких труб, балок, швеллеров в жилищном строительстве может привести к росту среди населения онкозаболеваний, болезней эндокринной, нервной систем, органов чувств, кровообращения, патологическим изменениям внутренних органов», – считает председатель Экологического комитета Госдумы, член-корреспондент РАН Владимир Грачев.

Эксперты единодушны во мнении, что наибольшую опасность представляют «фонящие» трубы, по которым в квартиры людей потечет вода. По данным Общества защиты прав потребителей «Общественный контроль», ввозом радиоактивных труб из Украины занимаются более 40 компаний. «Никто не может гарантировать, что в наших домах всё в порядке с радиоактивным фоном и что построены и отремонтированы они без применения радиоактивных труб, – говорит директор общественного фонда «Гражданин» Максим Шингаркин. – Изо-

demos eer www.iisdp.org SKANSKA

топы плутония, содержащиеся в чернобыльском металле, опасны для здоровья даже в ничтожных количествах».

ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ ПРОИГРЫВАЮТ ИНТЕРНЕТУ



По данным ряда американских исследований, позиции онлайновых изданий в конкурентной борьбе с печатными СМИ становятся все более прочными. В настоящее время до 15 % читателей газет узнают новости исключительно из интернета.

Как показывают исследования Scarborough Research, до 15 % сознательных граждан США не покупают газет и журналов, а узнают новости из всемирной сети. При этом основной контингент посетителей сайтов газет составляют люди от 18 до 34 лет.

По мнению исследователей, популярность онлайновых версий бумажных изданий можно объяснить большей полнотой предоставляемой информации, наличием различных сервисов, позволяющих людям высказываться на любые интересующие их темы, всевозрастающей доступностью всемирной паутины.

Компания осуществила более подробный анализ предпочтений читателей, привязав их к конкретным изданиям. Так, 10–15 % читателей The Tampa Tribune (15 %), The Atlanta Journal-Constitution (10 %) и The Boston Globe (9 %) предпочитают исключительно интернет-версии данных газет.

Ряд респондентов читают как газету, так и ее виртуальный аналог. У The Washington Post, The New York Times и The Boston Globe — таких читателей около 25 %. К примеру, 69 % читателей The New York Times отдают предпочтение бумажной версии газеты, 8 % — исключительно ее интернет-версии, а 22 % — совмещают одно с другим.

В то же время, по данным Pew Research Center for People and the Press, наибольшим числом онлайн-читателей среди крупных американских газет характеризуется именно The New York Times. Эта же исследовательская компания весьма скептически оценивает вероятность популярности онлайновых изданий региональной прессы в ближайшее время.

Любопытно, что около 39 % населения попадают на сайты изданий не напрямую: либо через поисковики, либо через ссылки, размещенные на других веб-ресурсах. В то же время 12 % заходят на них благодаря ссылкам в электронных письмах.

ГЕЙТС ПРИВЕЗ В РОССИЮ ТЕХНОЛОГИЮ БОРЬБЫ С ПИРАТСТВОМ

Билл Гейтс, который недавно побывал с визитом в Москве, предложил российскому руководству внедрить технологию Digital Rights Management для защиты цифрового контента (аудио- и видеофайлов). По мнению главы Microsoft, только таким образом в России можно победить пиратство.

Технология DRM подразумевает оснащение интернет-магазинов специальными системами, которые будут кодировать продаваемые медиафайлы в соответствии со стандартами Microsoft. Стоимость такой системы составит около миллиона долларов. Кроме того, DRM будет блокировать на компьютерах пользователей аудио- и видеофайлы, которые не прошли лицензирование Microsoft. Это означает, что за все скачанные файлы придется платить.

Технологии DRM используют не только в Microsoft, но и других компаниях – в частности, в Adobe для защиты электронных документов и в Apple для продажи музыки в цифровом формате.

ПОЛОВИНА СТРАН МИРА НЕПРИГОДНЫ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

В 49 % стран мира отсутствуют необходимые условия для стабильного ведения бизнеса. Об этом сообщается в опубликованном британской консалтинговой компанией Control Risks Group (CRG) ежегодном докладе RiskMap' 2007.

Исследователи изучают и оценивают различные риски, с которыми может столкнуться бизнес, в том числе терроризм, социальная напряженность, беспорядки и смена климата. В список «горячих точек» в RiskMap' 2007 попали Россия (благодаря грядущей подготовке к выборам), Китай, Индия, Нигерия и Венесуэла.

В свою очередь, в 78 из 198 рассмотренных стран риски безопасности колеблются от средних до экстремально высоких. С точки зрения безопасности сложнее всего вести бизнес в Афганистане, Пакистане и Шри-Ланке. А политические силы наиболее враждебно относятся к предпринимателям в Зимбабве, Венесуэле, Либерии, на Кубе, Гаити и в Боливии.

КАЖДОГО ПЯТОГО СОТРУДНИКА НЬЮ-ЙОРКСКОЙ ФОНДОВОЙ БИРЖИ ЖДЕТ УВОЛЬНЕНИЕ

Нью-Йоркская фондовая биржа (NYSE) планирует уволить около 17 % персонала. Об этом сообщает Bloomberg.

NYSE Group, оператор крупнейшей фондовой биржи мира, уволит более 500 работников. Это самое сильное сокращение штата на бирже с 1991 года. Исполнительный директор NYSE Group Джон Тэйн пообещал акционерам снизить расходы биржи на 200 миллионов до конца 2006 года. Сейчас на NYSE работает 2900 человек.

NYSE завершила в марте 2006 года сделку по покупке компании Archipelago Holdings, которой принадлежит крупная система электронных торгов. После завершения сделки биржа выставила свои акции на торги. Ранее NYSE принадлежала 1366 совладельцам, которые теперь по условиям сделки обменяли свои места на бирже на 70 процентов акций новой компании.

В июне 2006 года NYSE Group и европейская Euronext, управляющая биржами в Париже, Брюсселе, Амстердаме и Лиссабоне, объявили о своем слиянии. Единая компания перейдет под контроль NYSE. Сумма сделки составляет 12 миллиардов долларов. В результате слияния объединенная компания NYSE Euronext станет оператором биржи с общим объемом ежедневных торгов в 100 миллиардов долларов. ■

СТРОЙМАРКЕТ РБК SINCE InterShow PRODUCTIONS 1978 ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ

Первая дюжина Dow Jones

Индекс Dow Jones впервые в своей истории перешагнул отметку в 12 тысяч пунктов. Для того чтобы достигнуть такой высоты, самому старому из действующих американских фондовых показателей потребовалось 110 лет. Последнюю тысячу пунктов индекс одолел за семь с половиной лет — подняться быстрее помешали кризисы, связанные с крахом доткомов и терактами в США 11 сентября 2001 года.

С 10 до 11 тысяч индекс вырос всего за 24 торговые сессии весной 1999 года. Тогда показателю Dow Jones, полное название которого звучит как Dow Jones Industrial Average, помогли успехи американских компьютерных компаний. Уже из этого видно, что свой «индустриальный» период индекс давно уже прошел, оставив слово «Industrial» в названии только для истории.

СЛАВНЫЕ ВОСХОЖДЕНИЯ И «ЧЕРНЫЕ» ДНИ

По индексу Dow Jones проверяли состояние экономики США еще в XIX веке. Старейший американский индекс придумали издатели Wall Street Journal Чарльз Доу и Эдвард Джонс. Они же создали индексы Dow Jones Transportation Average, Dow Jones Utility Average и другие.

Но самым известным стал именно Dow Jones Industrial Average. В мае 1886 года в нем учитывались данные по акциям 12 компаний, и он составлял 40,96 пункта. Из них продолжает влиять на индекс и в 2006 году только General Electric – остальные компании либо исчезли, либо были поглощены международными корпорациями. Тогда, в конце XIX века, Dow Jones действитель-

Oil Company LUKoil
Roman Gambourg professional corporation

но оправдывал свою «индустриальность» – все компании в нем занимались производством, а не предоставлением услуг.

Но времена менялись, вместе с ними менялся и индекс. В 2006 году он рассчитывается на основе данных 30 американских компаний-лидеров. Большинство из них известно россиянам не хуже отечественных «Газпрома» или «Роснефти». В Dow Jones входят, в частности, McDonald's и Coca-Cola, Citigroup и American Express, Intel и IBM, а также Walt Disney, Wal-Mart, Boeing и другие.

Индекс Dow Jones называют еще «индексом голубых фишек». И действительно, компании, представленные в его списке – гордость американской экономики. Dow Jones даже можно назвать консервативным, ведь акции таких успешных, но не слишком надежных (подверженных большой волатильности) интернет-компаний, как Google или Yahoo!, в индекс не входят.

За последние несколько десятилетий у Dow Jones были и взлеты, и падения. Например, «черный понедельник» 1987 года инвесторы будут помнить еще очень долго – за один день старейший из действующих индексов США потерял 22,6 процента. Зато через несколько лет после этого наступил период бурного роста. В ноябре 1995 года Dow Jones перешагнул отметку в пять тысяч пунктов, а уже через четыре года штурмовал отметку в 10 тысяч.

В начале XXI века у индекса, как и у всей американской экономики, были не лучшие времена. Террористы 11 сентября 2001 года разрушили не только башни-близнецы, но и веру американцев в свое беззаботное будущее, защищенность и экономическую мощь. Увеличившиеся сразу после терактов траты на оборону также не способствовали росту экономики.

В итоге 17 сентября, в первый день торгов после разрушения башен, Dow Jones потерял 684 пункта (7,1 процента), а по итогам сентября опустился почти на 1369 пунктов (14,3 процента). Индекс быстро пробил вниз отметку в 10 тысяч пунктов и 9 октября 2002 года установил свой абсолютный минимум в XXI веке – 7286 пунктов. С этого момента Dow Jones снова начал расти. К началу октября 2006 года он вплотную приблизился к историческим максимумам, которые стал обновлять раз за разом. Стало понятно, что если не случится никаких катастроф, отметка в 12 тысяч пунктов будет пройдена в самое ближайшее время.

ПОМОЩНИКИ ИНДЕКСА

Установить новый рекорд Dow Jones помогли разные факторы. Не претендуя на сколько-нибудь полный анализ, укажем лишь некоторые из них.

Во-первых, американской экономике помогло снижение цен на нефть на мировых рынках. Стоимость «черного золота» в последние два месяца непрерывно падает, и времена, когда цена одного барреля была близка к 80 долларам, постепенно уходят в прошлое. И американская, и европейская нефть теперь стоят меньше 60 долларов за баррель, что на руку фактически всем компаниям, кроме тех, которые заняты в добыче и переработке нефти.

Другой причиной стали, как ни странно, макроэкономические данные, свидетельствующие о замедлении роста ВВП. Казалось бы, такой фактор должен негативно отразиться на котировках американских компаний. Но вышло наоборот. ФРС США в течение долгого времени раз за разом поднимала ставки рефинансирования, жертвуя ростом экономики ради борьбы с инфляцией.

Теперь, когда рост ВВП несколько притормозился, рост ставок может быть остановлен, а кредиты будут обходиться бизнесу дешевле. К тому же глава Федерального резервного банка Далласа Ричард Фишер сообщил, что, по большому счету, экономика США остается сильной, опасения вызывают лишь жилищный и автомобилестроительный рынки.

Наконец, порадовали американских трейдеров и отдельные компании. Отчасти это было связано с публикацией традиционных отчетов по итогам деятельности в третьем квартале 2006 года. Например, акции McDonald's выросли за один день на 2,4 процента и достигли шестилетнего максимума после того, как стало известно, что прибыль компании превысила ожидания аналитиков. Акции Microsoft подорожали благодаря скорому релизу новой операционной системы Windows Vista. А крупнейшей сети гипермаркетов в мире Wal-Mart подняться помогли приобретения в Китае, где компания выкупила магазинов на миллиард долларов.

НЕМНОГО О РОССИИ

Движение на российском фондовом рынке редко отличается от американского. Если американские нефтяные компании дешевеют, следом за ними дешевеют и российские компании, и наоборот. С этой точки зрения то, что Dow Jones пробил отметку в 12 тысяч пунктов, для России, безусловно, плюс.

Впрочем, РТС и так показывает «чемпионскую» динамику – в день своего основания в сентябре 1995 года индекс «весил» 100 пунктов, а теперь – 1600, то есть вырос в 16 раз. Если дело и дальше так пойдет, то меньше чем через десять лет он обгонит Dow Jones. Правда, сейчас на дворе и не XIX век. ■

Александр ПОЛИВАНОВ

100 наиболее динамичных компаний мира

CELGENE CORPORATION (NASDAQ GS: CELG)

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 52.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 144
Капитализация $ млн: 20,417.27
Выпущено акций: 372,44

Компания была основана в 1986 году и зарегистрирована в штате Делавер. Эта биофармацевтическая корпорация занимается разработкой и внедрением инновационных лекарственных препаратов для лечения рака и заболеваний, связанных с поражением иммунной системы. Доход Celgene составляет 536,9 миллиона долларов. Прибыль компании за прошлый год достигла 63,7 миллиона долларов. Ее специалисты занимаются исследованиями в нескольких областях, создавая лекарства нового поколения. Среди таковых – биология сигналов клетки, иммуномодуляция, исследования эмбриональных стволовых клеток человека. Компания продает такие препараты, как Revlimid, Thalomid, Alkeran, Focalin. Celgene зарегистрировала 128 патентов и еще около 100 в настоящее время рассматриваются в США. На 1 февраля 2006 года в компании работали 944 сотрудника.

Что сопутствует успеху

Объем продаж растет за счет талидомида, лекарства, запрещенного в течение многих лет, поскольку оно является причиной дефектов у новорожденных. Celgene выпускает его теперь для лечения проказы и множественной миеломы.

Адрес:
Celgene Corporation
86 Morris Ave. Summit NJ 07901
Phone: (908) 673-9000
Fax: (908) 673-9001
www.celgene.com

RED HAT INC. (NASDAQ GS: RHAT)

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 41.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 104
Капитализация $ млн: 3,288.14
Выпущено акций: 191,17

Red Hat была основана в Коннектикуте, США, в марте 1993 года. Первоначально название компании звучало как ACC Corp., Inc. Лишь в 1999 году владельцы переименовали ее в Red Hat, предварительно перерегистрировав корпорацию в штате Делавер. Компания занимается производством программного обеспечения с открытым исходным кодом. Такое обеспечение принципиальным образом отличается от собственного программного обеспечения и представляет собой особую модель для создания и лицензирования кода софтверного обеспечения. Причем компания предоставляет эту продукцию бесплатно, взимая плату с клиентов лишь за пользование операционной системой Linux. Платформа Enterprise Linux применяется во всем мире, и торговая марка компании зарегистрирована на пяти континентах. Как отмечают специалисты Red Hat, им приходится конкурировать с компаниями, располагающими большим количеством как финансовых, так и человеческих ресурсов. В феврале этого года Red Hat насчитывала около 1100 сотрудников.

Что сопутствует успеху

Linux устанавливают бесплатно, но Red Hat все же хорошо на нем зарабатывает. В прошлом году список клиентов компании вырос на 51 тысячу тех, кому нужна техподдержка операционной системы.

Адрес:
Red Hat, Inc
1801 Varsity Drive Raleigh NC 27606
Phone: (919) 754-3700
Fax: (919) 754-3701
www.redhat.com

APPLE COMPUTER INC. (NASDAQ GS-E: AAPL)

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 35.4
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 123
Капитализация $ млн : 70,328.86
Выпущено акций: 852,99

Apple Computer Inc. была основана в Калифорнии в 1977 году. Компания занимается разработкой и производством персональных компьютеров и программного обеспечения. Кроме того, «Яблоко» разрабатывает и продает на мировом рынке портативные музыкальные плейеры «Ай-под» и аксессуары к ним, а также музыкальные произведения, аудиокниги, видеофильмы и телешоу. Помимо известных всему миру «Макинтошей» – «Маков», которые выпускаются как в настольном, так и в переносном виде, среди множества продуктов компании можно выделить сервер Xserve G5 и операционную систему Mac OS X. Как утверждают сами представители компании, Apple единственная в мире компания, создавшая единую систему по дизайну и производству персональных компьютеров – от аппаратуры и устройств до сложнейшего программного обеспечения. Главные потребители продукции Apple – люди творческих профессий, именно для них выпускается и регулярно обновляется значительная часть товаров и услуг, предлагаемых компанией. Деятельность Apple разделена на географические сферы – работают отделения Северной и Южной Америки, Европы, стран Азии, Тихоокеанского региона и Австралии. Для обеспечения потребностей рынка Японии в компании создано отдельное направление. В сентябре 2005 года на полной ставке в компании трудились почти 15 тысяч сотрудников. Еще более двух тысяч работали в Apple по контракту или на полставки.

Что сопутствует успеху

2005 год стал еще одним победоносным для Стива Джобса и его компании, после того как Apple выбросила на рынок iPod Nano за $199 и компьютер Mac Mini за $499. Новинки помогли собрать 6,4 миллиарда долларов, с продаж и объемы прибыли не снизились.

Адрес:
Apple Computer, Incorporated
1 Infinite Loop Cupertino CA 95014
Phone: (408) 996-1010
Fax: (408) 974-2113
www.apple.com

SANDISK CORPORATION (NASDAQ GS: SNDK)

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 69.1
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 152

Svenska Handelsbanken
Logos
РекламаЮг

Капитализация $ млн: 9,107.15
Выпущено акций: 196,53

Компания SanDisk Corporation была зарегистрирована в штате Делавер в 1988 году как SunDisk Corporation и получила свое сегодняшнее название лишь в 1995. SanDisk производит так называемые переносные, съемные носители цифровой информации, которые используются в бытовой технике – мобильных телефонах, фотоаппаратах, универсальных последовательных шинах, известных как USB, и многих других. Даже когда питание такого прибора отключено, информация на флэш-карточках сохраняется. Среди основных деловых партнеров SanDisk в настоящем и прошлом – компании Matsushita Electric Industries, Ltd., Sony Corporation, Canon Inc., NTT DoCoMo Inc., Motorola Inc. Компания SanDisk является обладателем большого количества патентов в области разработки и внедрения «флэшек» в повседневную жизнь миллионов жителей планеты. Товары SanDisk продаются более чем в 150 тысячах магазинов десятков стран, где организованы дистрибьюторские сети. В начале этого года в компании зарплату получали 1083 специалиста, 450 из которых занимались исследованиями и разработкой новой продукции и 167 – маркетингом и продажей товара. 208 человек выполняли административные функции и 258 – были заняты исключительно производством.

Что сопутствует успеху

Успех «Ай-подов» привел к сокращению продаж плейеров МП3, для которых SanDisk выпускает блоки памяти, однако компания выпустила свой собственный плейер. Сейчас он по популярности на втором месте после продукции «Яблока». Карты памяти SanDisk для цифровых фотоаппаратов можно найти в 150 000 филиалов розничных компаний по всему миру.

Адрес:
SunDisk Corporation
601 McCarthy Blvd Milpitas CA 95035
Phone: (408) 801-1000
Fax: (408) 801-8657
www.sandisk.com

VALUECLICK INC. (NASDAQ GS: VCLK)

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 65.4
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 36
Капитализация $ млн: 2,107.35
Выпущено акций: 95,88

Компания ValueClick начала свое существование как ValueClick, LLC в Калифорнии в мае 1998 года. К концу года ее руководство решило перерегистрироваться в штате Делавер, что произошло вскоре после слияния с интернет-бизнесом Web-Ignite. ValueClick предлагает услуги в области интернет-маркетинга и продает рекламные кампании для более чем шести тысяч клиентов-рекламодателей и рекламных агентств. В задачи ValueClick входит обеспечение запросов пользователей на страницах компаний-заказчиков, увеличение роста объемов продаж и улучшение узнаваемости торговых марок. Компания выработала свои этические нормы и отказалась от услуг сомнительных клиентов, которые специализируются на распространении непристойной интернет-продукции, обмане потребителя и незаконной и полузаконной деятельности. В структурные подразделения компании входят Mediaplex, Inc. и Mediaplex Systems, Inc. О себе ValueClick заявляет при помощи адресной рассылки, рекламы в печати и интернете. В прошлом году компания содержала 815 сотрудников в США и 199 – в других странах.

Что сопутствует успеху

Рынок интернет-рекламы вырос в прошлом году до 12,5 миллиарда долларов, на 30 процентов по сравнению с предыдущим годом. ValueClick умудрилась увеличить список клиентов до 18 тысяч.

Адрес:
ValueClick Incorporated
30699 Russell Ranch Road Suite 250
Westlake Village CA 91362
Phone: (818) 575-4500
Fax: (805) 566-9202
www.valueclick.com

PALOMAR MED TECHNOLOGIES INC. (NASDAQ GS: PMTI)

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 49.1
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 34
Капитализация $ млн: 871.77
Выпущено акций: 17,68

Компания Palomar Medical Technologies Inc. была создана в 1987 году с целью разработки, производства и продажи лазерной продукции, применяемой в медицине. В настоящее время на предприятиях Palomar производят в основном оборудование и технологии для проведения эпиляции и других косметических процедур. В последнее время значительную часть исследований сотрудников Palomar занимает изучение новых методов удаления излишнего веса, лечения варикозного расширения вен и омоложения кожи. Дочерним предприятием является Palomar Medical Products Inc., базирующаяся в Массачусетсе. Продукция компании поставляется в Европу, Японию, Австралию, Центральную и Южную Америку, на Ближний Восток и в другие регионы. Выход на рынок продукции Palomar в значительной степени зависит от того, будет ли тот или иной новый препарат одобрен федеральным управлением по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов, которое регулирует деятельность компании. В Palomar работают всего 188 человек.

Что сопутствует успеху

Palomar производит световое оборудование, которое, среди прочего, убирает нежелательные волосы и омолаживает кожу. В 2005-м продажи аппарата StarLux стоимостью $100 000 выросли в четыре раза (он на 67 процентов мощнее своего предшественника).

Адрес:
Palomar Medical Technologies Inc.
82 Cambridge Street
Burlington MA 01803
Phone: (781) 993-2300
Fax: (781) 993-2330
www.palmed.com

AQUANTIVE INC. (NASDAQ GS: AQNT)

Сектор: Услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 26.7
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 182
Капитализация $ млн: 1,688.12
Выпущено акций: 77,05

Корпорация aQuantive Inc. зарегистрирована в штате Вашингтон и занимается маркетингом с использованием высоких технологий. Структурно компания поделена на три главных сектора – сервисный, технологический и медийный. К первому относится деятельность интерактивного рекламного агентства Avenue A|Razorfish и компании DNA, оперирующей в Лондоне. В технологическую группу входит разработчик программного обеспечения Atlas, который помогает aQuantive, среди прочего, управлять рекламными кампаниями и оптимизировать интернет-сайты. Медиагруппа aQuantive состоит из DRIVEpm и MediaBrokers, расположенных в британской столице. Оба являются посредниками между рекламодателями и владельцами интернет-сайтов. В конце прошлого года в aQuantive работали 1463 человека.

Что сопутствует успеху

Всего за несколько лет компания вышла на второе место по производству интернет-рекламы, после Digitas (54). В 2004 году была успешно приобретена Razorfish. С помощью агентства Avenue A продажи маркетинговых услуг удвоились.

Адрес:
aQuantive Incorporated
821 Second Avenue 18th Floor Seattle WA 98104
Phone: (206) 816-8700
Fax: (206) 816-8808
www.aquantive.com

LIFECELL CORP. (NASDAQ GS: LIFC)

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 38.4
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 86
Капитализация $ млн: 818.25
Выпущено акций: 33,66

Корпорация LifeCell Corporation была создана в Делавере в 1992 году и поставляет в медицинские центры препараты для пересадки тканей при проведении ортопедических и урогинекологических операций. Среди известных в кругу специалистов препаратов производства LifeCell Corporation – AlloDerm, Cymetra, GraftJacket, GraftJacket Xpress; AlloCraft DBM и Repliform. Кроме того, компания производит различные препараты, применяемые в пластической хирургии. Численность сотрудников LifeCell Corporation в 2005 году не превысила 269 человек.

Что сопутствует успеху:

В 2005-м продажи увеличились на 74 процента, после того как хирурги стали успешно использовать для трансплантации тканевых лоскутов AlloDerm. Компания контролирует 10 процентов рынка маммопластики.

Адрес:
LifeCell Corporation
One Millennium Way
Branchburg NJ 08876
Phone: (908) 947-1100
Fax: (908) 947-1089
www.lifecell.com

GILEAD SCIENCES INC. (NASDAQ GS: GILD)

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 65.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 50
Капитализация $ млн: 31,718.87
Выпущено акций: 459,83

Еще одна биофармацевтическая компания в списке – Gilead Sciences Inc. Основанная в 1987 году в штате Делавер, корпорация сегодня выпускает девять препаратов для лечения опасных инфекционных заболеваний – Viread, Truvada, Emtriva, AmBisome, Hepsera, Vistide, DaunoXome, Tamiflu и Macugen. Ряд лекарств производства Gilead Sciences успешно зарекомендовали себя при тестировании против вируса иммунодефицита человека. Другие препараты широко применяются для лечения и предотвращения гриппа. В начале 2006 года в компании трудились около 1900 специалистов.

Что сопутствует успеху

На фоне опасений пандемии птичьего гриппа Gilead получила стабильный доход от Tamiflu – лекарства против вирусов, которое впервые было произведено еще 12 лет назад. Остальная прибыль – от продаж лекарства против ВИЧ.

Адрес:
Gilead Sciences, Incorporated
333 Lakeside Drive Foster City CA 94404
Phone: (650) 574-3000
Fax: (650) 522-5537
www.gilead.com

CLINICAL DATA INC. NEW (NASDAQ GM: CLDA)

Сектор: медицина
Рост % (ежегод., в среднем за три года): 62.8
Акции (окуп. инвестиций, 2005, в %): 33
Капитализация $ млн: 148.55
Выпущено акций: 9,58

Компания была создана еще в 1972 году и является признанным мировым лидером в области фармакогеномики и сфере совершенствования диагностики заболеваний. Clinical Data Inc. поставляет в американские лаборатории новейшее оборудования для проведения анализов химии крови, а также консультирует врачей и ученых относительно возможностей использования многочисленных приборов, производимых компанией. Оборудование Clinical Data позволяет определить уровень холестерина, электролитов, сахара и других жизненно важных показателей. По последним данным, в компании работает 472 человека.

Что сопутствует успеху:

Компания выпустила самый передовой анализатор крови, способный проводить 570 анализов в час. Приобретения с целью перехода на рынок исследований в области генетики привели к потерям прибыли в 2005 году.

Адрес:
Clinical Data Incorporated
One Gateway Center Newton MA 02458
Phone: (617) 527-9933
Fax: (617) 527-8230
www.clda.com

KYPHON

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 58.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 59
Капитализация $ млн: 1,571.24

Что сопутствует успеху

Более восьми тысяч врачей пользуются крошечными надувными шариками производства Kyphon для лечения остеопороза. Недавний выигрыш судебной тяжбы за право обладания патентом не оставил конкурентам никаких шансов.

www.kyphon.com

CERADYNE

Сектор: производство
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 84.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 15
Капитализация $ млн: 1,375.75

Что сопутствует успеху

По признанию американских военных, в Ираке они недостаточно защищены, и Конгресс США постановил увеличить объемы закупок сверхлегкой брони, которую Ceradyne производит для защиты солдат, вертолетов и бэтээров.

www.ceradyne.com

PAR TECHNOLOGY

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 16.4
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 145
Капитализация $ млн: 125.64

Что сопутствует успеху

Компания – лидер в производстве электронных систем для совершения заказов в ресторанах, среди которых 11 тысяч McDonald's. В последнее время спрос на продукцию резко возрос.

www.partech.com

OMNIVISION

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 101.5
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 9
Капитализация $ млн: 903.32

Что сопутствует успеху

В половину сотовых телефонов встроена фотокамера. OmniVision производит сенсоры для 30 процентов из них и активно внедряет эту технологию на рынке игрушек.

www.ovt.com

ANIKA THERAPEUTICS

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 34.1
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 28
Капитализация $ млн: 127.42

Что сопутствует успеху

Инъекции препаратов этой компании помогают лечить артрит, заболевания глаз и кожи. В прошлом году половину продукции купила Bausch & Lomb.

www.anikatherapeutics.com

MEMC ELECTRONIC MATERIALS

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 21.5
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 67
Капитализация $ млн: 7,876.08

Что сопутствует успеху

MEMC производит кремний для компьютерных чипов, а также для полупроводников на солнечных батареях, которые с 2003 года выросли в цене в два раза.

www.memc.com

GENENTECH

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 33.4
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 70
Капитализация $ млн: 88,093.40

Что сопутствует успеху

Доходы от продаж Avastin, лучшего на сегодняшний день лекарства от рака прямой кишки, с 2005 года выросли более чем в два раза и превысили миллиард долларов.

www.gene.com

F5 NETWORKS

Сектор: телекоммуникации
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 38.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 17
Капитализация $ млн: 2,655.49

Что сопутствует успеху

Быстро развивающиеся беспроводные высокоскоростные сети в значительной степени зависят от оборудования этой компании, которое распределяет звонки, видео-и другую информацию по каналам.

www.f5.com

HOLOGIC

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 15.2
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 176
Капитализация $ млн: 2,520.02

Что сопутствует успеху

Сканеры этой компании определяют остеопороз и рак груди лучше, чем оборудование предыдущего поколения, когда использовалась пленка. Hologic в 2005 году получила заказов, превышающих ее производственные возможности на 140 миллионов долларов.

www.hologic.com

COMTECH TELECOM

Сектор: телекоммуникации
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 36.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 22
Капитализация $ млн: 846.64

Что сопутствует успеху

Спутниковые радиоприемники компании применяются в Ираке. Продажи выросли с тех пор, как армия США и Национальная гвардия начали активно закупать эти устройства.

www.comtechtel.com

LAM RESEARCH

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 24.4
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 23
Капитализация $ млн: 7,144.50

Что сопутствует успеху

Компания производит чипы для «Айподов» и мобильных телефонов на основе плазменной технологии.

www.lamrc.com

VITAL IMAGES

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 32.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 56
Капитализация $ млн: 401.63

Что сопутствует успеху

Врачи используют трехмерную графику этой компании для определения раковых полипов и закупоренных артерий. Партнер – компания Toshiba обеспечила в прошлом году половину продаж.

www.vitalimages.com

J2 GLOBAL COMMUNICATIONS

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 45.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 24
Капитализация $ млн: 1,349.42

Что сопутствует успеху

Обеспечивает прием, отправку электронных факсов и обслуживание голосовых сообщений. В 2005 году компания пополнила сеть обслуживания – добавила 50 новых городов США.

www.j2.com

VENTANA MEDICAL SYSTEMS

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 24.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 32
Капитализация $ млн: 1,584.80

Что сопутствует успеху

Медицинский центр Джона Хопкинса и другие университеты закупают у этой компании оборудование для выявления раковых клеток.

www.ventanamed.com

QUALITY SYSTEMS

Сектор: Медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 28.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 157
Капитализация $ млн: 1,057.32

СТРОЙМАРКЕТ РБК InterShow Южный федеральный

Что сопутствует успеху

Больницы и стоматологи переходят на электронную систему учета пациентов. Новый персональный «электронный помощник», произведенный компанией, помогает врачам в клинике связаться со своим офисом для получения информации.

www.qsii.com

DIODES

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 24.2
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 106
Капитализация $ млн: 1,039.48

Что сопутствует успеху

Компания базируется в Калифорнии. Работает в основном на рынке Азии, где ее недорогие микрочипы встраивают в электроприборы цифровые камеры и стереоприемники.

www.diodes.com

SECURE COMPUTING

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 19.2
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 23
Капитализация $ млн: 353.37

Что сопутствует успеху

Компания занимается продажей систем компьютерной безопасности. Спрос на них вырос среди финансовых корпораций, ставших жертвами фишинг-мошенничества.

www.securecomputing.com

COGNIZANT TECHNOLOGY SOLUTIONS

Сектор: Услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 57.2
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 19
Капитализация $ млн: 10,866.29

Что сопутствует успеху

Продажи выросли на 51 процент в 2005-м. Профиль – координация работы сети крупных компаний.

www.cognizant.com

ANSOFT

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 11.7
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 69
Капитализация $ млн: 557.50

Что сопутствует успеху

Программное обеспечение этой компании моделирует электромагнитные поля, что очень важно в работе инженеров, пытающихся защитить новые приборы от помех.

www.ansoft.com

ANTEON INTERNATIONAL

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 22.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 30
Капитализация $ млн: 2,082.11

Что сопутствует успеху

В прошлом году получила три из четырех крупнейших заказов правительства в области информационных технологий. Вскоре должно произойти слияние компании с General Dynamics.

www.anteon.com

UNITED ONLINE

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 36.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 27
Капитализация $ млн: 912.34

Что сопутствует успеху

Начинала с дешевых тарифов на IP-телефонию. Теперь «раскручивает» интернет-сайты Classmates.com; MyPoints.

www.unitedonline.net

SOHU.COM

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 64.4
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 4
Капитализация $ млн: 860.23

Что сопутствует успеху

Реклама в сети растет в три раза быстрее в Китае, чем в США. Крупнейший ее продавец в Китае получил права на деятельность во время проведения Олимпиады в Пекине в 2008 году.

www.sohu.com

SCHICK TECHNOLOGIES

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 31.2
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 108
Капитализация $ млн: –

Что сопутствует успеху

Ее новые цифровые рентгены снижают уровень радиации на 80 процентов. Продажи не обеспечивают больших прибылей из-за низкой маржи.

www.schicktech.com

WEBSENSE

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 36.5
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 29
Капитализация $ млн: 1,278.46

Что сопутствует успеху

ПО этой компании обеспечивает мониторинг интернета. Две трети прибыли в прошлом году получены после оплаты клиентами обновлений.

www.websense.com

DIGITAL INSIGHT

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 19.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 74
Капитализация $ млн: 1,081.80

Что сопутствует успеху

Лидер по продажам интернет-сервиса для небольших банков. В прошлом году ее сервис для оплаты банковских счетов опробовали 249 тысяч новых пользователей.

www.digitalinsight.com

CANDELA

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 26.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 27

Капитализация $ млн: 318.50

Что сопутствует успеху

Контролирует треть рынка, где представлены лазерные аппараты, удаляющие татуировки, лишние волосы и т.д.

www.candelalaser.com

MERGE HEALTHCARE

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 41.9
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 13
Капитализация $ млн: 236.63

Что сопутствует успеху

ПО автоматически заносит рентгены и томограммы в электронную историю болезни пациента. После прошлогоднего слияния с другой компанией возникли проблемы с бухгалтерией, что привело к судебным тяжбам, которые продолжаются и до сих пор.

www.merge.com

CONCUR TECHNOLOGIES

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 14.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 45
Капитализация $ млн: 554.92

Что сопутствует успеху

Экономия средств и закон Сорбейна-Оксли о строгом учете всех трат в открытых акционерных компаниях вынуждают их активно покупать ПО Concur.

www.concur.com

ARTHROCARE

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 32.2
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 31
Капитализация $ млн: 1,122.10

Что сопутствует успеху

Каждая третья больница в США использует радиоволновые инструменты компании в артроскопии. Они бесшумны и не жгут ткани при разрезании.

www.arthrocare.com

GENZYME

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 36.9
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 22
Капитализация $ млн: 17,769.07

Что сопутствует успеху

Производит лекарства от редких болезней, таких, как Фабри, которой страдают всего около 10 тысяч человек. Стоимость годичного курса лечения – 170 тысяч долларов.

www.genzyme.com

JUNIPER NETWORKS

Сектор: телекоммуникации
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 52.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -18
Капитализация $ млн: 10,573.87

Что сопутствует успеху

Продажи сетевого оборудования этой компании увеличились после появления широкополосной интернет-связи. Многие на Уолл-стрит полагают, что ее прибыль получена за счет ряда слияний.

www.juniper.net

CERNER

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 14.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 71
Капитализация $ млн: 3,876.64

Что сопутствует успеху

ПО используется в 1500 больницах и медлабораториях. Продажи достигли миллиарда долларов в 2005 году после контракта на сумму в 300 миллионов с компанией Fujitsu.

www.cerner.com

SILICON LABORATORIES

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 44.7
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 4
Капитализация $ млн: 1,801.00

Что сопутствует успеху

Чипы способны воспринимать как аналоговый, так и цифровой сигнал. Применяются в «Ай-подах» и мобильных телефонах. Новые телефоны «Нокиа» используют радиоприемник, разработанный компанией.

www.siliconlaboratories.com

VARIAN SEMICONDUCTOR EQUIPMENT

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 24.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 19
Капитализация $ млн: 2,124.14

Что сопутствует успеху

Продает точные приборы для производства чипов. Среди клиентов – Samsung, TI. В прошлом году заказы выросли на 15 %.

www.vsea.com

TEXAS INSTRUMENTS

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 18.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 31
Капитализация $ млн: 43,552.00

Что сопутствует успеху

Половина мобильных телефонов во всем мире использует ее процессоры. В США закон о том, что к 2009 году все телесигналы должны быть цифровыми, гарантирует рост компании.

www.ti.com

NEOWARE SYSTEMS

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 25.4
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 150
Капитализация $ млн: 227.57

Что сопутствует успеху

Продажи компьютеров для «простых клиентов», которые поручают обработку информации центральным серверам, за год выросли на 23 процента. Ими занимается компания Lenovo.

www.neoware.com

ARMOR HOLDINGS

Сектор: производство
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 70.5
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -9
Капитализация $ млн: 1,834.87

Oil Company LUKoil
Roman Gambourg professional corporation

Что сопутствует успеху

Конгресс США выделил 890 миллионов долларов на укрепление военных «Хаммеров» броней, и акции этой компании моментально выросли.

www.armorholdings.com

WESTERN DIGITAL

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 17.5
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 72
Капитализация $ млн: 4,281.58

Что сопутствует успеху

Производит жесткие компьютерные диски (для Dell, TiVo DVR, Microsoft's Xbox). Занимает второе место в своей отрасли.

www.westerndigital.com

DRS TECHNOLOGIES

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 36.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 20
Капитализация $ млн: 1,894.23

Что сопутствует успеху

Бинокли ночного видения, компьютеры для военных расчетов, системы электропитания для кораблей ВМФ США – лишь часть того, что производит компания.

www.drs.com

COGNEX

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 24.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 9
Капитализация $ млн: 1,056.34

Что сопутствует успеху

Производит электронные системы, выявляющие производственный брак. В последнее время продает их компаниям, выпускающим бумагу, металлы и лекарства.

www.cognex.com

EPICOR SOFTWARE

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 25.9
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 0
Капитализация $ млн: 768.12

Что сопутствует успеху

ПО для компаний, представленных на фондовых биржах, в основном, – среднего звена.

www.platsoft.com

SINA

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 85.1
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -25
Капитализация $ млн: 1,495.72

Что сопутствует успеху

Создает интернет-сайты для китайцев в США. Прибыль – от продажи рекламы.

www.sina.com

ROPER INDUSTRIES.

Сектор: производство
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 29.5
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 31
Капитализация $ млн: 4,156.96

Что сопутствует успеху

Создает системы удаленного доступа к счетчикам расхода воды и электричества, что позволяет клиентам экономить время и деньги.

www.roperind.com

DIGITAS

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 21.1
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 31
Капитализация $ млн: 971.39

Что сопутствует успеху

Лучшие веб-сайты для корпоративных клиентов, которые обеспечивают половину продаж – American Express, GM.

www.digitas-inc.com

BEL FUSE

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 33.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -5
Капитализация $ млн: 336.94

Что сопутствует успеху

Электродетали для персональных компьютеров и всевозможные коннекторы для вычислительных центров.

www.belfuse.com

MICROSEMI

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 13.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 59
Капитализация $ млн: 1,425.71

Что сопутствует успеху

Чипы производства этой компании позволяют сократить потребление энергии ноутбуками и плоскоэкранными телевизорами – это увеличивает цикл жизни батарей портативных электроприборов и снижает счета на оплату коммунальных услуг.

www.microsemi.com

BIOSITE

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 45.1
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -9
Капитализация $ млн: 767.68

Что сопутствует успеху

Разрабатывает новые методы определения заболеваний. Диагностическим оборудованием компании оснащены половина американских больниц.

www.biosite.com

RESMED

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 28.1
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 50
Капитализация $ млн: 3,340.59

Что сопутствует успеху

У более чем 20 миллионов американцев во сне останавливается дыхание. Компания производит продукцию, которая помогает этим людям лучше дышать во время сна.

www.resmed.com

AMGEN

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 33.9

Svenska Handelsbanken
Logos
РекламаЮг

Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 23
Капитализация $ млн: 87,511.89

Лекарство от псориаза и анемии, развивающейся после отказа почек. Продажи за последнее время значительно выросли.

www.amgen.com

EPIQ SYSTEMS

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 56.7
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 27
Капитализация $ млн: 298.22

Что сопутствует успеху

ПО для адвокатских контор, обслуживающих клиентов, которые оформляют процедуру банкротства.

www.epiqsystems.com

ANSYS

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 19.5
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 33
Капитализация $ млн: 1,910.94

Что сопутствует успеху

ПО для инженеров для любых форм моделирования – от опыления растений до оптимизации процессов.

www.ansys.com

GLOBAL PAYMENTS

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 20.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 60
Капитализация $ млн: 3,486.27

Что сопутствует успеху

В прошлом году эта компания, обеспечивающая проведение операций с кредитными и дебетовыми карточками, активно работала в Азии. Особый успех отмечен после подписания партнерского соглашения с лондонским HSBC.

www.globalpaymentsinc.com

ABAXIS

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 22.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 14
Капитализация $ млн: 417.90

Что сопутствует успеху

Продает переносные анализаторы крови для врачей. Им приходится все время покупать одноразовые диски для приборов, что обеспечивает 56 процентов дохода компании.

www.abaxis.com

MANTECH INTERNATIONAL

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 25.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 17
Капитализация $ млн: 623.48

Что сопутствует успеху

Более половины сотрудников этой компании имеют доступ в секретные правительственные учреждения, что помогает получать заказы для американской разведки в области информационных технологий.

www.mantech.com

BUSINESS OBJECTS

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 36.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 59
Капитализация $ млн: 3,729.57

Что сопутствует успеху

ПО для крупных клиентов – количество контрактов с ними в прошлом году выросло в полтора раза. Корпорация Boeing, например, при помощи продукции компании высчитывает затраты на строительство космической станции.

www.businessobjects.com

AUTODESK

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 17.2
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 13
Капитализация $ млн: 8,169.60

Что сопутствует успеху

AutoCad производства этой компании завоевал 78 процентов рынка для инженеров-дизайнеров. Продажи новой продукции с использованием трехмерной графики выросли с 2003 года на 170 процентов.

www.autodesk.com

GOLDEN TELECOM INC. (NASDAQ GS: GLDN)

Сектор: телекоммуникации
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 57.7
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 1
Капитализация $ млн: 1,309.45
Выпущено акций: 36,63

На 67-м месте в списке самых быстрорастущих компаний в мире находится российская корпорация «Голден Телеком». Компания является ведущим поставщиком интегрированных телекоммуникационных и интернет-услуг в крупнейших населенных пунктах России и других стран СНГ, обладающим собственными средствами и сооружениями связи. Компания предлагает услуги телефонии, передачи данных, доступа в интернет корпорациям, операторам и частным лицам через свои налаженные сети в крупнейших городах, включая Москву, Киев, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Самару, Калининград, Красноярск, Алма-Ату и Ташкент, а также через арендованные каналы и оптико-волоконные и спутниковые сети связи, включая примерно 259 комбинированных пунктов доступа в России и других странах СНГ. Компания предлагает услуги мобильной связи в Киеве и Одессе. «Голден Телеком» оказывает своим клиентам целый ряд разнообразных услуг связи. В конце прошлого года в компании работали 3 646 сотрудников.

Что сопутствует успеху

Поток информации, который проходит через разветвленную сеть компании, в первую очередь в России, постоянно растет. Продажи мобильных телефонов в стране каждый год удваиваются.

Адрес:
Golden Telecom Incorporated
Кожевнический проезд, 1, Москва, 115114
Телефон: 01175017979300
www.goldentelecom.ru

WEST CORP.

Сектор: Услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 22.2
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 27
Капитализация $ млн: 3,448.13

Что сопутствует успеху

23 000 представителей компании отвечают на звонки для таких клиентов, как Cingular and ShopNBC. Почти половина сотрудников работают из дома – это помогает сократить расходы компании и затраты на обучение.

www.west.com

QUALCOMM

Сектор: телекоммуникации
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 21.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 2
Капитализация $ млн: 59,954.62

Что сопутствует успеху

Работает в формате CDMA, создает сети мобильных телефонов. Продажи в Японии и Китае выросли на 41 процент в прошлом году.

www.qualcomm.com

RADVISION

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 16.1
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 23
Капитализация $ млн: 435.71

Что сопутствует успеху

Продает системы для видеоконференций, в прошлом году росту компании помогли несколько крупных контрактов с министерством обороны США.

www.radvision.com

TALX

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 25.9
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 167
Капитализация $ млн: 775.97

Что сопутствует успеху

По заказу клиентов успешно проверяет информацию о работе и кредитоспособности заемщиков банков и других финансовых учреждений.

www.talx.com

MICROS SYSTEMS

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 19.2
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 24
Капитализация $ млн: 1,988.63

Что сопутствует успеху

Компьютерные системы для осуществления заказов в ресторанах и гостиницах. Доход компании в 2005 году увеличился на 18 процентов.

www.micros.com

SCIENTIFIC GAMES

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 21.4
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 14
Капитализация $ млн: 2,556.60

Что сопутствует успеху

Обслуживает лотереи в США. С 2003 года продажи товаров и услуг за пределами Соединенных Штатов выросли в три раза и составили 212 миллионов долларов.

www.autotote.com

JABIL CIRCUIT

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 28.5
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 45
Капитализация $ млн: 6,245.51

Что сопутствует успеху

Получает заказы крупных компаний на дизайн и производство электротоваров. Однако половина прошлогодних продаж осуществлены по результатам первичных договоренностей с новыми клиентами.

www.jabil.com

SONIC SOLUTIONS

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 67.4
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -33
Капитализация млн $: 407.42

Что сопутствует успеху

Появление аппаратуры с высокой четкостью нанесло ущерб этой компании. Однако недавно она выпустила новое ПО для копирования компакт-дисков и цифровых видеодисков. Результат – продажи выросли на 28 процентов.

www.sonic.com

LASERSCOPE

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 46.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -37
Капитализация $ млн: 693.86

Что сопутствует успеху

Создает различные хирургические приборы для операций. Пострадала после недавних сокращений объемов выплат государственных медицинских пособий Medicare.

www.laserscope.com

ORBITAL SCIENCES

Сектор: телекоммуникации
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 10.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 9
Капитализация $ млн: 1,074.49

Что сопутствует успеху

В прошлом году получила пять из семи госконтрактов на строительство небольших спутников связи (этим не желают заниматься гиганты – Lockheed Martin, Boeing).

www.orbital.com

APPLIED MATERIALS

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 18.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 5
Капитализация $ млн: 24,631.50

Что сопутствует успеху

Производит оборудование для нахождения дефектов при создании микротранзисторов. Продажи в последнее время возросли.

www.appliedmaterials.com

COMPUTER PROGRAMS & SYSTEMS

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 12.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 84
Капитализация $ млн: 351.37

demos eer www.iisdp.org SKANSKA

Еще одна компания, специализирующаяся на создании систем автоматизации в больницах. Создает специальные управляемые тележки, которые самостоятельно движутся к кроватям пациентов. Применяется в 500 американских госпиталях.

www.cpsinet.com

TRIMBLE NAVIGATION

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 18.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 7
Капитализация $ млн: 2,529.84

Что сопутствует успеху

Фермеры используют спутниковые навигационные системы этой компании при проведении посевных работ (оборудование устанавливается в грузовики). Продажи в прошлом году выросли на 34 процента.

www.trimble.com

E-Z-EM

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 1.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 57
Капитализация $ млн: 181.70

Что сопутствует успеху

Производит контрастную жидкость, которую пациенты больниц пьют за час до сканирования кишечника. Продажи выросли на 15 миллионов долларов, после того как компания-конкурент объявила о отзыве своей продукции.

www.ezem.com

FAIR ISAAC

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 24.2
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 21
Капитализация $ млн: 2,601.22

Что сопутствует успеху

Несмотря на то, что недавно три ведущих американских кредитных бюро решили изменить существующую систему выставления единого кредитного счета заемщикам, кредиторы по-прежнему при выдаче займов опираются на счет FICO.

www.fairisaac.com

DIGITAL RIVER

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 41,5
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -29
Капитализация $ млн: 2,330.31

Что сопутствует успеху

В прошлом году 14 миллионов американцев загрузили антивирусное программное обеспечение, что помогла им сделать Digital River. Ее клиенты – компании McAfee, Symantec.

www.digitalriver.com

MOTOROLA

Сектор: телекоммуникации
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 11.1
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 32
Капитализация $ млн: 51,902.97

Что сопутствует успеху

После появления на рынке модели Razr в 2004 году продажи выросли на 40 процентов и прибыль удвоилась.

www.mot.com

MOLECULAR DEVICES

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 21.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 44
Капитализация млн $: 338.75

Что сопутствует успеху

Создает лабораторные инструменты для исследования новых биотехнологий, которые все больше походят на микроплаты.

www.moldev.com

L-3 COMMUNICATIONS HOLDINGS

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 34.9
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 2
Капитализация $ млн: 9,890.46

Что сопутствует успеху

Многочисленные контракты в области высоких технологий с минобороны США.

www.l-3com.com

ROFIN-SINAR TECHNOLOGIES

Сектор: производство
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 20.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 2
Капитализация $ млн: 978.48

Что сопутствует успеху

При помощи создаваемых компанией лазеров можно наносить надписи на пластики. Продажи в прошлом году выросли на 14 процентов. Недавно компания поглотила двух своих конкурентов.

www.rofin-sinar.com

INVITROGEN

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 22.5
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -1
Капитализация $ млн: 3,089.60

Что сопутствует успеху

После восьми слияний с другими компаниями Invitrogen стал крупнейшим субподрядчиком американского правительства по противодействию биотерроризму. Компания выпускает продукцию для борьбы с эпидемиями сибирской язвы, оспы и чумы.

www.invitrogen.com

FORRESTER RESEARCH

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 12.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 5
Капитализация $ млн: 715.92

Что сопутствует успеху

Фирма занимается технологическими исследованиями, и лишь в прошлом году продажи товаров и услуг значительно возросли. Доход от консалтинга увеличился на 24 процента.

www.forrester.com

TTM TECHNOLOGIES

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 39.3

MERCOSUR
Roman Gambourg professional corporation

Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -20
Капитализация $ млн: 495.55

Что сопутствует успеху

Прошлым летом резко упали цены на электросхемы, которые производит компания, и ее акции пошатнулись. Руководство сумело исправить ситуацию. Среди клиентов – Cisco, Juniper.

www.ttmtechnologies.com

ADOBE SYSTEMS

Сектор: программное обеспечение
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 19.0
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 18
Капитализация $ млн: 23,222.92

Что сопутствует успеху

В 2005 году наиболее продаваемым продуктом стал Creative Suite – продажи выросли на 32 процента и достигли 558 миллионов долларов. В следующем году слияние с Macromedia добавит к продажам еще 419 миллионов долларов.

www.adobe.com

EBAY

Сектор: торговля
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 58.1
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -26
Капитализация $ млн: 45,754.62

Что сопутствует успеху

Темпы роста замедлились отчасти из-за опасений конкурентов – Google, что негативно сказалось на цене акций. Но в прошлом году продажи за пределами США выросли на 46 процентов и достигли 1,7 млрд долларов.

www.ebay.com

TECHNE

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 11.1
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 44
Капитализация $ млн: 2,234.48

Что сопутствует успеху

Продажи протеинов и биокатализаторов выросли на 25 процентов, что помогло найти лекарство от преэклампсии – токсикоза, вызывавшего смерть беременных женщин.

www.techne-corp.com

CALAMP

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 36.3
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 17
Капитализация $ млн: 155.76

Что сопутствует успеху

Завоевала половину рынка спутниковых «тарелок» объемом в 400 миллионов долларов. Новинки – системы безопасности для слежения за автомобилями и зданиями.

www.calamp.com

SYNAPTICS

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 33.6
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -19
Капитализация $ млн: 716.30

Что сопутствует успеху

Выпускает сенсорные планшеты для компьютеров и «Ай-подов», однако в прошлом году доходы от продаж музыки выросли в четыре раза и сейчас составляют 41 % продаж компании.

www.synaptics.com

WEBEX

Сектор: услуги в сфере бизнеса
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 32.8
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -9
Капитализация $ млн: 1,831.48

Что сопутствует успеху

Производит системы для телеконференций. Этот рынок ежегодно растет на четверть, и компания контролирует 64 его процента.

www.webex.com

ITRON

Сектор: электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 23.3
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 67
Капитализация $ млн: 1,307.34

Что сопутствует успеху

Производит счетчики и ПО для подсчета расхода воды, света и газа.

www.itron.com

NETWORK APPLIANCE

Сектор: Электроника
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 28.7
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): -19
Капитализация $ млн: 13,637.84

Что сопутствует успеху

Продажи компьютерных серверов компании в начале года выросли на 30 процентов.

www.netapp.com

MERIDIAN BIOSCIENCE

Сектор: медицина
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 16.5
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 76
Капитализация $ млн: 583.28

Что сопутствует успеху

Создает приборы для определения наличия вирусов в организме человека. 20 процентов дохода компании составляют продажи приборов, определяющих наличие вредных бактерий.

www.meridianbioscience.com

ESTERLINE TECHNOLOGIES

Сектор: производство
Рост % (ежегодный, в среднем за три года): 21.9
Акции (окупаемость инвестиций, 2005, в %): 14
Капитализация $ млн: 973.69

Что сопутствует успеху

Оснащает самолеты приборами собственного производства стоимостью в 150 тысяч долларов. Недавно объединилась с несколькими компаниями, что позволило значительно снизить затратную часть бизнеса.

www.esterline.com

Oil Company LUKoil
Roman Gambourg professional corporation

Лондонский выход Мордашова

«Северсталь» закончила прием заявок на акции в рамках их размещения на Лондонской фондовой бирже (LSE) и поздно вечером 7 ноября определила окончательную цену IPO. Компания, ставшая известной всему миру после неудачной попытки объединения с металлургическим гигантом Arcelor, не смогла убедить инвесторов покупать свои акции по высокой цене. Зато главная задача IPO была выполнена — теперь «Северсталь» будет восприниматься как полноценная и цивилизованная компания, что позволит ей брать более дешевые кредиты и активно участвовать в поглощениях на мировом рынке.

В последнее время российские компании все чаще выходят на Лондонскую биржу. Здесь их акции неизменно пользуются спросом. Последний пример – «Трубная металлургическая компания». Ее размещение состоялось в последних числах октября. Инвесторы предложили выкупить у компании в 19 раз больше акций, чем ТМК планировала продать.

А об успешности другого недавнего российского IPO – девелоперской компании Михаила Фридмана «Система-Галс» – свидетельствует тот факт, что банки-организаторы размещения решили полностью реализовать свой опцион на выкуп акций. Для сравнения, даже в ходе раскрученного IPO «Роснефти» банки, помогавшие компании выходить на биржу, выкупили опцион только на 60 процентов.

В этом отношении IPO «Северстали» в Лондоне ждали с особым нетерпением – по известности на Западе компания Алексея Мордашова едва ли не превосходит «Роснефть». Во всяком случае, в июне 2006 года статьями о «Северстали» пестрили все без преувеличения крупные деловые издания Европы и США: Алексей Мордашов сумел извлечь выгоду из противостояния двух мировых лидеров в сталелитейной области – индийской Mittal Steel и европейской Arcelor.

Вкратце история такова: совет директоров Arcelor приблизительно полгода отказывался от слияния с Mittal Steel, мотивируя свое решение слишком низкой ценой за актив. Однако в мае 2006 года Лакшми Миттал (как нетрудно догадаться, владелец Mittal Steel) решил перейти в наступление и начал недружественное поглощение. Тут-то и вышла на мировую арену «Северсталь», заявив, что готова пойти на слияние с Arcelor. Поглотить объединенную компанию Лакшми Митталу уже было не под силу.

В итоге от конфликта выиграли исключительно акционеры Arcelor – Mittal Steel смирилась и повысила цену за компанию, а дерзкий дебют «Северстали» не состоялся – после улучшенного предложения со стороны Лакшми Миттала Arcelor не смогла устоять и проголосовала за слияние с индийской компанией.

Сразу после этого провала Алексей Мордашов неоднократно намекал, что планирует объединение с другой крупной компанией. Какой – так и осталось тайной. Во всяком случае, с Evraz Group, 40 процентов которой недавно купил Роман Абрамович, переговоры не велись – об этом заявляли оба бизнесмена.

Вскоре после несостоявшегося альянса с Arcelor главе «Северстали» пришла еще одна мысль – провести IPO на одной из западных бирж. В России акции компании свободно продаются уже давно – первые торги по ним состоялись еще в 1995 году.

Однако этой биржевой истории западным инвестором недостаточно для того, чтобы считать компанию открытой. Все-таки ни РТС, ни ММВБ пока не входят в число элитных биржевых индексов, да и требований к отчетности эмитентов здесь меньше, чем даже в относительно либеральном Лондоне. Руководство «Северстали» посчитало, что закрытость компании отпугивает инвесторов. Тем более, что их коллеги-конкуренты из России, Evraz и НЛМК, уже давно представлены на LSE. Тут-то и началась подготовка к IPO.

МИНУС 9

Но в Лондоне Алексея Мордашова ожидала очередная неудача – переподписки «в разы» не получилось. Иными словами, «Северсталь» не смогла убедить большое количество инвесторов покупать свои акции на бирже в объявленном диапазоне – от 11 до 13,5 доллара за штуку.

Согласно официальному сообщению, IPO прошло чуть выше середины диапазона – по цене 12,5 доллара за акцию, что соответствует общей капитализации компании в 12,7 миллиарда долларов. Для сравнения – трейдеры на РТС недавно оценивали «Северсталь» в промежутке от 11,8 до 12,2 миллиарда долларов. Правда, обычно IPO и проводится с небольшим занижением реальной цены, чтобы акции имели потенциал роста.

Оценка лондонских инвесторов выглядит странной на фоне заявлений российских аналитиков, которые оценивают одну акцию «Северстали» в 14–16 долларов, то есть по крайней мере на полтора доллара больше, чем за нее согласились заплатить в Лондоне.

О неуспехе IPO свидетельствует и еще один факт – реакция российских бирж. Она была весьма красноречивой – 7 ноября акции «Северстали» упали на 1,44 процента при значительном росте остальных «голубых фишек», а 8 ноября, то есть в день объявления официальных результатов IPO, – еще на 7,31 процента к открытию и на 9 процентов ровно к закрытию предыдущих торгов.

ЦЕНА — НЕ ГЛАВНОЕ

Но, как ни странно, размещением акций своего главного актива Алексей Мордашов может быть доволен. Для него гораздо важнее было повышение престижа компании после выхода на LSE. Теперь «Северсталь» сможет осуществлять покупки не только на заемные средства, но и на собственные акции – благо цене LSE доверяют больше, чем РТС или ММВБ. ■

Александр ПОЛИВАНОВ

СТРОЙМАРКЕТ РБК SINCE InterShow 1978 PRODUCTIONS ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ

Сергей БРИН — основатель компании Google

Сергей Брин: компьютерный гений, несущий в мир большие перемены

Судьбы основателей Google Сергея Брина (Sergey Brin) и Ларри Пейджа (Larry Page) – замечательный пример того, как научный талант, творческий поиск, смелость и любовь к эксперименту способны проложить путь к успеху. Поистине стремительный взлет двух молодых миллиардеров можно назвать воплощением традиционной американской мечты в век компьютеров и интернета.

Если один из создателей Google является урожденным американцем, то второй – выходец из России, вернее, бывшего СССР. Сергей Михайлович Брин родился 21 августа 1973 года в Москве в семье еврейских интеллигентов. В 1979 году семья эмигрировала в США. Отец стал профессором математики в Мэрилендском университете, а мать – научным сотрудником в Национальном агентстве по аэронавтике и исследованию космоса (NASA).

В Америке Сергей посещал начальную школу, где обучение велось по системе Монтессори (Paint Branch Montessori School), в Адельфи, штат Мэриленд. Учебу в этой школе он ныне считает одним из отправных пунктов своего жизненного успеха. Дополнительное образование мальчик получал дома. Родители не только помогали ему сохранить знание русского языка, но и всячески поощряли рано проявившийся интерес сына к математике и вычислительной технике. Достаточно сказать, что, хотя в начале 1980-х гг. наличие домашних компьютеров было еще очень большой редкостью, свой первый компьютер – Commodore 64 – Сергей получил от отца в подарок на день рождения, когда ему исполнилось девять лет. Уже вскоре он удивил школьных учителей, представив необычный по тем временам проект, подготовленный на компьютере и распечатанный на принтере.

После окончания в 1990 году школы Элеанор Рузвельт (Eleanor Roosevelt High School) Брин изучал математику и информатику в Мэрилендском университете и в 1993 году получил степень бакалавра с отличием. Затем Национальный фонд науки (National Science Foundation) предоставил Брину стипендию для выпускников высших учебных заведений, что позволило ему продолжить изучение информатики в Стэнфордском университете, штат Калифорния. В 1995 году он получает степень магистра и продолжает работать над докторской диссертацией.

В Стэнфорде Брин почти с самого начала проявил интерес к исследованиям в области интернет-технологий и, в частности, к поисковым машинам. Он стал автором и соавтором целого ряда работ, касающихся методов извлечения информации из неструктурированных источников и поиска информации в больших собраниях текстов и научных данных. Кроме того, им было разработано программное обеспечение для преобразования научных работ, созданных с использованием текстового процессора TeX, формат HTML.

Решающий момент в жизни Сергея Брина наступил в марте 1995 года, когда на весенней встрече новых соискателей докторской степени в области информатики он познакомился с молодым ученым по имени Ларри Пейдж, будущим сопрезидентом Google. Брину было поручено сопровождать Пейджа по территории университета. Если верить анналам Google, первоначально эти двое вовсе не были в восторге друг от друга и яростно спорили, обсуждая любые темы. Однако вскоре обнаружилось, что их обоих чрезвычайно интересует проблема извлечения информации из больших массивов данных. Сергей и

demos eer www.iisdp.org SKANSKA

Ларри подружились, разрабатывая новую систему интернет-поиска для общежития своего колледжа. Следующим важным этапом сотрудничества стало написание совместной работы «Анатомия системы крупномасштабного гипертекстного интернет-поиска» (The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine), в которой, как считается, содержался зародыш их будущей грандиозной идеи. Среди научных трудов Стэнфордского университета эта работа занимает 10-е место по уровню вызываемого ею интереса.

В январе 1996 года, готовясь к написанию докторских диссертаций, Брин и Пейдж начали совместную работу над исследовательским проектом, призванным принципиально усовершенствовать методы поиска информации в интернете. Поняв, что наиболее популярные данные чаще всего являются самыми полезными, молодые ученые выдвинули гипотезу, согласно которой поисковая машина, анализирующая отношения между web-сайтами и ранжирующая результаты в соответствии с популярностью тех или иных страниц, должна быть более эффективной, чем существовавшие системы. (В поисковых устройствах, использовавшихся на тот момент, рейтинг результатов, как правило, зависел от того, сколько раз искомое слово встречалось на странице.) Новая система первоначально получила название «BackRub», поскольку она проверяла количество и релевантность обратных ссылок для оценки информационной важности сайта. Позже она была названа PageRank.

Будучи убеждены, что самыми важными для поиска данных являются web-страницы, на которые чаще всего дают ссылки другие страницы, сами обладающие высоким уровнем релевантности, Брин и Пейдж решили доказать правильность данной идеи в рамках своих университетских исследований. Таким образом, в основу создания ими собственной поисковой машины легла проверка научного тезиса. Изначально поисковая система была размещена на сайте Стэнфордского университета под доменом google.stanford.edu. Домен google.com был зарегистрирован 14 сентября 1997 года. Интересно происхождение самого названия «Google», которое возникло в результате измененного написания слова «googol», обозначающего 10 в сотой степени. (Последнее, в свою очередь, было придумано девятилетним племянником математика Эдварда Каснера (Edward Kasner)). Собственно, первоначально Брин и Пейдж так и назвали компанию – «Googol». Сделать выбор названия им совершенно неожиданно помог один из основателей Sun Microsystems Энди Бехтольшайм. «Это очень интересно, — прервал его Энди, когда Сергей начал демонстрировать ему возможности своего поисковика, — но я очень спешу. Как, вы говорите, называется ваша компания?» И достал чековую книжку. Через несколько минут ошарашенный Брин остался один на один с чеком на 100 тысяч долларов на имя не существующей еще компании Google Incorporated.

В течение первой половины 1998 года исследователи занимались развитием новой перспективной технологии. Комната Пейджа в общежитии Стэнфордского университета служила центром обработки данных, комната Брина – деловым офисом. Друзья сделали попытку продать свою идею, но она не увенчалась успехом. Тогда они написали бизнес-план и занялись поиском средств для создания собственной компании. В итоге общий размер первоначальных инвестиций составил почти один миллион долларов. Деньги были получены как от родственников и друзей, так и от инвесторов, включая чек от Энди Бехтольшайма.

В середине 1998 года Брин и Пейдж оставили свои исследования в Стэнфордском университете (правда, Брин до сих пор официально считается там взявшим отпуск). Остальное, по их словам, – это уже история. Собственно, история Google началась 7 сентября 1998 года, когда она была зарегистрирована как компания с ограниченной ответственностью. Первым ее офисом стал гараж одного из приятелей, расположенный в Менло-Парк, штат Калифорния, а количество сотрудников первоначально составляло четыре человека. При этом поисковая машина Google отвечала на 10 000 запросов в день и, хотя еще числилась во «втором эшелоне», была включена журналом PC Magazine в список 100 лучших интернет-сайтов и поисковых машин 1998 года. В следующем году компания переехала в новый офис в Пало-Альто.

Количество удовлетворенных пользователей росло как на дрожжах, слово «Google» передавалось из уст в уста. Компании потребовались средства для расширения бизнеса. В то же время Брин и Пейдж ни в коем случае не хотели утратить контроль и допустить, чтобы Google отступила от своего главного принципа – усовершенствовать мир через открытие доступа к информации. И здесь они вновь доказали, что способны находить оригинальные решения не только в сфере новых технологий, но и в организации бизнеса. В 1999 году им удалось убедить две конкурирующие фирмы венчурного капитала – Sequoia Capital и Kleiner Perkins Caufield & Byers – профинансировать Google в одно и то же время на общую сумму 25 миллоннов долларов. По словам Дэвида Вайза (David Vise), соавтора книги «История Google» (The Google Story), это был классический маневр «разделяй и властвуй». Он позволил создателям компании предотвратить возможность серьезного влияния со стороны любого из инвесторов, несмотря на то, что представители обоих вошли в совет директоров.

Способность партнеров мыслить нетрадиционно проявилась и в период бума в dot.com-индустрии. Когда конкуренты тратили миллионы на рекламу и маркетинговые кампании во имя «создания брэндов», руководители Google спокойно

СТРОЙМАРКЕТ РБК InterShow PRODUCTIONS ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ

и сосредоточенно работали над усовершенствованием своей поисковой машины и более качественным удовлетворением пользовательских запросов. Брин считал, что в плане маркетинга Google может полагаться на помощь пользователей, так как значительная часть тех, кто прибегает к услугам ее поисковой машины, рекомендуют ее другим пользователям. В результате обвал интернет-сектора, закончившийся крахом для множества молодых фирм, не помешал дальнейшему устойчивому росту Google, которая в 2000 году вышла на уровень прибыльности. Значительную роль в этом успехе сыграло появление «ненавязчивых» рекламных текстов, располагающихся на периферии результатов поиска (в первые годы работы компании сопровождение результатов поиска рекламой не допускалось).

Брин и Пейдж несли на себе бремя управления компанией, пока количество ее сотрудников не превысило 200 человек. Летом 2001 года они передали полномочия главного исполнительного директора Эрику Шмидту (Eric Schmidt), ветерану отрасли, несколькими месяцами ранее приглашенному в качестве председателя совета директоров, а до этого исполнявшему обязанности председателя правления и главного исполнительного директора в компании Novell. Тем не менее, они продолжают твердо «держать руку на пульсе», и ни одно важное решение не может быть принято без их одобрения. В случае несогласия партнеры во всех подробностях обсуждают спорный вопрос наедине и вырабатывают общую позицию, которую и представляют окружающим, выступая «единым фронтом».

В августе 2004 года Google осуществила первичное размещение своих акций на бирже NASDAQ под биржевым символом (GOOG). Вновь отказавшись от проторенных путей, руководители компании проигнорировали традиционные для Wall Street методы проведения IPO, предпочтя «голландский» аукцион. Вдобавок они успели «разозлить» Комиссию по ценным бумагам и биржам, SEC, которая была возмущена фактом публикации интервью в журнале Playboy в так называемый «тихий» период (период до и некоторое время после регистрации в SEC, когда запрещено заниматься рекламой). В любом случае, IPO вызвало значительный интерес со стороны инвесторов.

Непрерывный рост бизнеса Google, расширявшейся за счет приобретений и регулярно создававшей новые виды интернет-услуг, способствовал быстрому взлету ее акций. Начав торговаться на уровне 85 долларов, они уже через год с небольшим стоили впятеро больше. Когда компания проводила первичное размещение, Брин и Пейдж назвали своей «ролевой моделью» финансиста и мультимиллиардера Уоррена Баффета (Warren Buffett). А уже в январе 2006 года Google удалось сравняться с принадлежащей Баффету фирмой Berkshire Hathaway Inc. по рыночной стоимости. Некоторое время назад компания провела вторичное размещение акций на сумму 4 миллиарда долларов (количество акций было привязано к бесконечной цифровой последовательности в числе «пи»), что всколыхнуло слухи о возможных предстоящих приобретениях.

Правда, эксперты говорят о большей устойчивости бумаг Berkshire в долгосрочной перспективе и о дороговизне акций Google с точки зрения показателей прибыли, объема заказов и продаж. В то же время большинство аналитиков прогнозируют для акций Google дальнейший мощный рост, указывая на растущий поток доходов от рекламы и постоянное добавление новых услуг. Так, по мнению Марка Сталмана (Mark Stahlman) из Caris & Co, если компания расширит свои услуги в сферы онлайновых финансов и здравоохранения, ее объем продаж может в будущем достичь 100 миллиардов долларов, а цена акций – вырасти в несколько раз.

На фоне мощного роста акций личные состояния создателей Google в период, последовавший за IPO, продемонстрировали головокружительный взлет. С августа 2004 года Брин и Пейдж опередили по темпам роста доходов таких «китов» компьютерного бизнеса, как Билл Гейтс (Bill Gates) и Пол Аллен (Paul Allen). В 2004 году партнеры впервые оказались в публикуемом авторитетным журналом Forbes списке миллиардеров – с 1 миллиардом долларов у каждого. В 2005 году состояние Брина уже оценивалось Forbes в 11 миллиардов долларов, и он разделил с Пейджем 16-е место в списке богатейших граждан США Forbes 400. Кроме того, Брин оказался вторым среди американцев в возрасте до 40 лет. Согласно рейтингу, представленному Forbes в текущем году, Брин занял 26-ю позицию среди богатейших людей мира, причем размер его личного состояния достиг 12,9 миллиарда долларов. Следует отметить, что начиная со второго квартала 2004 года, когда Google готовилась к проведению IPO, и до настоящего времени Брин, Пейдж и Шмидт получают один доллар в год в качестве базовой заработной платы, полностью рассчитывая на получение опционов и рост стоимости акций.

Между тем, частная жизнь Сергея Брина остается почти неизвестной широкой публике. Высокие доходы не сделали его расточительным. Он ездит в недорогой машине и довольствуется скромной квартирой. Брин увлекается гимнастикой. Кроме того, как и многие сотрудники Google, он нередко катается поблизости от офиса на роликовых коньках, а в перерывах играет в хоккей на роликах. Из одежды он предпочитает джинсы, кроссовки и спортивные куртки. Что касается кулинарных предпочтений, известно, что, поддерживая связь со страной своего происхождения, Сергей довольно часто посещает многочисленные русские рестораны Сан-Франциско.

Сергей Брин неоднократно выступал как докладчик на конференциях и форумах, посвященных вопросам науки, бизнеса и технологий, включая Мировой экономический форум. Он также принимает участие в телевизионных шоу и документальных передачах, высказывая свое мнение по поводу ситуации в технологическом секторе и будущего поисковых машин. В 2004 году программа ABC World News Tonight назвала Сергея и его партнера «людьми недели», а в 2005-м на Мировом экономическом форуме Сергей Брин был номинирован на титул «молодого лидера». Instituto de Empresa присвоил ему степень MBA.

В одном из интервью Брин сказал, что «исследования в области интернета в наши дни представляются очень актуальными», и он «не является исключением». На самом деле, исключительность Брина и его партнера состоит не в том, чем они занимаются, а в том, как они относятся к своему делу. Они стремятся «быть непохожими» во всем – от знаменитого корпоративного девиза «Не твори зла» («Don't be evil»), напоминающего о философии хиппи, рас-

пространенной в США в 1960-х годах, до неортодоксальной корпоративной структуры и беспрецедентной приверженности филантропии.

С самого начала создатели Google мыслили в глобальных масштабах, стремясь при помощи новаторских технологий организовать не только интернет (что само по себе является грандиозным предприятием), но всю систему информации так, чтобы она стала доступна каждому. В последние годы Google претерпела резкие изменения, превратившись из интернет-поисковика в грандиозную систему, охватывающую новости, каталоги, рекламу продуктов и услуг, карты, электронную почту и т.д. Однако, как указал Брин, она не перешла в разряд медиакомпаний, но осталась технологической компанией, «старающейся применить технологии к медиа». Компания «фундаментально работает со всем комплексом мировых знаний; просто существуют разные подходы к этому вопросу». Поскольку в современном обществе люди не могут обойтись без информации, – от нее зависят их карьера, образование, здоровье и т.д., – влияние Google на духовное состояние мира будет, по словам Брина, становиться всё сильнее.

Говоря о «непохожести» создателей Google, нельзя не упомянуть о созданной ими своеобразной атмосфере компании. В центральном офисе, расположенном в Маунтин-Вью, в самом сердце Силиконовой долины, известном как «Googleplex», можно наблюдать немало «причуд», призванных сделать сотрудников счастливее. Это и фортепианная музыка, и массаж, и широкий выбор спортивных принадлежностей, и популярный в Google хоккей на роликах, Это, разумеется, и юмор, который стал неотъемлемой чертой образа молодой компании – от смешных рисунков на домашней странице и загадок в публичных объявлениях до знаменитых первоапрельских шуток. И, может быть, самое важное: каждый член команды Google имеет право 20 % рабочего времени тратить на проекты, которые интересуют его самого. Немалое число новых услуг, предоставленных компанией в последнее время, включая Gmail, Google News и Orkut, появилось именно в результате таких независимых исследований. А Марисса Майер (Marissa Mayer), вице-президент Google по поисковым продуктам, считает, что на эти 20 % времени, посвящаемого свободному творчеству, приходится не менее половины разрабатываемых в компании новшеств.

Кстати, хотя в Google ныне работает более 5000 сотрудников, она до сих пор характеризуется горизонтальной структурой управления. По словам экспертов, немногочисленность уровней менеджмента напоминает скорее о школе, чем о крупной компании. Впрочем, Джон Баттелл (John Battelle), автор одной из последних книг о Google, отмечает, что ряд сотрудников высказывают недовольство методами организации бизнеса, жалуясь на частые нестыковки и автократическое поведение менеджеров.

В последние годы в прессе и интернете можно встретить высказывания о том, что этическое превосходство, на которое претендует Google, сходит на нет в условиях разрастания ее бизнеса и острой конкуренции с другими игроками отрасли, включая Microsoft (MSFT). Многим кажется сомнительным, что необычный принцип компании «не творить зла» способен выдержать давление духа коммерциализации, пронизывающего современное общество. В частности, сравнительно недавно Google подверглась критике за уступки правительству Китая, требовавшему фильтрации результатов поиска в соответствии с законами страны. Отвечая на обвинения в пособничестве цензуре, Брин признал, что компания была вынуждена пойти на компромисс. Разумеется, сказал он, Google могла бы поступить «вполне резонно», заявив, что останется при своем принципе недопущения цензуры и не будет вести операции в Китае. Однако ее руководство выбрало «альтернативный путь», что обеспечило жителям Китая возможность доступа к информации и пользования эффективными услугами Google. В настоящее время сайт Google пользуется популярностью среди 110 млн китайских пользователей ПК.

Этика компании включает активную поддержку благотворительных проектов, на которые направляется один процент прибыли. Около года назад создатели Google заявили, что в течение 20 лет сумма, потраченная на благотворительные проекты, достигнет одного миллиарда долларов. Прежде чем сделать это заявление, Брин отметил, что в данной области компания ставит перед собой не менее амбициозные задачи, чем в бизнесе. «Мы хотим быть смелыми, – сказал он, – мы хотим добиться крупных перемен». Характерно, что цели, на которые тратятся деньги Google, отличаются поистине глобальным размахом, включая борьбу с нищетой и сохранение экологии земного шара.

В заключение стоит процитировать еще одно высказывание Сергея Брина, которое, пожалуй, коротко и ясно выражает его жизненное кредо: «Очевидно, каждый хочет добиться успеха, но я хочу, чтобы обо мне думали как о крупном новаторе, человеке высоконравственном, заслуживающем доверия и, в конечном счете, принесшем в этот мир большие перемены». ■

Организованный хаос

Взгляд изнутри на то, что происходит в компании Google — беспорядок, смятение и неопределенность. И это всё — по замыслу руководства (или в это они хотят верить).

Если вы проведете всего несколько минут в городке Маунтин-Вью в Калифорнии, где находится штаб-квартира Google, то сразу почувствуете – компания в полной сумятице. Ей восемь лет и она приносит 10 миллиардов долларов прибыли в год. Ее стоимость – примерно 125 миллиардов. Но здесь всё кажется свежее и моложе, чем того можно ожидать от маститой фирмы, деятельность которой постоянно оценивают все и вся.

Двухэтажное здание – штаб-квартира – расположилось на территории в 1,3 миллиона квадратных футов и заполнено кафешками – там, кстати, сотрудников кормят бесплатно. Здесь также полно тесных конференц-залов и таких же коридоров. Вокруг расположены площадки для игры в пляжный волейбол, и везде на скутерах снуют молодые люди. В целом царит дух свободомыслия, и неудачи соседствуют с триумфом.

Например, взять вице-президента компании Шерил Сендберг. Ей тридцать семь лет и в ее обязанности входит контроль за автоматизированной системой рекламы на сайте. Сендберг недавно допустила ошибку, которая обошлась Google в несколько миллионов долларов. Всё что она сказала по этому поводу: «Было принято плохое решение, поспешили, непроконтролировали, ну и немного потратились». Когда Шерил обнаружила просчет, ей пришлось поставить об этом в известность Ларри Пэйджа, соучредителя Google и некоронованного гуру в компании. Он принял извинения сотрудницы и заявил, что рад произошедшей ошибке: «Наша компания стремительно движется вперед. Если останавливаться и быть очень осторожным – то продуктивность понизится и мы отстанем. Если нет ошибок, значит, мы мало рискуем» – этот ответ изрядно удивил Сендберг.

Из этого примера становится очевидно, что Google – необычная компания. Руководит тем, что в Google называют «организованным хаосом», – сорокалетняя Шона Браун, которая ранее работала консультантом в «Маккинзи». В 1998 году Браун выпустила ставшую популярной книгу о том, как структуризированный хаос в компании может стать одной из наиболее выгодных стратегий ее развития. С 2003 года Браун занимает пост вице-президента компании по деловым операциям, что включает в себя и работу с кадрами, и управление группой из 25 консультантов. Ее команда пытается одновременно выполнить около 10 проектов...

По словам Браун, цель компании – точно определить, столько менеджмента требуется в конкретных условиях, и использовать чуть меньше. «Чтобы добиться успеха, нужно перестать глубоко эшелонировать бизнес». Однако, как тут же добавляет Браун, «недосолить тоже нельзя».

Кажется, что все восемь с лишним тысяч человек, которые работают в Google, – бегают здесь и суетятся. Многочисленные встречи и собрания, как правило, проходят по определенному расписанию, и все спешат, чтобы не опоздать. Здесь может произойти, что угодно. Пару лет назад на ланч с хозяевами, Сергеем Брином и Лэрри Пэйджем, пришел комик Крис Такер. Джордж Сорос приезжал сюда читать лекции, и один из советников компании – бывший вице-президент США Эл Гор – часто захаживает.

Только очень преуспевающая компания может позволить себе такой стиль работы. Через два года после того, как Google выпустила акции в свободную продажу на рынке, стоимость их выросла более чем в четыре раза. Компания настолько успешна, что даже, несмотря на все траты, – например, многочисленные покупки гигантских центров обработки информации – Google ежеквартально приносит более 800 миллионов наличными. Конкуренты, среди которых Yahoo и Microsoft, «отдыхают» по многим показателям – по долевому участию на рынке, количеству успешных контрактов, популярности... Google также подкрады-

Svenska Handelsbanken
Logos
РекламаЮг

вается с предложениями к тяжеловесам, таким, как «Ньюс Корп», «Виаком» и рекламному агентству ВПП.

Основа проста – если «движок» – поисковик Google работает быстро, значит, всё отлично. Это объясняет и то, что ошибки «тормозящей движение» Сендберг прощаются. Как говорят в компании, тут особый – «google'ский», стиль ведения бизнеса. Хотя это слово уже приелось многим.

Однако несмотря на то, что финансовые успехи налицо, продвижение новой продукции уже не производит такого фурора, который в свое время вызвало появление поисковика Google. Компании не удалось, к примеру, как следует «раскрутить» индекс отсканированных книг. Стоимость акций поднялась с 85 долларов в августе 2004 года до 475 в январе нынешнего, но затем упала и весь год продержалась на отметке в 400. По мнению многих экономистов, биржевики говорят: «Хватит обещаний и рассказов о том, что вы будете делать. Где конкретная отдача?»

Инвесторов беспокоит, сможет ли Google подняться на Олимп еще раз. О росте компании сейчас мало что говорит – функции поиска при поддержке рекламы не работают. Но очевидно, что происходит постоянный поиск новых способов рекламирования товаров и услуг в Google, а также тестирование новых продуктов по принципу спагетти – если прилипают к стенке, значит, сварились. Не случайно, что инженеры в компании обязаны генерировать новые идеи и тратить на это около 20 процентов рабочего времени.

Всего Google выпустила на рынок 83 товара. Ни один из них так не изменил интернет, как сам сайт вместе с заглавной страницей. Фотосайт Picasa, страничка для финансистов и поисковик по блогам показали, что Google тоже может обезьянничать. И зачастую новые услуги компании долго не предлагают очевидного и необходимого. Например, новую динамическую таблицу Google вначале нельзя было распечатать. Календарь невозможно синхронизировать с почтовыми программами Microsoft.

Почта Gmail, система обмена текстовыми сообщениями и картографирование пока не смогли сдвинуть со своих позиций лидеров на рынке. Сайт, где представлен сравнительный анализ различной продукции на рынке для потребителей, уже четыре года находится на стадии тестирования. Сайт для общения «Оркут», как ничуть не смутившись заявила тридцатиоднолетняя Марисса Майер, еще одна вице-президент Google, популярен в Бразилии и Иране. Иногда новое настолько глубоко спрятано в дебрях основного сайта Google, что пользователи до него просто не в состоянии добраться.

Сергей Брин заявляет, что компании необходимо лучше объяснять общественности какая продукция является уже готовой к массовому употреблению, а что еще тестируется. Улучшения, кстати, есть. Летом появилась система приема электронных платежей Google, и после жарких споров она была должным образом интегрирована в основную страницу сайта.

О том, что в дальнейшем ставить на нее, а что – нет, сотрудники Google поспорят еще не раз. Новые разработки сыпятся пачками. Вопрос заключается в том, какие из них принесут деньги. Один из удачных примеров – проект «Google-Земля», где представлены спутниковые фотографии практически любой точки планеты. К объектам можно приближаться и от них можно отдаляться на большое расстояние... Все началось с того, что Брин заметил перспективную программу компании «Кихоул», которая имела в своем распоряжении снимки всей территории США. На сайте «Кихоул» рекламировались риалторы. Брин развил идею, охватив снимками весь земной шар. Как следствие грамотной рекламной политики, теперь можно не только поискать ближайшую от дома пиццерию, но и увидеть, что там сегодня в меню.

Эффективным с точки зрения рекламных доходов оказалось внедрение рабочей панели Google, в которую встроен поисковик. Она, кстати, «поселяется» в виде строки в браузере пользователя, загрузившего навигатор по планете, и «прописывается» там на постоянной основе. Пользователей, кстати, более 100 миллионов. Результаты исследований показали, что рано или поздно они начинают искать с помощью поисковика Google, а значит, растет вероятность того, что они нажмут на рекламные баннеры. А это то, что надо рекламодателям.

Это понимают и ценят партнеры компании. Многие одновременно являются конкурентами и даже побаиваются Google. ВПП, например, которая поставляет рекламу на ее сайт, признает, что затраты на выпуск рекламы в Google ниже, чем у конкурентов, поскольку процесс автоматизирован. «Виаком» с недавнего времени продает через Google видеоматериалы. «Комкаст», которая боролась с Google в судебном деле о государственном регулировании доступа к интернету, теперь разместила выход на поисковик компании на своем сайте.

В августе руководство Google объявило о сделке с «Ньюс Корп» и о предстоящем появлении знаменитого поисковика на сайте MySpace. По условиям соглашения за три с половиной года Google обещает привлечь для компании Мердока 900 миллионов долларов пользователей. О том, сколько рекламных денег MySpace хочет взамен Google, не сообщается. Microsoft и Yahoo поспешили заявить, что Брин, полетевший на встречу с Мердоком для достижения договоренностей о сделке, и его коллеги переплатили «Ньюс Корп» порядка нескольких сотен миллионов долларов. О том, насколько это так, мир не узнает, пожалуй, еще в течение нескольких лет. Сами сотрудники Google так не считают. Как утверждает директор по продажам компании в Северной Америке Тим Армстронг, многие не понимают принципы, по которым Google строит свои сделки. В «Ньюс Корп», которая в течение длительного времени отказывалась размещать видеоролики производства дочерней компании «Фокс» на видеопоисковом сайте Google, не считают, что новые партнеры являются прямыми конкурентами. По их словам, Google – занимается технологиями, а основной источник дохода «Ньюс Корп», – сфера развлечений.

И всё же многие находятся под впечатлением, что Google движется вперед с завязанными глазами. Однако руководители компании уверяют, что вкладывают в создание новых разработок такие ресурсы, что конкурентам и не снилось. А это, как резюмируют они, приведет к созданию продукции, которую тем также можно увидеть разве что во сне.

И еще немного о новых проектах. В работе – создание нового аукциона по продаже текстовой и графической рекламы для газет и журналов. Google также интегрирует в свою систему компанию по производству радиорекламы «дМарк Бродкастинг», купленную за 102 миллиона долларов. В поисковой системе Google теперь появятся сообщения рекламодателей «дМАрк», которая поставляет рекламу на тысячу американских радиостанций.

Google быстро движется вперед. Но вопрос в том, сможет ли это хаотичное движение позволить повторить громадный успех при запуске основного поисковика. Вопросов на сегодня больше, чем ответов. Возможно, потому, что даже организованный хаос всё равно остается хаосом. ■

По материалам журнала Bisiness 2,0

Ковбои MySpace

Они управляют самым быстрорастущим интернет-сайтом на планете. У них 100 миллионов друзей. Совсем неплохо для двух приятелей, которые хотели создать виртуальное место для отдыха.

Однажды в апреле Том Андерсон листал интернет-странички MySpace и нашел рекламу сервиса «Ксоло», позволяющего записывать караоке в интернете и посылать друзьям по электронной почте. Андерсон любил караоке, когда-то пел в группе, и поэтому решил опробовать программу. Ему понравилось... На следующий день о программе уже знал партнер Тома – Крис Де Вулф.

Еще три года назад обмен мнениями между неудавшимся музыкантом и отчаявшимся бизнесменом относительно особенностей программы в интернете на том бы и закончился. Однако друзья не только просматривают сайт MySpace. Они еще и являются его основателями. Лишь в прошлом году Андерсон и Де Вулф продали свое детище компании «Ньюс Корп», оставшись президентом и исполнительным директором соответственно.

Де Вулф тоже опробовал «Ксоло». После этого была организована встреча между руководством MySpace и Нимродом Левом, о новинке узнал президент «Ньюс Корп» Питер Чернин, затем Руперт Мердок. Через неделю «Ксоло» стал частью MySpace.

Тридцатилетний Андерсон и сорокалетний Де Вулф создали интернет-сайт, поскольку увлекались музыкой и хотели помочь «раскрутиться» неизвестным музыкальным группам в Лос-Анджелесе. На сайт стали заходить друзья. Они позвали своих друзей, те – своих... Прошлым летом на MySpace уже были зарегистрированы 20 миллионов человек. Руперт Мердок заплатил за его компанию-учредитель 580 миллионов долларов. Друзья поначалу не хотели продавать сайт, но от денег не отказались.

MySpace – это культурный феномен. Кому-то он напомнит любимый бар, другому – школьную столовую. Это способ самовыражения. Большая часть участников проекта – тинейджеры и молодежь от 20 до 30 лет. На сайте обитают более двух миллионов музыкальных коллективов, восемь тысяч юмористов, там множество фоток, видео, дневников и ссылок. Всего же количество фанатов MySpace перевалило за сто миллионов человек. Ежедневно подписывается около 230 тысяч жаждущих славы или знакомств. Год назад «пассажиропоток» на сайте стал больше, чем трафик поисковика Google, и сейчас MySpace отстает по посещениям лишь от Yahoo!.

Проектов в работе – тьма. Владельцы надеются продавать текстовую рекламу, музыку собственной звукозаписи, Ip-телефонию. MySpace уже адаптирован для нужд Британии, Австралии и Франции, к которым в ближайшее время добавятся еще шесть стран. Мердок говорит, что с его помощью «обовьет» весь мир. Акции «Ньюс Корп» в последнее время выросли на 18 процентов.

Однако основатели сайта – в затруднительном положении. Они организовали его на принципах «свободного духа», а теперь им приходится добиваться финансовых результатов для Мердока, которого уже обвиняют в тирании.

Андерсон работает не покладая рук, остается в офисе до ночи. Чернин говорит, что он живет своим делом. Его имя автоматически добавляется в друзья того человека, который открывает журнал. Он популярен, в реальной жизни у него просят автографы. Ему отправляют сообщения около 40 тысяч пользователей в день.

И инвесторы видят перспективу. Предприниматель Джеофф Янг вложил в этот бизнес 15 миллионов и считает, что у его руководства есть видение того, как правильно поставить дело. Андерсон проводит много времени с техническими службами, всё время что-то поправляет и улучшает. Времени на музыку у него почти нет.

Между тем, у его партнера Де Вулфа всего 177 друзей в живом журнале. Он женат и с недавнего времени – отец. Седовласый рослый Де Вулф сдержан и расчетлив. Он приходит в офис в половине десятого утра, а уходит в девять вечера. Уик-энды по уже сложившейся традиции посвящает лицезрению закатов на берегу океана в Малибу. По признанию многих, он совсем не публичный

Oil Company LUKoil
eniro
МТА

человек. Дневник его доступен для просмотра лишь очень близким людям. Как утверждает сам, пытается распознать новых в его кругу людей...

Размеренный стиль MySpace отражает характер его основателей. Де Вулф родом из Орегона, вырос в семье учителей. Вначале учился в университете штата Вашингтон, затем по программе МБА в университете Южной Калифорнии. Андерсон изучал риторику в Бёркли, примыкал к музыкальным группам, а позже пошел в школу кинематографистов.

Парни встретились в 2000 году, когда погрязший в долгах Андерсон откликнулся на объявление о том, что одной из компаний требуются участники эксперимента по тестированию драйва для хранения информации. Получив за участие 20 долларов и раскритиковав испытываемую продукцию, Андерсон произвел неизгладимое впечатление на своего будущего партнера, который работал в компании директором по продажам. Вскоре Андерсон получил там работу, однако компания обанкротилась.

Друзья организовали другую фирму, которую через год выгодно продали за несколько миллионов долларов. А создать MySpace предложил Андерсон, у которого уже имелся проект сайта-клуба для друзей.

Партнеры начали с обхода рок-клубов в 2003 году. И это сработало, ведь народ обожает обсуждать музыку и артистов. Друзья решили, что их сайт будет «открытым», то есть информация на нем должна быть доступна для всех. Однако это вызвало недоумение критиков. «Зачем вы отдаете страницы вашего сайта на откуп юзерам, которые его портят своим невежеством и безвкусицей?» – вопрошали они. Получить деньги под проект было весьма сложно.

Однако удача улыбнулась в 2004-м, когда шефство над MySpace взял Ричард Розенблатт, глава компании, где еще числились наши герои. Пошел поток подписчиков. Конкуренты отмечали, что страницы My Space загружались быстрее, чем прежде. И вскоре пришел Мердок...

Решение о продаже было непростым. Мердок признает, что друзья, выждав время, могли продать бизнес дороже. Кроме того, они боялись потерять брэнд, культуру, уникальный стиль. Но Мердок пообещал не влезать в процесс управления сайтом. Де Вулф, по официальным данным, заработал на сделке 2,9 миллиона долларов, что, по оценкам многих, – слишком скромная цифра. Но партнеры остались в доле, что для них означает еще миллионы.

Андерсон нервничал. Мердок, через несколько месяцев после сделки, решил перевести офис компании из Санта-Моники в Беверли-Хиллз, под бок «Ньюс Корп». Свои тревоги Том высказал Чернину за кружкой пива в гостинице близ берега океана. Чернин пообещал разобраться.

Де Вулф жалуется, что в районе, где находится новый офис, негде как следует перекусить. Все 300 сотрудников MySpace пока получают ланч в коробочках, бесплатно. Андерсон, в свою очередь, говорит, что раньше мог делать с компанией, что хочет. Теперь решения нужно согласовывать, а на это уходит время.

Позитивное, конечно, тоже есть. Главное – отсутствует нехватка денег. В работе – 20 проектов, речь идет о возможном партнерстве с интернет-аукционом «И-бэй» и сайтом «Амазон». Планируется увеличить объем выделяемой памяти для фото и видео. «Технарей» в компании – 140 человек. Работать есть над чем. В июле сайт «грохнулся» на полдня. Критики указывают на неадекватное оборудование и никуда не годный код сайта.

Погоня за прибылью идет полным ходом. В этом году бизнес пока принес владельцам доходов менее 200 миллионов долларов, а прибыль была потеряна в ходе затратных слияний. Агенты активно ищут крупных рекламодателей, которыми уже стали «Пепси», «Кока-Кола» и ведущие производители автомобилей и сотовых телефонов.

Есть рамки, за которые Де Вулф обещает никогда не заходить. «Никаких выскакивающих окон или платы с музыкантов за промоушн, пока я здесь!» – заявляет он. Однако Мердок и его команда, очевидно, хотят сделать из MySpace дистрибьюторский канал сбыта продукции. В августе компания объявила, что намерена продавать на сайте фильмы и шоу «Фокс ТВ».

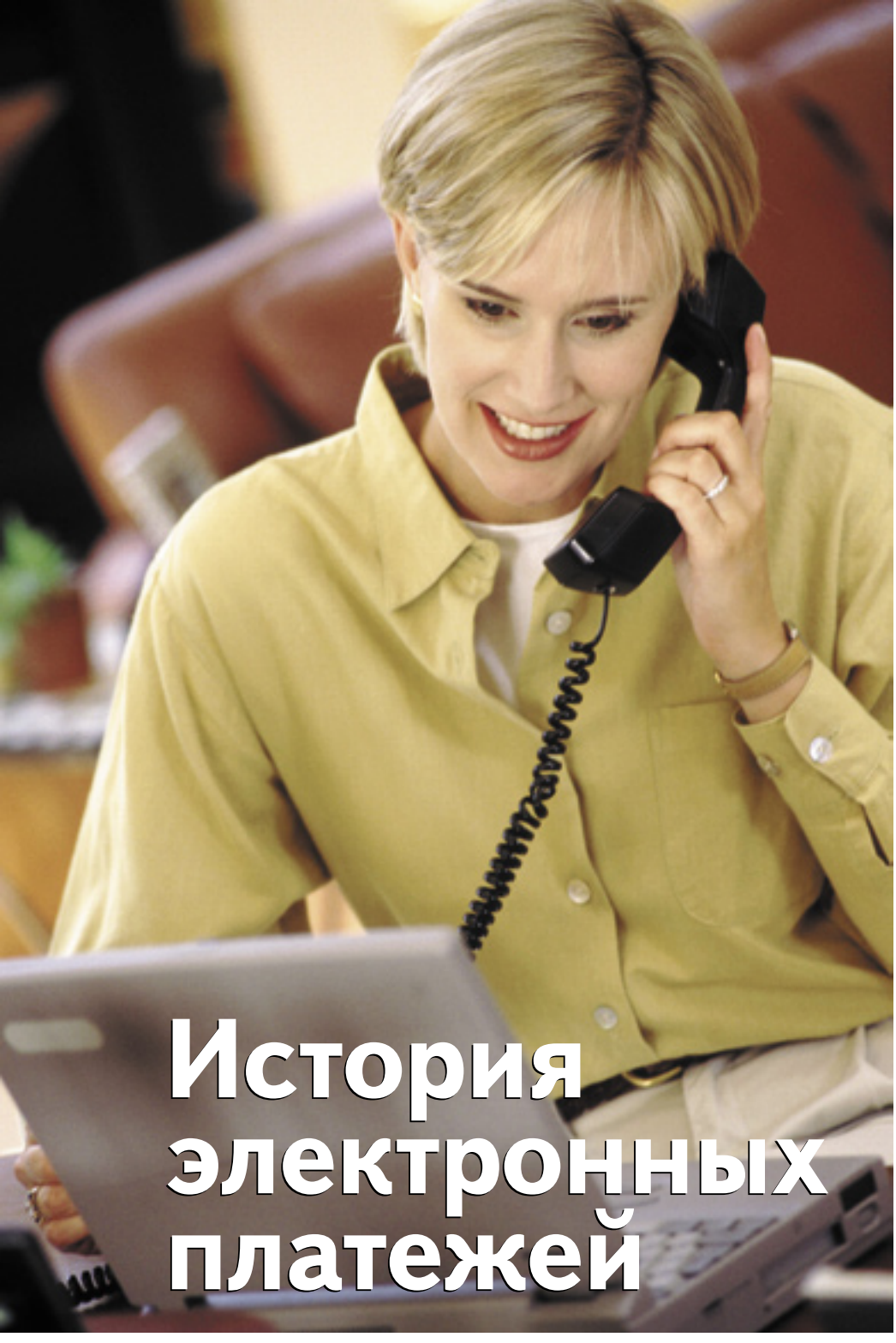
Во что же превращается MySpace? Де Вулф говорит, что это один из брэндов, символизирующих образ жизни. Но что это за образ жизни – сказать трудно. Демография пользователей меняется. 87 процентов из них – старше 18 лет. 52 процента – старше 35. Многие считают, что этот сайт, как мода, – чем успешнее, тем обыденнее. Однако Де Вулф не согласен. По его словам, My Space позволяет людям быть теми, кем они хотят быть.

Интересно, кем хотят быть Андерсон и Де Вулф? Их контракты на работу заканчиваются в октябре следующего года. О дальнейших планах пока ни слова, однако поговаривают, что пока друзья сами не знают, чем захотят заняться через год. Андерсон говорит, что будет работать с MySpace, пока не надоест. Де Вулф более осторожен: «Пока мы оба приходим в этот офис каждое утро и следим за тем, что происходит с сайтом – будем работать». ■

По материалам журнала Fortune

Rema Megler
Недвижимость & Строительство
Норвежская строительная фирма «Рема Меглер»
строит для вас квартиры, виллы и гостиницы на Турецкой Ривьере.
Фирма также принимает инвестиции и оказывает
консалтинговые услуги по инвестированию в Турцию.
Посылайте нам письма по электронной почте
для более подробной информации.
Наш веб-сайт: www.remamegler.net, электронная почта: info@remamegler.net

MERCOSUR
Roman Gambourg



История электронных платежей

КАК ЭТО БЫЛО

Идея электронных денег далеко не нова – впервые использовать предоплаченные карточки предложил еще американский ученый Эдвард Беллами в 1880 году, а первые попытки применения кредитных карт предпринимались почти 100 лет назад – в 1914 году. Однако технологическая и, прежде всего, моральная новизна нового способа оплаты не позволили этим идеям найти хоть сколько-нибудь заметную реализацию. В результате об электронных деньгах вновь активно заговорили лишь в середине прошлого столетия.

Возродившийся интерес был связан с выпуском первой в мире платежной карты. «Первопроходцем» стала широко известная сегодня компания Diners Club. Инициатива компании оказалась своего рода «карточным локомотивом»: в ближайшее время после выхода карточки Diners Club свои карты выпустили многие другие компании и финансовые институты. Так, в 1951 году американский банк Franklin National выпускает первую в мире кредитную карту. Однако все эти карточки были не универсальными, что, разумеется, сильно ограничивало их применение и препятствовало дальнейшему развитию в совокупности с рядом дополнительных факторов.

Тем не менее, прецедент оказался удачным, и уже в 1958 году Bank of America выпустил первую в мире универсальную банковскую карту, которая получила незатейливое название BankAmericaCard, известную сегодня во всем мире под названием Visa. Универсальная банковская карта быстро завоевала популярность. Так, за шесть лет, с 1961-го по 1967 год, объем операций с BankAmericard увеличился почти на 350 % – с 75 до 335 млн долларов. Количество держателей универсальной карты за этот же период составило 2,7 млн человек. Успех был столь значителен, что Bank of America учредил специальную организацию для работы с картами, став при этом монополистом рынка.

Однако такое положение не устраивало множество игроков, и в 1967 году рядом американских банков была учреждена вторая межбанковская карточная ассоциация, которая получила название Interbank Card Association (ICA). Банки, входящие в эту ассоциацию, приступили к выпуску карты Master Charge, которая в 1979 году была переименована в MasterCard. Популярность нового вида платежей не вызывала никаких сомнений – число выпущенных карт Visa (по итогам 1980 года) составило 73 млн штук, для MasterCard аналогичный показатель достиг 55 млн штук. По оценкам аналитиков, по итогам 2005 года на долю Visa сегодня приходится 49,6 % мирового рынка пластиковых карт, на втором месте – MasterCard (23,9 %), тройку лидеров замыкает American Express, занявшая 14,3 % мирового рынка.

В СССР пластиковые карты пришли намного позже. Первая на одной шестой части суши карта была выпущена лишь в 1988 году «Внешэкономбанком». Карточка Eurocard Gold была выпущена в количестве всего 30 штук и могла попасть в руки только первых лиц и приближенных к ним. Первая же Visa появилась в СССР лишь в 1991 году – ее выпустил уже российский «Кредо-банк».

КАРТОЧКИ И ИТ

Развитие карточного рынка совпало с бурным развитием информационных технологий. Через некоторое время после выпуска первых универсальных карт появляются различные технологии для осуществления электронного обмена данных (Electronic Data Interchange – EDI) и электронных переводов (Electronic Funs Transfer – EFT). Уже в 1975 году в США появляются первые банкоматы, а спустя четыре года – в 1979 году – опять же в США были использованы первые электронные терминалы – EFTPOS – заложившие, по сути, технологическую базу электронных платежей.

Разумеется, бурное развитие информационных технологий в последние годы ста-

Svenska Handelsbanken
Logos
РекламаЮг

ло катализатором развития и электронных платежей. Первый персональный компьютер, появление интернета, технологии электронных переводов и т.д. – всё это самым благоприятным образом отразилось на рынке электронной коммерции. В 1993 году в сфере электронных платежей произошла своего рода революция – глава криптографического отдела CWI Дэвид Чаум предложил принципиально новую технологию для реализации идеологии «электронные деньги». Это была система eCash, принцип действия которой заложен в большинство существующих сегодня электронных платежных систем.

Идея eCash состояла в том, что сама наличность хранилась, по сути, на жестком диске вашего персонального компьютера, а для управления ею и совершения операций необходимы были специальное программное обеспечение и подключение к интернету. Уже в 1994 году в США была реализована первая покупка через интернет с использованием все той же технологией eCash (оператором являлась организованная Чаумом компания DigiCash, которая впоследствии по ряду причин обанкротилась). Любопытно, что первая российская платежная система появилась всё в том же 1994 году – это была «Золотая Корона», которая в отличие от DigiCash существует и сегодня.

«Бум электронных платежей» не заставил себя ждать – в 1995 году была создана первая моновалютная микропроцессорная карточка для мелких покупок (бельгийская компания Proton), а известная сегодня платежная система Mondex разработала первый в мире электронный кошелек. Уже в 1996 году объем сделок через интернет достиг такой величины, что участники рынка электронных платежей стали задумываться о разработке регламентов и стандартов работы в нем, а также о вопросах информационной безопасности. Именно так увидели свет единые требования к технологии изготовления микропроцессорных карт (EMV) и специальный протокол для осуществления электронных транзакций, который получил название SET. Стоит, впрочем, отметить, что последний, несмотря на всю перспективность, по ряду причин не получил широкого распространения, но тем не менее используется в ряде решений.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖИ СЕГОДНЯ

Высокая популярность электронных платежей приводила к неконтролируемому, даже хаотичному, росту игроков на этом рынке. Уже во второй половине 90-х годов в мире насчитывалось несколько сотен электронных платежных систем, многие из которых не соблюдали (к тому же нечеткие) правила игры на этом рынке. Большое количество финансовых махинаций, неудачных проектов и многое другое привели к некоторой стагнации рынка электронных платежей и исчезновению с него множества игроков.

Сегодня в мире по-прежнему большое количество электронных платежных систем, тем не менее количество хоть сколько-нибудь значимых уже насчитывает десятки. В мире среди крупнейших электронных платежных систем можно выделить PayPal, Neteller, E-Gold, StormPay, PayAce и многие другие. В России заметны CyberPlat, E-port, WebMoney, «Яндекс.Деньги» и другие. Исторически первой российской электронной платежной системой является CyberPlat, которая была образована в 1997 году. Первая транзакция в системе была осуществлена в марте 1998 года, а в августе этого же года был произведен первый платеж через интернет в пользу оператора «БиЛайн».

Несмотря на радужные перспективы развития электронных платежей вообще, и электронных денег в частности, многие эксперты отмечают крайне низкий уровень развития и проникновения этих технологий. Несмотря на все заверения, до настоящей массовости (в большинстве своем это относится к платежным системам, оперирующим с так называемой цифровой наличностью) «электронным деньгам» по-прежнему далеко. Проблемы здесь связаны, прежде всего, с неопределенным юридическим статусом электронных платежных систем, значительным ущербом от мошенничества, психологическим барьером потенциальных пользователей и рядом других причин. ■

Алексей БУЗИН

Oil Company LUKoil
eniro
MTA

Виды электронных платежных систем

Что же такое электронная платежная система, и какие виды платежных систем существуют?

В самом общем виде можно дать следующее определение электронной платежной системы (ЭПС) – это технология (если говорить о реализации, то сервис), представляющая собой совокупность методов, договоренностей и технологий, позволяющая производить расчеты между контрагентами по сетям передачи данных. В подавляющем большинстве случаев под последними подразумевается интернет.

В мире существует несколько видов ЭПС, которые очень условно можно классифицировать по трем основным типам: 1) карточные системы, 2) операторы цифровой наличности, 3) платежные шлюзы. К первым относятся ЭПС, работающие с обычными банковскими картами (Visa, MasterCard и т.д.). Системы второго типа оперируют с так называемой цифровой наличностью – некой внутренней валютой, которую можно обналичить у соответствующих участников ЭПС. Платежные шлюзы представляют собой синергию карточных систем и операторов цифровой наличности, предоставляя широкие возможности для взаимной конвертации и способов оплаты товаров и услуг в интернете. Стоит отметить, что значительная часть существующих ЭПС относится именно к шлюзам, несмотря на то, что многие из них выделяют определенный тип платежей как доминирующий.

КАРТОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

Рассмотрим более детально эти два типа электронных платежных систем. Начнем с традиционных систем карточных счетов. Прием пластиковых карт интернет-магазинами – уже давно свершившийся факт: кредитки принимает сегодня огромное количество интернет-магазинов во всем мире. Вместе с тем, в России последних не очень много: в стране существует ряд обстоятельств (как субъективных, так и объективных), существенно замедляющих развитие данного сервиса. Тем не менее, оплата с помощью кредиток в интернет-магазинах пользуется огромной популярностью во всем мире. Не последнюю роль (причем с обеих сторон) здесь играет пресловутый психологический фактор: электронные деньги нельзя пощупать руками. Это обстоятельство приводит к тому, что при использовании кредитной пластиковой карточки ее владелец обычно тратит куда большие суммы, нежели при оплате наличными. Очевидно, что это обстоятельство не может не радовать интернет-магазины.

Любопытно, что данная тенденция характерна вовсе не только для интернет-магазинов. Оффлайновые продавцы также весьма охотно работают с кредитными карточками. Это обстоятельство справедливо как для мирового рынка, так и для российского, несмотря на то, что кредитные карты здесь только набирают популярность. Примечательно, что с дебетовыми (зарплатными) пластиковыми картами интернет-магазины практически не работают, да и оффлайновые магазины не особо жалуют вниманием дебетовый пластик. Так, согласно исследованию, проведенному компанией IMCA по заказу MasterCard, российские граждане при использовании кредитных карт в среднем тратят на 30 % больше средств, чем при применении дебетовых.

demos
eer www.iisdp.org
SKANSKA

Вообще же, по данным IMCA, в среднем в России по одной кредитной карте в месяц тратится около 8,5 тыс. руб., в то время как аналогичный показатель по дебетовым картам составляет на 2 тыс. руб. меньше. Причем, как показало исследование IMCA, для тех, кто пользуется пластиковой карточкой не реже четырех раз в месяц, эти же показатели составляют 13,5 тыс. руб. и 9,15 тыс. руб. на каждую карту соответственно. Помимо продавцов, в этой системе есть еще одна заинтересованная сторона – сами банки. Последние очень часто стимулируют использование кредитного пластика, устанавливая элементарно более высокие проценты за снятие денег по кредиткам, чем в случае с дебетовыми картами. В результате владельцу кредитки выгоднее расплачиваться именно ею, а не наличными. Всё это приводит к указанному выше психологическому фактору.

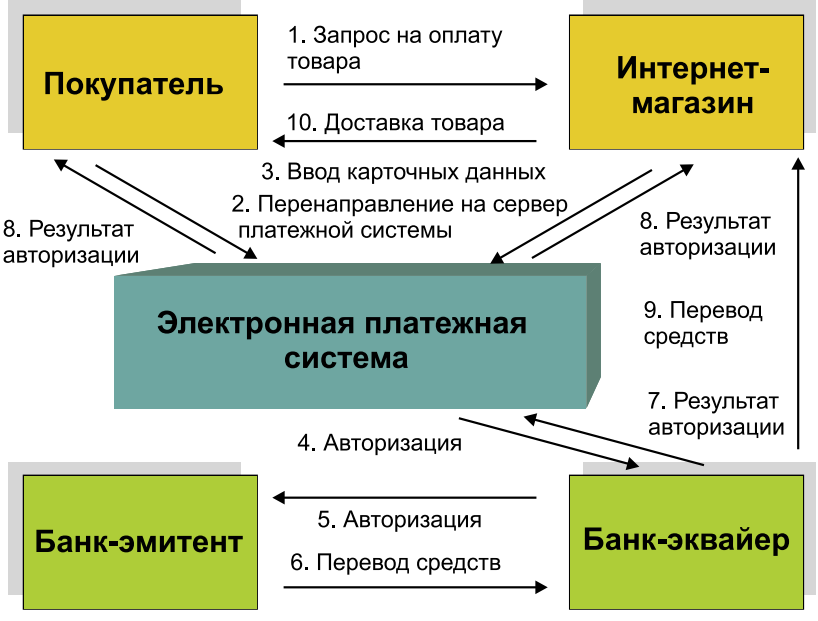
Все сказанное с двойной силой применимо к интернет-магазинам. Мало того, что деньги по кредитке «легко тратятся», так еще и карточку не надо держать в руках. Выгода для интернет-магазина и удобство для пользователя – очевидны: никуда ходить не нужно, набираешь адрес сайта, выбираешь понравившийся товар, жмешь кнопочку «Оплатить с помощью пластиковой карты», вводишь номер карты (на сайте интернет-магазина или сервере специализированной компании-оператора – все той же электронной платежной системы) и получаешь свою покупку. Из дома не выходил, денег вроде не тратил, а полезное приобретение тебе уже привезли. Крайне красивая схема. Тем не менее, и здесь, разумеется, существует огромное множество подводных камней.

Для пользователя эти «камни» связаны, прежде всего, с большими рисками в плане утери данных о своей кредитке, и, как следствие, потерями денег. Ситуация осложняется еще и тем фактом, что при осуществлении электронного платежа по карточке нет практически никакой возможности однозначно идентифицировать плательщика, тем самым убедившись, что он расплачивается собственными картами. Кроме того, отсутствие чека с подписью дает потенциальную возможность (в том числе и настоящим владельцам карт, вступившим в сговор с кем-либо) получения отказа в осуществлении той или иной покупки – «я (то есть настоящий владелец карты) не совершал этой покупки». В результате интернет-магазину выставляется так называемый чарджбэк (штраф, возврат), от количества которых сильно зависят репутация интернет-магазина, платежной системы и банка-эквайера и даже сама возможность дальнейшей работы.

Как отмечают аналитики, ущерб от мошенничества с кредитными картами в мире достигает многих миллиардов долларов в год. Так, по данным FTC, данный показатель в США по итогам 2003 года составил около 50 млрд долларов. Аналогичный показатель для российского рынка (за тот же 2003 год), по данным ГУБЭП, достиг почти 0,5 млн долларов, и это с учетом зародышевого состояния отечественного рынка кредитного пластика два-три года назад. По данным все той же FTC, жертвой мошенников в США в 2003 году стал каждый восьмой владелец кредитной карты. Безусловно, такая печальная статистика не может не отражаться на лояльности пользователей (особенно потенциальных) к

использованию электронных платежей. Эта же причина (огромные масштабы мошенничества) является головной болью и второй стороны – интернет-магазинов, а также всех участников электронного платежа. Однако по продавцам (в нашем случае интернет-магазинам) она ударяет больнее всего.

Более детально рассмотрим схему прохождения электронного платежа. Для начала необходимо определить основных участников. Прием (процессинг – обработка) пластиковых карт в качестве средств оплаты за товары и услуги в интернете называется интернет-эквайрингом. Основные участники электронного платежа: 1) покупатель, 2) интернет-магазин, 3) банк-эмитент (выдавший карточку), 4) банк-эквайер (проводит первичную обработку транзакции и обеспечивает весь спектр операций с карточками, реализуемыми партнерами), 5) платежный сервер (электронная платежная система, обеспечивающая безопасность прохождения платежа и многое другое). Стоит отметить, что существуют схемы и без участника № 5, но они утопичны и сейчас практически не используются в силу огромных рисков.



ТИПОВАЯ СХЕМА РЕАЛИЗАЦИИ ЭЛЕКТРОННОГО ПЛАТЕЖА

Таким образом, карточная электронная платежная система, по большому счету, является гарантом безопасного транспорта карточных данных к процессинговому центру банка-эквайера. Безусловно, в реальности эти системы выполняют значительно более широкие функции и предлагают множество сервисов, тем не менее, основное назначение именно таково. С юридической точки зрения карточные электронные платежные системы

СТРОЙМАРКЕТ РБК InterShow PRODUCTIONS ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ

являются обычным агентом в управлении операциями с карточным счетом владельца карты. По сути, они оперируют лишь записями о деньгах в банке, но никак не с самими деньгами. Типичные представители этого класса систем в нашей стране – компании CyberPlat, Assist, Chronopay и другие. Примечательно, что подобные системы пока не получили широкого распространения в России, в то время как интернет-платежи по карточкам очень популярны за рубежом, где пластиковые карточки являются основным платежным средством. В нашей же стране наиболее популярны электронные платежные системы второго типа – оперирующие с цифровой наличностью. Рассмотрим их подробнее.

САМ СЕБЕ ЦЕНТРОБАНК

Огромные масштабы мошенничества привели к появлению принципиально нового типа электронных платежных систем, которые работают не с карточками, а с собственной валютой, эквивалентной согласно определенному курсу реальным деньгам. Пользователь, зарегистрировавшийся в системе, получает собственный интернет-кошелек – по сути, его счет в конкретной электронной платежной системе. Пополнив этот виртуальный кошелек более чем реальными деньгами, владелец «электронного бумажника» получает возможность использовать находящиеся в нем средства для оплаты товаров и услуг в партнерских интернет-магазинах системы.

Пополнение счета происходит различными способами (в зависимости от системы) – это и специальные предоплаченные карты, и банковский перевод, и почтовый перевод, и наличными в специализированных киосках и даже банкоматах банков-партнеров электронной платежной системы, и наличными в специальных обменных пунктах. Возможно также пополнение путем обмена в электронных обменных пунктах, которых насчитывается огромное количество. Вывод денег из системы обычно весьма запутан и неудобен (для пользователя, разумеется; для самой системы такая схема максимально выгодна). В результате пользователь получает некое хранилище, положить в которое деньги куда удобнее, чем достать их в случае необходимости (большие проценты, малое количество способов вывода денег и прочее), вместе с тем для использования самих денег, лежащих в вашем интернет-кошельке, создано огромное количество вариантов.

Основное преимущество электронных платежных систем, оперирующих цифровой наличностью, – возможность осуществления анонимных платежей. Однако это качество имеет две стороны. С одной стороны, за счет этого плательщик может скрыть свою личность, тем самым совершая покупки, которые он не стал бы афишировать широкой публике, а для самого интернет-магазина это, по сути, уход от налогов. С другой же стороны, магазины-однодневки могут элементарно «кинуть», не предоставив оплаченных товаров и не оказав услуг.

Тем не менее, сама идея цифровой наличности, безусловно, перспективна. Именно ее основы заложил Давид Чаум своей технологией eCash. И, несмотря на все проблемы, электронные деньги достаточно прочно вошли в повседневную жизнь многих людей. Но при всем при этом, перспективы развития таких систем и их будущее достаточно неопределенны. Связана эта неопределенность с неопределенностью юридического статуса самих систем. Строго говоря, даже называть их электронными платежными системами не совсем верно, так как они оперируют виртуальными единицами (так, WebMoney называет себя «системой имущественных прав», а «Яндекс.Деньги» – «предоплаченный финансовый продукт»). Вместе с тем, данные платежные системы принимают весьма активное (и всё более возрастающее) участие в электронной коммерции, а далее и в товаро-денежном обороте страны. При этом их деятельность не регламентируется центральным финансовым институтом страны, и непонятно, как будут развиваться электронные платежные системы этого типа, если соответствующий орган вдруг решится навести порядок.

Примечательно, что адепты платежных систем с цифровой наличностью делают большой акцент на безопасность своих интернет-кошельков и платежей. Когда-то именно этот аспект (в свете мошенничества с карточными платежами в интернете) оказался основополагающим для появления такого типа систем. Некоторые платежные системы цифровой наличности даже запустили в свое время сервис по пополнению интернет-кошельков с карточек, справедливо полагая, что это позволит значительно увеличить популярность таких систем. Популярность действительно возросла, но прежде всего у мошенников. И всё благодаря той же анонимности. Так, например, в течение менее чем полугода с момента запуска подобного сервиса в WebMoney мошенники вывели около 1,5 млн WMR (1 WMR=1 руб.), после чего услугу срочно прикрыли.

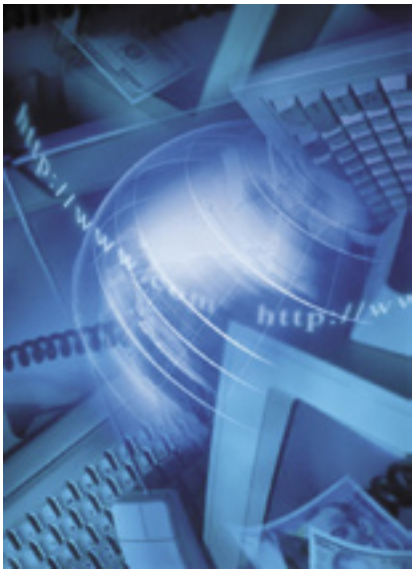
Цифровую наличность, несмотря на высокий уровень защиты, все равно воруют, и весьма успешно. Причем представители этих платежных систем склонны всё сваливать на неподготовленность пользователя в плане информационной безопасности, пользователи пытаются вернуть свои деньги (далеко не всегда это удается), а мошенники, использующие в числе прочего социальную инженерию, реально наживаются на тех самых виртуальных деньгах.

Вместе с тем, системы «цифровой наличности» хорошо развиваются, имеют свою аудиторию и идеально подходят для решения целого ряда задач. В ряде случаев пользоваться такими системами удобнее и проще, чем карточными. Однако четкое определение юридического статуса и правил игры для электронных платежных систем, оперирующих с цифровой наличностью, позволило бы сделать этот рынок более надежным, повысив к нему тем самым лояльность пользователей. ■

Алексей БУЗИН

В России грядет смена платежных технологий

На вопросы корреспондента отвечает Андрей ГРИБОВ, генеральный директор компании «КиберПлат».



– Как бы вы оценили развитие электронных платежей в последнее время?

– Спрос на услуги электронных платежных систем растет взрывообразно. К примеру, только за 2005 год и только через нашу систему было проведено более 200 млн платежей на сумму свыше 1,12 млрд долларов, что практически в 2,5 раза больше показателей 2004 года. Причем уже по итогам июня 2006 года через CyberPlat было совершено свыше 56 млн транзакций на сумму более 223 млн долларов. Примечательно, что 97 % нашего оборота приходится на оплату услуг мобильной связи. С учетом того, что CyberPlat на сегодняшний день является крупнейшей электронной платежной системой в России, можно сделать вывод, что рост рынка электронных платежей в нашей стране в значительной степени стимулируется развитием рынка сотовой связи.

Высокий потребительский спрос и растущая покупательская способность населения России стимулируют рост выручки операторов мобильной связи. При этом в сборе выручки операторов сотовой связи наблюдается четкое изменение баланса платежных инструментов в пользу онлайновых платежей, в первую очередь за счет уменьшения доли скретч-карт.

– Как развитие российского рынка электронных платежей коррелирует с эволюцией западного? В чем его ключевые особенности?

– Прием наличных платежей, на Западе получивший название «top up», развит в нашей стране значительно лучше, чем где бы то ни было. Более того, по этому показателю наша страна является одной из самых технологически продвинутых в мире, что заметно хотя бы по огромному числу пунктов приема платежей в разных ее регионах. Среди особенностей нашей страны можно отметить экономику с преобладанием наличных расчетов в потребительском секторе и невысокую банковскую культуру населения. Именно эти факторы определяют основной акцент в развитии рынка электронной коммерции в сторону систем приема наличных платежей от физических лиц в ущерб, например, интернет-эквайрингу, прямому дебетованию счета (direct debit) и другим безналичным системам платежей.

– Считаете ли вы, что деятельность платежных систем цифровой наличности должна регулироваться законодательно?

– Я считаю, что на текущий момент она уже регулируется законодательно. Несмотря на многие неточности и общую незавершенность ныне действующих в России законов, регламентирующих деятельность электронных платежных систем, многие определяющие понятия и правила ведения электронного бизнеса существуют. На сегодняшний день вполне определены такие понятия, как банковская операция (закон «О банках и банковской деятельности»), незаконная банковская деятельности (УК РФ), нелегальные операции (закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»), обязанности банка и, соответственно, платежной системы знать своего клиента, изложенные в том числе в различных инструкциях и положениях ЦБ РФ, а также такое важное понятие, как сертификация криптографических средств передачи финансовой информации и т.д.

А значит, этим законодательно установленным критериям могут и должны соответствовать любые действующие в России платежные системы, в том числе оперирующие цифровой наличностью. Увы, соответствуют в должной мере далеко не все. На мой взгляд, для начала необходимо привести деятельность существующих платежных систем к соблюдению вышеназванных законов. Потом только станет ясно, каких еще законов не хватает. К сожалению, на текущий момент мы не видим сколько-нибудь активной работы регулирующих и надзирающих органов с платежными системами на соответствие вышеуказанным требованиям.

– Какие проблемы стоят на пути развития электронных платежей в России, на ваш взгляд?

– Первостепенное значение имеет вопрос законодательной легализации деятельности операторов, уже достаточно давно принимающих платежи от физических лиц за услуги связи. На текущий момент – это серьезный бизнес, существенно упрощающий жизнь абонентов. Основная сложность – фактически монопольное положение Сбербанка на рынке приема коммунальных платежей. Особенно в регионах люди вынуждены тратить большое количество времени, чтобы добраться до отделения банка, отстоять в очереди и заплатить за квартиру. Принятая поправка к закону «О банках и банковской деятельности» позволит привлекать к приему коммунальных платежей ритейловые сети. Это позволит в кратчайшие сроки значительно сократить, если не ликвидировать вовсе, очереди на оплату услуг ЖКХ и электроэнергии за счет увеличения пунктов приема платежей на десятки тысяч точек. Если 10 млн плательщиков ежемесячно будут экономить 30 минут за счет удобной и быстрой оплаты коммунальных услуг, наша страна получит 50 млн дополнительных часов рабочего времени, что будет стимулировать увеличение ее ВВП. Сэкономленное время люди смогут потратить на отдых или производительный труд. А пунктами приема платежей смогут стать магазины, аптеки, салоны связи, платежные терминалы, автозаправки и любые другие часто посещаемые плательщиками места.

Парадоксален еще и тот факт, что в подавляющем большинстве случаев банкам

MERCOSUR
Roman Gambourg professional corporation
USUP

просто невыгоден прием платежей от физических лиц. К примеру, половину всех платежей, проведенных через CyberPlat в 2005 году, составили платежи до двух долларов. При себестоимости банковского перевода в среднем в один доллар и комиссии в 3 % в случае, к примеру, перевода платежа в два доллара доход банка составит шесть центов, а убыток от операции – 94 цента.

– ***Как вы оцениваете потенциал этого рынка? Готов ли морально среднестатистический россиянин оплачивать «коммуналку» непривычным способом?***

– Здесь важно понимать, что всё сразу не бывает. И терминалами самообслуживания первые год-два после их установки тоже пользовалось очень малое количество людей. Люди всегда должны «распробовать» сервис, но как только они «почувствуют» его и поймут, что не надо тратить 20 минут до банка, 20 минут в банке и 20 обратно для оплаты «коммуналки», а все можно сделать за пять минут, проходя, например, мимо салона «Диксис», бум таких платежей будет неизбежен. К приему наличных платежей за мобильную связь в том масштабе, в котором этот бизнес развит сейчас, мы шли несколько лет. Поэтому и для широкого распространения платежей за ЖКХ в ритейловых сетях тоже должно пройти время. Должна измениться ментальность плательщиков. Это обязательно случится, и люди будут платить за ЖКХ в ритейловых сетях.

Вообще, хотелось бы отметить, что в России формируется новая платежная инфраструктура и грядет смена платежных технологий, о чем редко говорят и пишут. Создается новый масштабный рынок. Рынок микроплатежей, которые не в силах потянуть ни один банк. И мы занимаемся развитием этой инфраструктуры.

– ***Оборот CyberPlat по итогам 2005 года превысил 1,12 млрд долларов. С чем связан такой резкий рост?***

– Оборот нашей системы практически ежегодно растет приблизительно в 2,5 раза. Как я уже отмечал, это связано как с ростом рынка сотовой связи, так и рынков других услуг – к примеру, доступа в интернет, спутникового ТВ и т.п. Но пока мобильная связь остается основным катализатором роста. Так, если сопоставить официальное число сотовых абонентов – 137 млн человек и объем транзакций CyberPlat, можно посчитать, что сегодня более трети владельцев мобильных телефонов пользуются услугами нашей системы. Доля CyberPlat превышает 50 % сборов от всех платежных систем в пользу операторов связи в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Краснодаре, Новосибирске, Уфе и других крупных городах. В масштабах страны CyberPlat собирает более 16 % выручки МТС, почти 20 % выручки «ВымпелКома» и около 25 % выручки «МегаФона». Кроме того, значительным катализатором роста оборота системы

demos
eer www.iisdp.org
SKANSKA

является возможность совершения микроплатежей в пользу операторов связи. К примеру, если закончились средства на счету, а клиент располагает малой суммой денег и не имеет возможности купить минимальную скрэтч-карту за пять долларов, он сможет пополнить свой баланс в любом пункте приема платежей даже на сумму 10 –20 рублей.

Устойчивый рост оборота и качества услуг CyberPlat делает нас лидером в своем секторе рынка. По итогам первого полугодия 2006 года наш оборот составил 1,02 млрд долларов, а по итогам текущего года мы предполагаем достичь показателей долларов 2,7 млрд. Хочу подчеркнуть, что компания «КиберПлат» отмечена руководством МТС как крупнейший партнер по приему платежей и компанией «ВымпелКом» как лидер среди платежных систем. А оператор «МегаФон» в июле этого года наградил нашу компанию дипломом «За самые большие «вклады» в копилку сети «МегаФон».

– ***Какие основные технологии обеспечения безопасности применяются в вашей системе?***

– В нашей собственной разработке – технологии CyberCheck, применяемой для приема платежей от физических лиц через ритейловые сети в пользу операторов связи, используется механизм электронно-цифровой подписи. При этом все транзакции проходят в защищенном режиме с использованием SSL-протокола. Такой уровень защиты обеспечивает стопроцентную безопасность осуществления транзакций.

Но, кроме того, CyberPlat демонстрирует высокую отказоустойчивость и с технической точки зрения. Наша система работает одновременно в двух независимых технических офисах. Основным является процессинговый центр в Центре международной торговли в Москве. Второй офис является резервным и работает в режиме standby. Связь между офисами осуществляется по двум каналам связи от двух разных провайдеров. Связь процессинговых центров с внешними серверами также осуществляется по двум альтернативным каналам. Такая система резервного обеспечения гарантирует намного более высокую отказоустойчивость CyberPlat по сравнению с конкурирующими платформами и независимость от большинства форс-мажорных факторов.

– ***Какие новые виды сервиса вы планируете запускать в текущем году?***

– Быть лидером на конкурентном рынке можно, лишь находясь на шаг впереди своих конкурентов по всем направлениям. Именно поэтому наша компания постоянно ведет новые технологические разработки. Так, в прошедшем году была внедрена система автоматической регистрации, которая позволяет ритейлеру стать участником «КиберПлат» (CyberPlat) буквально за пять минут. Есть еще одна интересная разработка, которая позволяет генерировать и подписывать с использованием ЭЦП любой документ прямо на мобильном телефоне, в том числе и по оплате услуг операторов сотовой связи. Наконец, мы произвели значительные инвестиции в развитие технологической платформы – приобрели новые серверы, обеспечив многократный задел по операционной мощности системы, произвели соответствующую модернизацию ПО, внедрили аппаратные комплексы защиты и дублирования некоторых подсистем. Сегодня наша система полностью готова к многократному росту числа транзакций.

В 2005 году специалистами CyberPlat был разработан и внедрен специальный модуль для программы «1С-Рарус: Магазин», позволяющий интегрировать функцию приема платежей в операционную деятельность дилеров CyberPlat. В текущем годы мы продолжим совершенствовать нашу систему взаимоотношений с дилерами, обеспечивая снижение временных затрат с их стороны на взаимодействие с нами за счет дальнейшей автоматизации этих процедур. Мы планируем развивать систему револьверных кредитов под прием платежей для поддержания баланса оборотных средств дилера, а также будем предлагать более привлекательные финансовые условия для партнеров.

С точки зрения конечных пользователей, наши главные преимущества, на мой взгляд, это высокая скорость пополнения лицевого счета и абсолютная неоспоримость платежа благодаря использованию ЭЦП. Кроме того, мы постоянно расширяем количество точек приема платежей, по состоянию на июль 2006 года этот показатель составил более 25 тысяч, что превышает количество отделений Сбербанка России. Это значительно повышает доступность услуг, а значит, и комфорт пользователей системы.

Развитие информационных технологий сегодня во многом определяется приложениями с открытым кодом. Поэтому мы открыли нашим партнерам доступ к исходным кодам клиентских приложений CyberPlat для мобильных телефонов, КПК и терминалов приема платежей cash-in. Открытые коды позволяют им при необходимости дорабатывать приложения под собственные требования пользователей. Благодаря этому новшеству наши клиенты получили возможность дорабатывать приложения CyberPlat для их интеграции в свои учетные системы, системы управления

предприятием, бухгалтерские системы и т.п. Следуя тенденциям развития рынка новых информационных технологий, мы сформировали внутри CyberPlat новые структурные подразделения, которые занимаются разработкой оконечного программного обеспечения для различных аппаратных средств (терминалы cash-in, POS-терминалы, кассовые аппараты и др.).

Кстати, недавно экспертами CyberPlat было произведено тестирование производительности и устойчивости системы. Результаты тестов показали, что наша система способна обрабатывать свыше 700 тысяч транзакций в час, или 200 транзакций в секунду. Следует отметить, что даже в пиковые моменты загрузки CyberPlat – в том числе и тогда, когда из-за технических сбоев не действуют другие платежные системы или после восстановления работоспособности биллинга крупного оператора связи и поток платежей через нашу систему значительно возрастает, максимальная нагрузка на CyberPlat не превышает 200 тысяч транзакций в час. Это означает, что возможности нашей системы превышают текущие пиковые потребности в более чем 3,5 раза. Добавлю, что показатель отказоустойчивости CyberPlat превосходит аналогичный показатель ближайшего конкурента системы в более чем пять раз. ■

СТРОЙМАРКЕТ
РБК
SINCE InterShow 1978 PRODUCTIONS
ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ

Третья мировая война ведется за лидерство в нанотехнологиях

В ожесточенной мировой войне за лидерство в области, обещающей дать технологии производства мириадов невидимых глазом, но работоспособных и работающих устройств, Россия пока что хранит строгий и недальновидный нейтралитет. Тем временем НАТО начинает интеллектуальную интервенцию в СНГ.

НАТО: ПОХОД ЗА НАНО

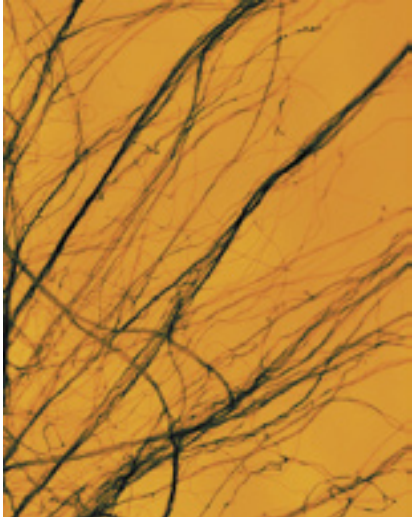
С 15 по 19 октября 2006 года в Крыму, в оздоровительно-рекреационном комплексе «Судак» на берегу Черного моря, прошел очередной семинар НАТО, посвященный наномасштабным структурам и устройствам, изготовленным по технологии полупроводник на изоляторе (SOI). Специалисты со всего света рассказали о своих успехах в области создания электронных приборов, работа которых существенно зависит от законов квантовой механики.

Успехи российских и украинских нанотехнологов выглядели более чем скромно по сравнению с достижениями их коллег из Японии, Англии, Франции и США. Нельзя сказать, чтобы отставание было полным и по всем фронтам, но по части массового производства чего-либо с размером менее 95 нанометров (нм) оно абсолютно объективно, и заграница нам в переходе на технологию 65 нм пока помогать не собирается.

С уникальными изделиями и специальными приборами положение чуть-чуть лучше. Приятной для многих неожиданностью оказался доклад Виктора Быкова, главы российской компании «НТ-МДТ», производящей разного рода сканирующие зондовые микроскопы и прочие устройства для работы с наноразмерными объектами. Сделать нечто совсем маленькое с помощью сфокусированного ионного пучка или иглы атомносилового микроскопа сегодня не проблема – проблема сделать так, чтобы это миниатюрное изделие можно было воспроизвести в количестве сотни миллионов штук.

Как шутили в кулуарах семинара, технология – это когда на выходе получаешь миллиард транзисторов, и все они работают... Современный процессор «Пентиум», изготовленный по 65-й нм технологии и состоящий из 1,3 млрд транзисторов, как раз и является таким высокотехнологичным продуктом, в котором хрупкое и уникальное стало массовым и надежным.

Соглашаясь с тем, что переход на 45-ю нм технологию произойдет еще не скоро, все разработчики упорно исследуют структуры



с характерными размерами всего десяток нанометров. Японцы, с 1997 года изучающие одноэлектронные транзисторы, преуспели в их создании настолько, что начали делать логические элементы и бистабильные туннельные структуры с рабочей областью размером менее 10 нм.

Вот только кремниевые «провода», идущие к квантовой точке, пока толстоваты, и все устройство оказывается существенно больше типичного транзистора, используемого в процессорах AMD или Intel.

СТРАННЫЙ МИР ОДИНОЧНЫХ ЭЛЕКТРОНОВ

Одноэлектронные транзисторы, в которых электроны «поодиночке» перепрыгивают с истока на наноостровок кремния и далее на сток, сегодня изучаются не только сами по себе, но и в связи с попытками построения квантовых компьютеров.

Расположив рядом с транзисторным наноостровком еще одну квантовую точку – кубит – ученые из Кембриджа сумели организовать интерфейс между квантовыми и макроскопическими процессами и пронаблюдать жизнь охлажденного до пяти тысячных кельвина кубита с помощью приборов, находящихся при комнатной температуре.

Квантовый одноэлектронный транзистор, правда, пришлось все же охладить. Да по-другому и нельзя было бы ничего сделать – ведь кубит и транзистор должны находиться на таком расстоянии, чтобы их «пси-функции», характеризующие вероятность нахождения квантового объекта в определенной точке пространства, хоть немного, но перекрывались.

Всеобщий интерес к «нанопроводам» и транзисторам на их основе огромен в первую очередь благодаря тому, что по сравнению с обычными полевыми транзисторами, где проводимостью канала управляет электрическое поле, приложенное лишь с одной стороны, в структурах с двухсторонним или охватывающим весь проводящий канал затвором существенно меняется физика явления.

В нанотранзисторах заметно меньше рабочие напряжения и токи, что позволяет существенно понизить такую характеристику процессоров, как произведение энергии переключения на время срабатывания электронного ключа.

Популярность технологии полупроводник на изоляторе (SOI) с каждым годом растет и все больше микросхем и процессоров изготавливаются на кремниевых слоях толщиной всего несколько десятков или сотен нанометров, отделенных от основного «грузонесущего» слоя кремния прочным слоем окисла. Глубинный слой окиси кремния, используемый в качестве изолятора различных частей микросхемы друг от друга, сегодня вне конкуренции.

Однако между затвором и каналом в современных полевых транзисторах всё чаще норовят положить тонкий слой окисла какого-нибудь другого химического элемента. Например, диоксид гафния, обладающий меньшей проводимостью и большей диэлектрической проницаемостью, что позволяет уменьшить токи утечки и рабочие напряжения транзисторов.

По прогнозам аналитиков, лет через десять технологии вплотную подойдут к тому рубежу, за которым квазиклассические представления о протекании тока и работе транзисторов уже не применимы, и надо будет переходить к квантовому описанию и туннельным эффектам.

Но эта область пока слабо изучена, и основные производители микросхем полагают, что на классических принципах, с рабочими элементами размером в десяток нанометров, еще долго можно будет успешно удовлетворять растущие не по дням, а по часам потребности пользователей персональных компьютеров и сотовых телефонов.

У России еще остается время вскочить в стремительно уносящийся в будущее состав. ■

Владимир РЕШЕТОВ

MERCOSUR
Roman Gambourg professional corporation

ВТО для металлургии: плюсы и минусы

Вступление в ВТО принесет нашему государству дополнительные преимущества в продвижении на зарубежные рынки продукции металлургической отрасли. Кроме того, Россию не смогут дискриминировать под предлогом борьбы с «нечестной конкуренцией». Профсоюз учитывает эти плюсы, но обеспокоен тем, как может сказаться вступление в ВТО на работниках отрасли. Обо всем этом говорилось на семинаре «Последствия присоединения России к ВТО для металлургической отрасли», состоявшемся 25 октября в Министерстве экономического развития и торговли.

Переговоры о присоединении России к Всемирной торговой организации идут с 1995 года. Близок финиш переговорного процесса, но окончательной даты вступления все еще нет. Скорее всего, это событие может произойти не ранее 2008 года. Тем временем ведутся дискуссии о том, надо ли России присоединяться к ВТО. Выявляется немало спорных моментов. Каким образом вступление в ВТО отразится на металлургической отрасли России – обсуждалось на этом семинаре.

Как сообщил заместитель главы Департамента торговых переговоров (ДТП) МЭРТ Владимир Ткаченко, в мире действует более ста ограничений на экспорт российских товаров, в основном продукции черной и цветной металлургии, а также товаров химических и лесного комплекса. Россия от этих мер терпит убытки на сумму 2 млрд долларов в год. (Ограничительные меры – это инструмент торговой политики для ограничения импорта какого-либо товара с целью защиты отечественной отрасли, производящей конкурирующий товар; применяются, если между ростом импорта и серьезным ущербом для отрасли есть прямая причинно-следственная связь.)

Пока к нашей стране применяют в основном специальные защитные меры, наносящие значительный ущерб ее экспорту. Антидемпинговые меры, «точечно» сдерживающие наш экспорт, стали применяться лишь в последнее время.

Главное преимущество при доступе на внешние рынки, которое получит Россия в случае вступления в ВТО, – это возможность прекращения антидемпинговых процедур против нее. Таково мнение Виктора Калмыкова, другого замдиректора ДТП МЭРТ. Он рассказал, что в отношении нашей металлургической отрасли в мире действует 38 ограничительных мер (данные на 1 сентября 2006 года) – по этому показателю Россия занимает седьмое место в мире и первое место среди стран, не входящих в ВТО. Среди 18 стран, применяющих к нам антидемпинговые меры, – Австралия, Турция, Украина, Беларусь, Болгария, Венесуэла и часть стран ЕС. Учитывая, что половина российской металлопродукции идет на экспорт, – наши потери серьезны. К тому же ограничение экспорта, по мнению Калмыкова, снижает интерес инвесторов к металлургическим предприятиям.

В первом полугодии 2006 года МЭРТ удалось смягчить существующие ограничения нашего экспорта и не допустить введения новых, так что действия министерства сохранили стране порядка 425 млн долларов, рассказал Калмыков. Но решение проблемы он видит лишь во вступлении в ВТО, поскольку тогда можно будет пересмотреть эти ограничения или отменить их: «Против России не смогут проводить расследования в дискриминационном ключе, и, наконец, у России тоже появятся юридические механизмы урегулирования споров».

После вступления России в ВТО все ставки таможенных тарифов будут зафиксированы договорами и не могут быть увеличены без переговоров. Россию не смогут дискриминировать под предлогом борьбы с «нечестной конкуренцией» (сначала надо будет доказать, что наш экспорт нанес ущерб аналогичной отрасли другой страны или привел к замедлению ее развития). По оценкам некоторых экспертов, потери наших металлургов сократятся наполовину. К тому же Россия официально будет признана страной с рыночной экономикой, сможет удержать партнеров от применения защитных мер и будет участвовать в переговорах по разработке секторальных соглашений.

Виктор Батанин, советник ДТП МЭРТ, рассказал, как вступление в ВТО скажется на ставках наших таможенных пошлин на импорт металлопродукции. Большинство ставок останутся прежними, в том числе пошлины на «чувствительные» к изменениям рынка трубы. В течение полутора лет нужно будет снизить ставки на рельсы с 15 до 13 %, а в течение трех лет – с 15 до 10 % на изделия из черных металлов. Точных расчетов экономического эффекта не существует, и делать их в постоянно меняющихся условиях бессмысленно, говорит советник. Но такое снижение ставок таможенных пошлин предполагается приемлемым.

ПРОФСОЮЗНЫЙ КОММЕНТАРИЙ

Во вступлении в ВТО для металлургов есть и подводные камни. Об этом рассказала заместитель председателя горно-металлургического профсоюза России Ирина Леденева:

– Для металлургов вступление в ВТО даст некоторые плюсы. Прежде всего – это снижение пошлин, отмена экономических рычагов давления на нас, что даст нам возможность идти на международный рынок со своим металлом более свободно. Но эти

плюсы касаются исключительно производственных процессов, экономики.

С другой стороны, у профсоюза есть ряд опасений: как вступление в ВТО в целом отразится на рынке труда, на социальных составляющих в отрасли? У ВТО очень жесткий подход. Они против таких вещей, как социальные выплаты и прочие социальные составляющие. А у нас, с учетом уровня зарплаты, социальный пакет – необходимый атрибут для того, чтобы металлург чувствовал себя защищенным. Наши коллеги-профсоюзники за рубежом нас не понимают. И даже иногда говорят: «Вы зря тратите время на борьбу за сохранение санаториев-профилакториев, оздоровительных центров, дворцов культуры. Основной ваш вопрос – это зарплата, охрана труда». Но наш металлург не сможет приобрести по российским ценам социальный пакет для своей семьи (полноценное оздоровление, полноценный отдых и т.п.) даже при зарплате в 30 – 32 тысячи рублей. А есть предприятия, где зарплата остается на уровне пяти тысяч...

В свое время для ряда наших металлургических предприятий были снижены налогооблагаемая база, ЕСН, отчисления в Фонд соцстраха. И многие предприятия получили в свое распоряжение хорошие накопительные суммы. Мы думали, что эти средства будут направлены на социальные пакеты для работников. К сожалению, нет. А какие

условия и какие рамки ВТО поставит перед теми же металлургами? Неясно, получат ли от снижения пошлин пользу рядовые рабочие. Этим мы и обеспокоены.

Вступление в ВТО значительно упростит условия доступа российской металлопродукции на экспортные рынки. Сегодня внешнеторговую деятельность отечественных металлургов осложняет целый ряд антидемпинговых расследований, квот и ограничительных пошлин, введенных другими странами против России. На начало 2006 года в отношении российских производителей и металлоторговцев действовало 37 ограничительных мер в 18 странах, – сообщил замдиректора департамента торговых переговоров Минэкономразвития Виктор Калмыков. Это означает, что при снятии ограничений отечественные компании смогут поставлять за рубеж продукции в несколько раз больше. Отмена ограничений не произойдет в течение одного года и потребует времени и определенных усилий, – отметил заместитель главы департамента торговых переговоров МЭРТ Владимир Ткаченко, – но в итоге Россия сможет участвовать в разработке международной правовой базы, действующей в рамках организации, и возбуждать дела против ущемления ее прав и нарушений конкуренции по правилам ВТО.

Пока же металлурги несут существенные потери от ограничений. К примеру, отечественные трубники после введения Еврокомиссией ограничительных пошлин на поставки стальных труб в июне нынешнего года снизили объемы производства на 300 тыс. тонн, практически прекратив экспорт труб в европейские страны. Пошлины были применены в нарушение двустороннего Соглашения о партнерстве и сотрудничестве между РФ и ЕС, поскольку по одной и той же группе товаров проводилось одновременно четыре расследования. «Действие запретительных мер носит дискриминационный характер», – отмечает аналитик ИК «Проспект Инвестмент» Дмитрий Парфенов.

Снижение объемов экспорта российской продукции за рубеж происходит на фоне роста поставок труб в нашу страну из государств Европы и других стран. Так, экспорт только насосно-компрессорных труб вырос за восемь месяцев текущего года: из Испании – на 970 %, Финляндии – на 177 %, Австрии – на 105 %. Пользуясь ценовым преимуществом, существенно увеличили отгрузки ТБД и украинские производители. За семь месяцев текущего года доля продукции этого сортамента на российском рынке выросла на 21 %. По мнению экспертов, низкая стоимость трубной продукции из Украины во многом объясняется льготным налоговым режимом, который украинское правительство предоставило металлургам в ходе экономического эксперимента в ГМК.

Основной причиной сложившейся ситуации, как считают эксперты, являются неравные условия конкуренции. К качеству российских труб претензий нет: его соответствие мировым стандартам подтверждает участие наших производителей в масштабных международных проектах с такими ведущими топливно-энергетическими компаниями мира, как «Эксон», «Шелл», «Бритиш Газ», «Энн», «Шеврон». Сегодня трубники продолжают наращивать свои конкурентные преимущества, в модернизацию производства и освоение новых технологий инвестировано более 1,6 млрд долларов, география экспорта расширилась до 70 стран.

Однако без развития институтов поддержки экспорта укреплению позиций российских предприятий на зарубежных рынках не поможет даже возможное вступление в ВТО. На сегодняшний день России уже удалось смягчить действия некоторых тарифных ограничений и снизить потери страны примерно на 425 млн долларов, – уточнил Виктор Калмыков. Вместе с тем, по мнению аналитиков, правительство должно более активно защищать интересы отечественных производителей на внутреннем рынке. Так, в МЭРТ уже несколько месяцев находится согласованное со всеми профильными министерствами постановление о введении восьмипроцентной импортной пошлины на ТБД, требующее скорейшего подписания ввиду возросшего объема поставок труб этого сортамента в Россию. Установление равных условий конкуренции будет способствовать более активному созданию новых высокоэффективных производств, освоению новых видов продукции и повышению ее конкурентоспособности, что, в конечном итоге, станет весомым вкладом в развитие российской экономики в целом. ■

Справка «ВЭС»:

Специальные защитные меры – количественные ограничения (квоты) либо дополнительные таможенные спецпошлины на импорт. Размер квот или спецпошлин должен компенсировать негативное влияние роста импорта на местные предприятия. Вводятся на срок до четырех лет, могут продлеваться на четыре года (восемь лет – крайний срок). Предполагается, что за это время отечественная промышленность успеет адаптироваться к конкуренции. ВТО рассматривает такие меры, как ограничение нормальной конкуренции (когда для иностранных и местных товаров действует один режим); государство, прибегая к ним, должно компенсировать странам-экспортерам убытки.

Антидемпинговые меры (селективные) – дополнительные таможенные пошлины или ценовые обязательства (экспортеры обязуются не поставлять товар ниже определенной цены) для борьбы с «несправедливой конкуренцией». Применяются к отдельным поставщикам. Вводятся на срок до пяти лет с возможным продлением (ограничения нет).

Компенсационные меры (селективные) – дополнительные таможенные пошлины для борьбы с импортом товара, производство которого иностранное государство субсидирует. Вводятся на срок до пяти лет и могут продлеваться. Эти меры должны отменяться, как только субсидирование соответствующей зарубежной отрасли прекратится фактически. ■

Возможно ли творчество в бизнесе?

Справка «ВЭС»:

***Филипп ГАДЖИН**, партнер московского офиса PricewaterhouseCoopers, возглавляет отдел по управлению эффективностью бизнеса. Он также работал в компаниях Accenture, Barclays Bank, Deutsche Bank, руководил проектами по слиянию, анализу и дизайну бизнес-процессов и разработке корпоративной стратегии как в России, так и в Великобритании, в странах Центральной и Восточной Европы, его опыт в области консалтинговых и финансовых услуг составляет более 13 лет. Филипп Гаджин – гражданин Великобритании, свободно владеет русским, немецким и несколькими другими европейскими языками. Окончил с отличием Кембриджский университет, а затем аспирантуру в Лондоне и Риме, является членом и имеет диплом MBA (Kellogg Graduate School of Management, США), в настоящее время учится в докторантуре по специальности «Социальная и организационная психология».* ■

Сегодня в России многие собственники и топ-менеджеры воспринимают своих сотрудников как основной актив компании. Однако они подходят к этому активу инструментально, забывая о том, что работают с живыми людьми. Именно человеческий фактор становится критическим при построении эффективной компании. И успешность тех изменений, которые необходимы для российского бизнеса и российской экономики в целом, будет зависеть от того, насколько быстро менеджеры поймут, что они работают не с роботами, а с личностями. Уже сейчас я наблюдаю такую тенденцию, что рынок труда в Москве начинает активно отторгать инструментальный подход к людям. Поэтому желание и умение бизнес-лидеров вникать в проблемы людей, общаться с ними и выстраивать доверительные отношения будут критическими факторами удержания профессионалов. При этом лидер должен быть достаточно искушенным психологом.

ФИЛОСОФИЯ ЛИДЕРСТВА

В последние годы понятие «лидер» стало неотъемлемой частью российского бизнеса. Лидером быть модно, о лидерах говорят, пишут. И, как ни странно, их пытаются искусственно сделать. Например, на тренингах. Не так давно я узнал, что на каком-то из них учат «харизматическому лидерству». Что это такое, я объяснить не могу, да и вряд ли сами тренеры хорошо понимают, чему учат своих слушателей. Все это следствие того, что само понятие применительно к бизнесу часто некорректно трактуется. Оно пришло в российский бизнес из западной деловой культуры. И там лидеру присущи свои специфические качества. Это человек, который обладает видением. Кстати, этот термин тоже специфический и не всегда правильно понимаемый в России.

ЧТО ТАКОЕ ВИДЕНИЕ?

Сегодня про видение (vision) говорят много и часто. Равно как и про миссии (mission), и про ценности (values). Их наличие стало неотъемлемым атрибутом

практически любой компании, претендующей на современный менеджмент. Однако в большинстве случаев видение, миссия и ценности представляют собой набор слоганов, которые мертвым грузом «висят» на корпоративных сайтах. Да, это смотрится современно, стильно и по-западному, однако если спросить рядового сотрудника такой компании, в чем заключается миссия компании, каковы ее основные ценности, вряд ли он сможет внятно ответить на поставленный вопрос. А это как раз следствие того, что топ-менеджмент или не обладает видением, или же просто не в состоянии донести его до персонала. На самом деле видение – не абстрактная философская категория, а достаточно простая вещь. Это четкое понимание того, куда и зачем движется компания. Более того, лидер должен достаточно четко понимать социальную роль бизнеса и роль отдельного человека в нем.

Хочу отметить отличие стратегии от видения. Стратегия – это, как правило, формализованная вещь, выраженная в цифрах. Например, в течение определенного срока компания должна достичь определенных показателей продаж. Конечно, без такого планирования бизнес невозможен, однако стратегия, выраженная в цифрах, не даст сотрудникам понимания того, как они будут реализовывать свои способности при достижении этих показателей, каковы будут их собственные нематериальные выгоды. Но если лидер понимает личные надобности отдельных сотрудников, он дает им понимание того, как они смогут реализоваться в работе, в карьере, наконец, для чего вообще они должны работать в этой компании.

ОТНОШЕНИЕ К СОТРУДНИКАМ

Природа бизнеса PricewaterhouseCoopers такова, что мы постоянно вращаемся в экономике знаний. И наше конкурентное преимущество – это наши сотрудники. Люди, которые обладают уникальными знаниями и навыками. Последние и делают таких людей очень мобильными: они без труда могут найти себя на рынке труда, очень подвижны и могут покинуть компанию в любой момент. При этом для них не столь важна материальная составляющая мотивации, сколько самоудовлетворение, которое они получают от работы, понимание того, что их деятельность приносит реальные плоды. И к этому их должен вести именно лидер.

Конечно, в любом бизнесе важнее всего клиент, потребности которого нужно удовлетворить. Но если лидер не вкладывает свое время и силы в подчиненных, они неминуемо покинут компанию. Это не значит, что он должен показывать им пример работоспособности и целеустремленности. Он должен ежедневно интересоваться тем, как и чем живут сотрудники в организации, тестировать на них ценности компании, а не навязывать. Такая обратная связь позволяет понять, как эти ценности воспринимаются людьми, насколько комфортно чувствуют себя работники в корпоративной культуре. Именно поэтому настоящий лидер чаще обращает свой взор внутрь компании, а не вовне, общается с рядовыми сотрудниками. Этому многим российским топ-менеджерам, увлеченным собственным пиаром, еще предстоит научиться. Ведь часто они воспринимают свою роль в организации сугубо утилитарно – встретиться, договориться, заключить сделку. Более того, им предстоит научиться пониманию того, что такое бизнес и работа вообще. Если воспринимать ее просто как процесс зарабатывания денег, то рано или поздно наступит внутренняя неудовлетворенность, которая будет передаваться сотрудникам.

ТВОРЧЕСКОЕ ОТНОШЕНИЕ К БИЗНЕСУ

Лидер должен донести до сотрудников компании, что бизнес – это, во-первых, творчество, а во-вторых, модель социума. Не стоит понимать творчество применительно к бизнесу как вид изобразительного искусства. Если, например, главный бухгалтер компании дома пишет акварелью, то это не означает, что он должен заниматься этим делом на работе. Под творчеством я понимаю возможность генерировать и открыто выражать свои идеи по улучшению бизнеса.

Мне довольно часто приходится слышать жалобы на то, что во многих российских компаниях топ-менеджмент абсолютно не интересуется мнением рядовых сотрудников. Наоборот, вся работа строится по принципу «приказ – исполнение». Далее следует или прием выполненных работ, или ругань со стороны руководства. Ни о каком творческом процессе здесь речи быть не может, так как в такой управленческой системе отсутствует элемент командной работы, элемент обсуждения проблемы. А ведь именно творческая динамика внутри команды позволяет людям брать на себя некие роли и самовыражаться.

У многих российских топ-менеджеров в головах присутствует ошибочный императив: доверять сотрудникам нельзя. А ведь еще в 1962 году английский мыслитель Мак-Ферсон выделил два типа руководства – X и Y. Теория X базируется на том, что сотрудников надо жестко контролировать, иначе они будут бездельничать. Теория же Y утверждает, что сотрудникам необходимо дать шанс проявлять инициативу. Очень

многие российские менеджеры, осознанно или нет, следуют теории X, однако при таком подходе к работе с людьми ни о каком эффективном лидерстве не может быть и речи.

Не буду спорить с тем, что сегодня в России многие собственники и топ-менеджеры воспринимают своих сотрудников как основной актив компании. Однако они подходят к этому активу инструментально, забывая о том, что работают с живыми людьми. Именно человеческий фактор становится критическим при построении эффективной компании. И успешность тех изменений, которые необходимы для российского бизнеса и российской экономики в целом, будет зависеть от того, насколько быстро менеджеры поймут, что они работают не с роботами, а с личностями. Уже сейчас я наблюдаю такую тенденцию, что рынок труда в Москве начинает активно отторгать инструментальный подход к людям. Поэтому желание и умение бизнес-лидеров вникать в проблемы людей, общаться с ними и выстраивать доверительные отношения будут критическими факторами удержания профессионалов. При этом лидер должен быть достаточно искушенным психологом.

Доверительные беседы или искренняя заинтересованность жизнью сотрудников не всегда срабатывают. Просто потому, что у каждого человека свой психотип. И если одного необходимо зарядить эмоционально, быть с ним на «короткой ноге», то другому, грубо говоря, нужен пинок, формализация задачи с четко выраженными целями. Поэтому лидер должен в первую очередь решить для себя, как он будет работать со своими подчиненными и как именно они будут участвовать в процессе достижения конечной цели. Такой подход подчеркивает рефлексивность человека, его самосознание.

КОЛЛЕКТИВ КАК МИКРОСОЦИУМ

Вполне резонным будет вопрос: как достучаться до каждого сотрудника, если их в компании несколько сотен? И вот тут мы возвращаемся ко второй составляющей бизнеса – к обществу, к микросоциуму. Построение таких социальных ячеек – непосредственная задача бизнес-лидера. Под моим руководством работает группа из 170 человек. Будучи загруженным текущими делами, я просто физически не смог бы уделять время каждому из сотрудников. Именно поэтому я разделил эту группу на семь подгрупп, у каждой из которых есть свой лидер. Это не административная функция, а, скорее, внутренняя потребность микросоциума в руководстве. И я ожидаю, чтобы каждый глава подгруппы формировал общину людей. Если хотите, некий клан. И когда я собираю совещание, он должен уметь ответить на вопросы: «что именно сейчас делает подчиненный», «какую задачу выполняет», «как он себя чувствует на своем месте», «чем он недоволен в данный момент». Создание таких общин позволяет не только упростить процесс управления, но и помогает преодолеть эффект отчуждения, который свойствен большим организациям.

В больших корпорациях рядовой сотрудник очень часто чувствует себя потерянным, ненужным, не всегда понимает, что именно и зачем он делает. Работая же в целостной и сплоченной группе, он не только испытывает необходимый психологический комфорт, но и отождествляет себя с этой группой, а значит, и с компанией в целом. Ведь для любого человека очень важен аспект самоидентификации: в семье, на работе, в коллективе. Работник должен чувствовать, что он к чему-то принадлежит, а не просто болтается в подвешенном состоянии в ожидании зарплаты. Впрочем, и здесь важно соблюдать разумный баланс. Подобная клановость может привести к тому, что люди могут начать отмежевываться от других сотрудников. Поэтому лидер должен быть проводником между своей группой и компанией. Такие доверительные отношения очень помогают настоящим бизнес-лидерам в преодолении кризисов внутри организации, в отрасли или в экономике в целом. Поясню на собственном примере.

ПОВЕДЕНИЕ ЛИДЕРА В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

В 1998 году, когда в России грянул экономический кризис, я работал в конкурирующей с PricewaterhouseCoopers компании. Учитывая сложившуюся на рынке ситуацию, мы все опасались массовых сокращений. Однако хуже всего люди реагировали на неизвестность и неопределенность. Отсутствие готовности со стороны топ-менеджмента делиться своим пониманием ситуации приводило к паническим настроениям в коллективе. Даже рядовые сотрудники понимали, что компания в кризисе, что вот-вот что-то грянет. Но никто не знал, когда и в какой форме. Если бы руководство смогло в то время активно включить нас в процесс осмысления кризиса, итоговый результат был бы для компании намного лучше. Но вместо этого топ-менеджмент вызывал сотрудников поодиночке и сообщал им об увольнении.

Хорошая мина при плохой игре – это вполне объяснимая реакция человека на стресс, на внешние негативные воздействия. Человек инстинктивно пытается спрятаться, закрыться от внешнего мира, испытывает страх и неуверенность. Мол, не будем общаться с клиентами и партнерами, не будем давать никаких обещаний, не будем разговаривать с сотрудниками – у нас все о'кей! Такое поведение категорически неприемлемо в условиях кризиса. Настоящий лидер просто обязан перебороть себя, свои страхи, и должен как минимум утроить уровень коммуникации с сотрудниками. Он должен вернуться к истокам бизнеса – что, зачем и для кого мы делаем. Он должен действовать быстро и решительно. Быстрее конкурентов. Только полная открытость и доверие помогут не только выкарабкаться из кризиса, но и сохранить ключевых сотрудников. Которые, кстати, впоследствии будут стопроцентно лояльны и к компании, и к руководству, так как пройдут рука об руку огонь и воду.

Выход из подобной ситуации всегда сопровождается потерями – финансовыми или людскими. Однако их не стоит считать неудачей в карьере. И если вам не удалось достичь каких-либо целей, не стоит отчаиваться. Ведь бизнес-цели в любом случае относительны, так как ставятся человеком. А последний может заблуждаться.

НАПУТСТВИЕ НАСТОЯЩЕМУ ЛИДЕРУ

Главная неудача для лидера – это потеря желания двигаться вперед, а значит, и потеря видения себя в бизнесе, видения себя в будущем. А оно должно постоянно меняться. Например, сегодня утром я пытался вспомнить, как я думал о своих задачах два года назад. У меня была некая умозрительная конструкция, которой я следовал. Сейчас от нее практически ничего не осталось, но есть новая. И это следствие открытости. Открытости с подчиненными, с коллегами.

Посмотрите на известных бизнес-лидеров – это очень общительные, начитанные люди. При этом они никогда не бывают фанатично привержены той или иной теории. Они практически всеядны, и это помогает им синтезировать новые идеи. Не в закрытом кабинетном режиме, а в общении с людьми. И эти люди так или иначе приведут вас к успеху. Настоящий лидер понимает, что только сильная команда, созданная им, рано или поздно просто вытолкнет его наверх. Поэтому он должен воспитывать себе преемника. А для этого нужно сделать себя лишним в компании. Это способ выживания в бизнесе – найти тех, кто сделает мое пребывание в компании ненужным. Только тогда я смогу думать о том, что делать через пять лет, только тогда я буду сохранять то самое видение и желание двигаться вперед. ■

Филипп ГАДЖИН

Новости – продажа началась!

БРАЗИЛИЯ - НАТАЛЬ

300 солнечных дней
26-32 гр. С весь год

Цены
от
63,000 евро
до
179,000 евро

Контакт:
+47 47 89 66 99
rune@RTReiendom.no

Позвольте вашей мечте стать реальностью

Реализуйте ваши мечты об отпуске и свободном времени!

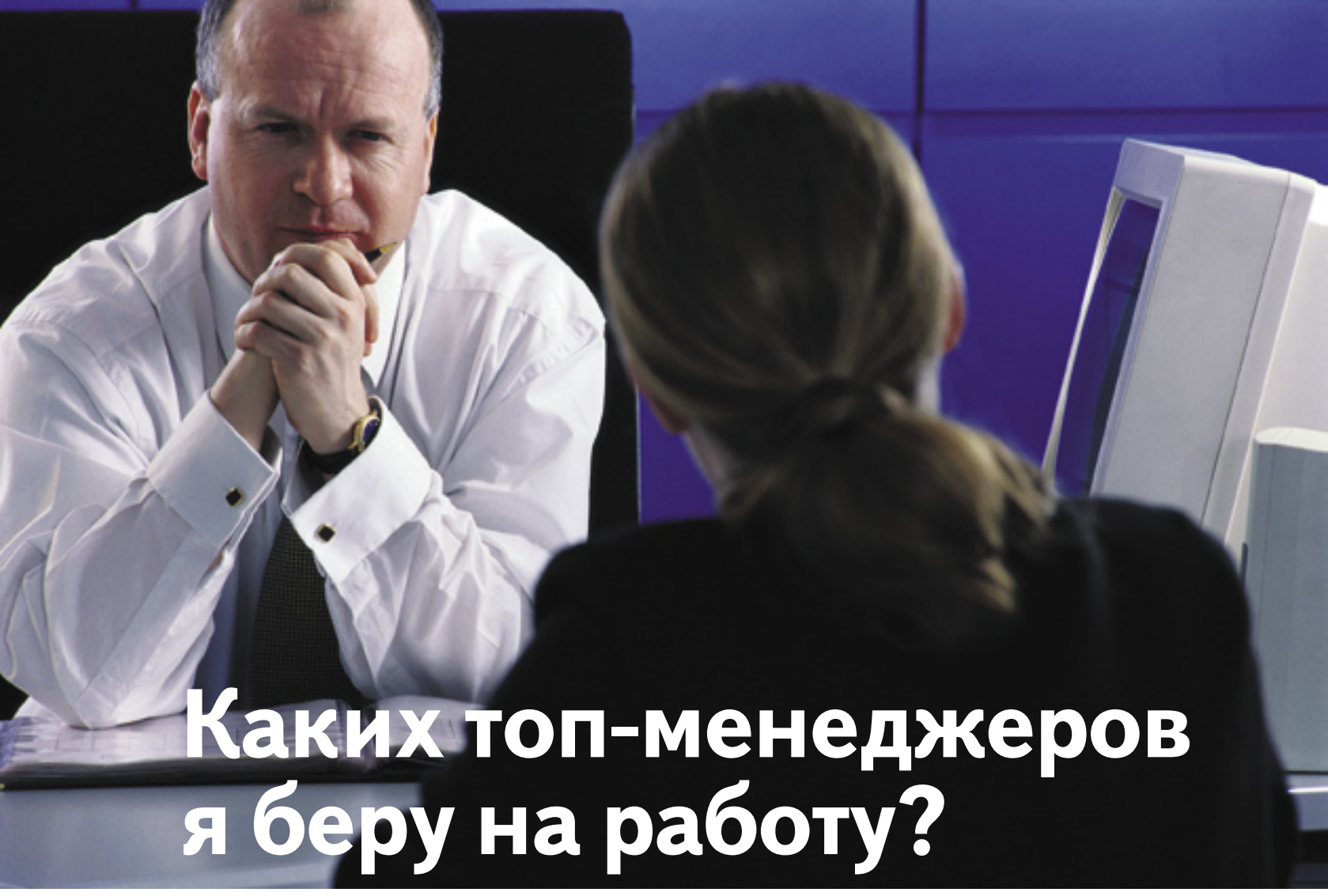
Если вам нравятся:

- длинные золотые пляжи в непосредственной близости
- солнце и тепло
- квартиры в экзотической местности
- гастрономические изыски
- привлекательные цены
- отличное обслуживание и приятные люди...

...тогда это для вас!

RTR eiendom AS

www.RTReiendom.com



Каких топ-менеджеров я беру на работу?

Справка «ВЭС»:

Сергей ДЕРЯБИН – в прошлом кадровый офицер Вооруженных сил РФ, в настоящем – директор по персоналу ОАО «АКБ «Росбанк» – был награжден Почетным знаком «Отличник кадровой службы – 2005», а служба персонала Росбанка удостоилась звания «Лучшая российская кадровая служба – 2005». В его кабинете, среди бумаг и офисной техники, – японский уголок с рубящим воздух самураем. Сергей не производит впечатления сторонника стандартных схем эйчар-менеджеров. У него свое видение того, как должна работать кадровая служба.

КТО ТАКИЕ ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ?

Прежде чем говорить, кого и как я предпочитаю брать на работу, необходимо обозначить грань между рядовыми сотрудниками и топами. В профессиональном сообществе до сих пор нет общепринятого определения, кто же является топ-менеджером. По моему мнению, таковым может считаться руководитель, отвечающий нескольким базовым требованиям. Во-первых, человек должен входить в высшее руководство компании и подчиняться непосредственно первому лицу. Во-вторых, в пределах своей ответственности он должен быть наделен полномочиями в принятии решений, в том числе финансовых.

Существуют и дополнительные критерии, хотя бы один из которых обязательно должен присутствовать: численность компании составляет не менее 300 человек, ее годовой оборот – от 50 млн долларов, а годовой доход топа на сегодняшний день равен не менее 120 тыс. долларов. Естественно, признаки эти несколько условны, поскольку многое зависит от того, где работает человек. Например, как компания в сфере ИТ, так и фирма с небольшим штатом могут делать многомиллионный оборот.

Какими качествами должен обладать топ-менеджер? На мой взгляд, главное – это то, с чего начинается менеджер – здравый смысл (от лат. bona mens). Отдельно я бы отметил, как говорят на Востоке, чистоту помыслов и готовность создать что-то полезное для своей организации и своей страны. Есть определенные требования к самой личности менеджера. Прежде всего, это высокая энергетика и мотивация, широта ментального пространства, готовность бросить вызов устоявшимся правилам, способность изменять реальность и меняться самому.

МЕНЕДЖМЕНТ ПОВЗРОСЛЕЛ

Для себя я выделил семь профессионально важных качеств, которыми должен обладать топ. Первое – ответственность. Второе – интеллект. Чем выше менеджер продвигается по служебной лестнице, тем большую роль играет его социальный и эмоциональный интеллект. Третье – коммуникативная компетентность. Четвертое – доминантность, то есть способность к осуществлению власти, умение принимать решения. Пятое – упорство в достижении цели. Шестое – высокая работоспособность. Седьмое – способность к оправданному риску. Нужно понимать: одно дело, когда ты рискуешь только собой, другое – если твои действия могут влиять на судьбы многих людей.

Также существуют определенные компетенции топ-менеджеров – интегральные характеристики – совокупность знаний, навыков, моделей поведения и установок. Среди них важны следующие: организация и планирование, ориентация на результат, работа в команде, развитие, открытость новому. Я выделяю три наиболее важные компетенции – системное и стратегическое мышление, мотивирование и лидерство, которое включает в себя харизматичность.

demos
eer www.iisdp.org
SKANSKA

Не стоит думать, что топам всегда улыбается судьба и что они не имеют права на ошибку. Постоянный успех, в определенном смысле, – патология. Это означает, что человек не имел негативного опыта, не терпел неудач. Но не зря же говорят: «За одного битого двух небитых дают». Главное – не повторять ошибок и не совершать фатальных просчетов, ведущих к уничтожению стоимости бизнеса, ломающих судьбы людей.

Есть нюансы, к примеру возраст. Модели поведения работника зачастую обусловлены его возрастными особенностями. Молодые люди по своей психофизиологии более динамичны, открыты новациям, более амбициозны и склонны к риску. С возрастом начинают формироваться другие жизненные и профессиональные ценности. Предпочтение отдается стабильности, уважению, признанию заслуг, достойному месту в обществе и организации.

Если восемь-десять лет назад на топовые должности брали людей 25–27 лет, то сейчас эта тенденция уже прошла. Работодатели понимают, что более ценным оказывается менеджер с жизненным опытом, сформировавшейся профессиональной и личной позицией. Позиция – это всегда критический элемент в системе управления. Поэтому собственники и работодатели предпочитают брать руководителей зрелых в эмоциональном и социальном плане.

На мой взгляд, пора расцвета (акмэ) у топов – 35–40 лет, соответственно, она приходится на период зрелости человека, и важно то, сколь долго эта пора будет длиться. Хотя, безусловно, и здесь бывают исключения. Молодые таланты могут быть более успешны в профессиональном плане, но менее успешны в социальном, с точки зрения выстраивания отношений, знания людей. А соответствие масштаба личности менеджера решаемой задаче имеет немалое значение. Руководитель высшего звена должен быть эффективным политиком, способным управлять отношениями, борьбой идей, выстраивать баланс интересов и влияния различных групп. Такие стратегические навыки формируются только благодаря опыту.

ИСКУССТВО НАНИМАТЬ

Умение правильно подобрать топ-менеджера сродни настоящему искусству. Задача интервью и отбора в целом – сделать максимально точный прогноз успешной деятельности сотрудника. Важно, чтобы точность достигала 75–80 %.

Первое впечатление о человеке складывается в тот момент, когда он только входит в кабинет и, здороваясь, протягивает руку. Для меня очень важно, чтобы поведение было искренним, аутентичным. К сожалению, кандидаты порой используют профессиональный блеф, ложную самопрезентацию, когда амбиции превышают реальный потенциал. Приведу пример. Однажды я встречался с неким человеком для обсуждения бизнес-проекта. Беседа проходила в дорогом ресторане, и я сразу понял, что мой собеседник нечасто бывает в подобных заведениях. Во время разговора он искрометно подавал себя и свое предложение, но то, как он заказывал блюда, расплачивался с официантом, и то, что не дал чаевых гардеробщику, который помог ему надеть пальто, не совпадало с его самопрезентацией. Подобные нюансы поведения иногда могут больше рассказать о человеке, чем правильно составленное резюме или чьи-то рекомендации.

Сегодня в ряде компаний на собеседованиях используют полиграф. Некоторые менеджеры считают, что такая процедура унижает их достоинство. А у кого-то, наоборот, возникают интерес и желание попробовать. Конечно, нельзя проводить прямую параллель, но в некотором смысле это аналогично отбору будущих служебных собак. Берут группу щенков и создают стрессовую ситуацию: показывают что-то большое, страшное, громко кричащее. Одни поджимают хвосты, пытаются убежать и забиваются в угол, другие же, несмотря на страх, проявляют любопытство. Последние, как правило, и становятся профессионалами.

Технологии проведения интервью во многом зависят от специфики решаемой задачи. Можно использовать различные психофизиологические методики, тесты на определение личностных особенностей и для оценки уровня интеллекта. Существуют проективные приемы, интерпретацию которых кандидату почти невозможно просчитать. Я часто использую тест «пяти событий»: прошу в виде тезисов написать пять самых главных событий из прошлого, настоящего и будущего. Из его результатов становится ясно, насколько сформирована профессиональная мотивация человека, что для него значимо, как он строит свою жизнь, какие ценности исповедует.

Топ-менеджеры относятся к особому классу специалистов: это уже состоявшиеся люди, которые добились определенного профессионального и социального статуса, это всегда штучный товар. Их нельзя укладывать в стандартные схемы, они шире рамок. Руководителя нужно оценивать по его достижениям, реализованным проектам. Глупо будет посадить топа заполнять тест Векслера и на основании полученных сведений делать выводы о его потенциальной успешности. Отбор топ-менеджеров и обычных сотрудников соотносятся между собой так же, как VIP-обслуживание клиентов в банке и в точке розничной сети. В одном случае – эксклюзивное отношение, в другом – типовой подход.

Во многом я полагаюсь на интуицию, но понимаю, что важно контролировать себя, не зарываться: «Какой я великий мастер, раскалываю людей как орешки!» В своей прошлой жизни я был психотерапевтом и мне легче понимать особенности личности и мотивацию других людей. Но рефлексия является необходимым каждодневным инструментом. Это как в восточной духовной практике – ты сидишь и смотришь на себя изнутри либо выходишь в метапозицию. Мудрость дается только с опытом, поскольку это высшая стадия развития практического интеллекта. Известно, что в свое время человечество променяло душу в угоду знаниям, а сегодня знания – в угоду информации. Современный информационный поток никто не в состоянии переработать целиком, к тому же в нем много мусора. Мне кажется, что обрести мудрость можно или с течением жизни в силу врожденного таланта, или через Учителя. В другие знания я не верю. Мне в жизни повезло – у меня были очень хорошие наставники, я горжусь ими. ■

Сергей ДЕРЯБИН

Японская деловая этика: как договориться с потомками самураев

В последние годы многие российские бизнесмены пытаются наладить совместную работу с японскими компаниями. Несмотря на хорошо известную осторожность японцев, медлительность в принятии решений, дотошность в проработке мельчайших деталей проектов, наличие многих предубеждений, непреложным фактом остается то, что японские инвесторы и внешнеторговые партнеры обладают значительными финансовыми ресурсами и, за крайне небольшим исключением, ведут бизнес честно и добросовестно.

В этих условиях растет интерес к тому, как работать с японцами, в чем отличие их деловой культуры от США и Европы.

Как показывают многочисленные примеры, нередко самые замечательные проекты и сделки проваливаются только из-за того, что незнание привычек и этикета японцев не позволило партнерам добиться взаимопонимания.

Японская деловая этика неразрывно связана с культурой страны и этнопсихологией японцев. Для тех, кто собирается добиться успеха в бизнесе с Японией, ее изучение абсолютно необходимо. В рамках журнальной статьи нет возможности углубиться в исторические корни и специфические черты японского национального характера, поэтому остановимся лишь на практических вопросах ведения дел с японскими бизнесменами, выбрав в качестве отправного пункта самую распространенную ситуацию – первичное обращение в японскую компанию с деловым предложением.

При всем многообразии составляющих японской деловой этики их можно разделить на две группы – твердые правила и аспекты, где компромисс допустим. Начнем с первых.

Когда российский бизнесмен вступает в контакт с японцем, нужно помнить о том, что существует три «нет» японской деловой этики: нельзя приходить на встречу без визитных карточек, нельзя не иметь материалов о своей компании и своем предложении, нельзя отклоняться от протокола в одежде и внешнем виде.

Одним из ключевых элементов деловой культуры являются визитные карточки. Для японца они не только несут определенный объем информации. В самой Японии с ее низким уровнем преступности и отсутствием склонности населения к мошенничеству визитка зачастую служит удостоверением личности, а название серьезной компании или организации на ней – свидетельством надежности и кредитоспособности владельца карточки. Автор однажды пытался пройти в элитарный клуб в Токио, куда не пускают иностранцев без сопровождения японцев, и после длительных переговоров преуспел, только когда вручил менеджеру свою визитную карточку. Кроме того нельзя забывать, что русские имена с трудом воспринимаются японцами на слух. Получив визитку, японцы всегда кладут ее перед собой, чтобы иметь возможность подсмотреть лишний раз имя собеседника. Если на встрече присутствует несколько человек, как правило, визитки разложат в том порядке, как они сидят. И, наконец, всегда следует учитывать, что в японском обществе очень ценится церемониал. И если в начале церемониала знакомства вы не даете визитную карточку в ответ на врученную вам, то ход церемониала оказывается нарушен, ваш японский партнер чувствует дискомфорт. Разумеется, извинения за отсутствие визиток будут приняты, возможно, и с добрым юмором, однако не стоит сомневаться – первое впечатление о вас серьезно смазано.

Второй ключевой элемент деловой культуры может звучать как заповедь – «никогда не вступай в контакт с японским бизнесменом, не имея при себе кучи документов и материалов». То есть, когда готовится выход на японскую компанию, начинать надо с себя – приготовить максимум возможной документации. Здесь должны быть и проспект российской компании или хотя бы ее описание, подробное изложение предлагаемого проекта или сделки, анализ состояния отрасли и т.д. В тактических целях на первую встречу можно и не готовить конкретные предложе-

Svenska Handelsbanken
Logos
РекламаЮг

ния по суммам сделки или проекта, но четкое владение этими вопросами обязательно для тех, кто идет на контакт с японской фирмой. Любая задержка в ответах на финансовые вопросы может серьезно насторожить ваших партнеров. Гарантией провала встречи является часто используемая российскими бизнесменами тактика «встретимся – расскажем о себе – узнаем, чего они хотят».

И, наконец, деловой костюм. Стремление к унификации, желание не выделяться, свойственные японскому национальному характеру, в одежде очень ощутимы. Стиль одежды и внешнего вида в японском деловом мире весьма консервативны. Вероятно, соответствие определенным правилам в одежде распознается как принадлежность к тому же самому деловому сообществу, кругу людей, с которыми «можно иметь дело». При контакте с японскими бизнесменами костюм и галстук обязательны, однако галстук может быть и самой радикальной расцветки – если костюм строгий, это не вызовет особого удивления. Одежда должна быть чистой, особенно ботинки. В самой Японии 99 процентов сотрудников компаний ходят на работу в черных лакированных ботинках. Однако если чистая одежда на вас немного помята, в Японии это не вызовет осуждения – значит, вы «горите на работе».

Теперь обратимся к тем аспектам делового общения, где возможны компромиссы между западной (российской) и японской традициями. И здесь крупнейшим вопросом становится ресторан. В японском деловом мире посещение ресторана не означает празднование прогресса в переговорах или подписания контракта. Ресторан – это место, где деловые контакты продолжаются в дружеской атмосфере, но зачастую в не менее интенсивном темпе. Недаром считается, что важнейшие политические и экономические решения в Японии принимаются на совещаниях политиков или президентов крупных компаний в ресторанах в токийских районах Гиндза и Акасака. Итак, если японский партнер приглашает вас в ресторан, это важный сигнал того, что ваше предложение интересно и японцы готовы к продолжению сотрудничества с вами. Соответственно, приглашение на ужин следует расценивать как знак большего доверия, чем просто на ланч. Хорошо, если вы идете в европейский ресторан и обстановка вам знакома. В японском ресторане, которых всё больше и в Москве, российский человек сталкивается с необходимостью пройти между Сциллой японских обычаев и Харибдой радушия приглашающего. Первый вопрос – есть или не есть палочками. Ответ на него логически прост. Умеешь – ешь. Японцу будет очень приятно, что вы владеете этим непростым искусством, еще одна льдинка между вами будет растоплена. Не умеешь – не ешь. Не стоит пытаться научиться есть палочками при всех. Дело даже не в том, что сразу это ни у кого не получается и над вами добродушно посмеются. Самое неприятное заключается в том, что вы не сможете поесть как следует. Кроме того, если в России бутерброд всегда падает маслом вниз, то в Японии падающий из палочек кусочек еды всегда попадает в тарелочку с соевым соусом, брызги которого летят на белую рубашку. Это уже серьезно, поскольку может омрачить вам настроение и всю атмосферу ужина. Японцы всегда с пониманием отнесутся к неумению есть палочками.

Вторая немаловажная сторона встречи в ресторане – деликатесы японской кухни. Сырая рыба, полуживые улитки и некоторые специфические блюда воспринимаются далеко не всеми иностранцами. Однако это очень дорогие кушанья, и не попробовать их означает обидеть хозяев. В аналогичной ситуации оказался автор, когда ему было предложено ловить палочками из большого пакета с водой маленьких прозрачных рыбок, чуть макать их в сою и глотать. По словам хозяина, эта рыбка сервируется только в марте, и когда она шевелится в пищеводе, «нужно ощущать дыхание весны».

Хотя автор и является большим поклонником японской кухни, предложение не прельстило. Отказаться было невозможно, и пришлось изыскать компромиссный вариант: ждать пока рыбка утонет в соевом соусе, а уж потом есть ее как обычную сырую рыбу.

Третье, о чем нельзя забывать в ресторане с японцами – спиртные напитки. Вечером, как правило, сначала пьют пиво, потом сакэ, затем виски. Японцы и пьют немало, и быстро пьянеют. Но не стоит воспринимать это как норму поведения. Если российский партнер хлебнет лишнего, это будет замечено и учтено при дальнейшем ведении дел.

В то же время Япония – часть азиатской культуры. При общении в ресторане всегда следует быть готовым к некоторым ее специфическим проявлениям – сытой икоте, ковырянию зубочисткой в ухе и т.д.

Можно идти на компромиссы и в отношении многих других элементов японской культуры, с которыми сталкиваешься при ведении бизнеса в Японии, например, располагаться на циновках татами так, как удобно, а не в классической позе. То же касается и приветствий. Как известно, японцы приветствуют друг друга поклонами. Желательно овладеть неглубокой формой поклона, однако для этого стоит хорошо присмотреться к тому, как это делают, дабы не выглядеть смешно. Однако рукопожатие с иностранцем вполне распространено в японском деловом сообществе. Нет ничего страшного и в том, что японец вам поклонится, но не предоставит возможности для рукопожатия.

Так же можно подойти и к тому, каким образом вступать в первый контакт с японской компанией. Наименее желателен способ прямого обращения по общедоступному телефону и уж тем более по факсу. Разрабатывая тактику выхода на японскую компанию, лучше всего постараться найти хоть кого-нибудь, кто мог бы порекомендовать вас японцам. Японское общество традиционно, и личные контакты ценятся в нем особо. Встреча по чьей-либо рекомендации или при наличии общих знакомых пройдет намного плодотворнее, чем прямое обращение. Однако если найти рекомендателя невозможно, то надо выходить на компанию напрямую, но при этом следует помнить о двух моментах. Во-первых, очень важно попасть сразу же к тому человеку, который отвечает за ваше направление, иначе усилия будут потрачены впустую. Во-вторых, во всем мире преувеличивается знание японцами английского языка. Если российский бизнесмен настроен на серьезную работу с японцами, переводчик необходим. В ходе беседы особого внимания требуют юмор и русские пословицы. Широко принятые в деловом общении у нас, в Европе и США, они, как правило, воспринимаются японскими визави неадекватно, даже если и переводимы.

Шутить в компании с японскими друзьями – умение, которое приходит постепенно.

В настоящее время и в Японии, и в России представителям российских деловых кругов приходится сталкиваться в основном с четырьмя типами японских бизнесменов.

Первая и самая большая группа – сотрудники крупных торговых домов, больших и средних фирм. Главная специфика работа с людьми из этой группы заключается в понимании того, что они являются частями сложных бюрократических машин. В японской компании даже средних размеров, не говоря уж о крупных конгломератах, существует очень диверсифицированная внутренняя структура, характеризующаяся непрозрачностью потоков информации, размытостью центров принятия решений и общим уклонением от ответственности. Это приводит к тому, что, настроившись на работу с такой компанией, российский бизнесмен должен отдавать себе отчет в том, что темп контактов будет весьма низким, особенно на начальной стадии. Принятие решения в такой компании потребует большого времени. Как правило, первую встречу проводит рядовой сотрудник, задача которого – квалифицированно собрать информацию, обработать ее в соответствии с корпоративными правилами и представить наверх. Следующий уровень – начальник сектора, принимающий решение работать с предложением дальше или завернуть его. При положительном решении вопрос идет на уровень начальника отдела, затем – члена совета директоров, который и докладывает вопрос на совете, где решение оформляется. Но на практике самым важным

СТРОЙМАРКЕТ РБК InterShow PRODUCTIONS ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ

уровнем является уровень начальника отдела. Если он направляет материал наверх, значит, тем самым принимает на себя некоторую долю ответственности за его результативность. Перед советом директоров обязательно проводятся консультации с президентом компании для того, чтобы в целом решение было одобрено заранее. Такая схема приводит к очень важному практическому выводу – всегда нужно стремиться, разумеется, не нарушая установленного этикета, продвинуть свое предложение как можно на более высокий уровень. Вопрос будет рассматриваться совсем по-иному в том случае, если начальник отдела сам принесет полученные от вас материалы и отдаст рядовому сотруднику проработать, по сравнению с обычной практикой, когда предложение идет от рядового сотрудника к члену совета директоров.

Не исключено, что в ходе работы произойдет смена курирующего отдела и придется начинать разъяснения с самого начала во второй раз. Однако если проект и сделка подходят к стадии подготовки контракта, работа с большой компанией начнет быстро приносить плоды. К его разработке будут подключены лучшие силы разных отделов, а сам контракт будет подготовлен на самом высоком уровне. Кроме того, при работе с компаниями такого уровня абсолютно исключено мошенничество, невыполнение обязательств или какие-либо иные негативные явления.

К первой группе примыкают многочисленные сотрудники различных экономических организаций Японии, исследовательских институтов, экономисты, журналисты экономических изданий. Эти люди, как правило, обладают большим объемом информации, и такие деловые контакты чрезвычайно полезны. В отличие от сотрудников компаний они не зашорены и обладают широкими связями. Их безусловно следует использовать для установления реальных деловых отношений с представителями компаний.

Третья категория – самая желанная для представителей российского бизнеса, но, к сожалению, отнюдь не самая многочисленная. Это руководители средних и малых компаний, способные самостоятельно принимать решения и обладающие достаточными собственными или привлеченными средствами для осуществления проекта или сделки. В самой Японии эта группа предпринимателей многочисленна, однако лишь немногие из них ведут бизнес в России. Зато в случае обоюдной заинтересованности работа с такими партнерами движется быстро, а решения принимаются оперативно.

Четвертая группа – так называемые «вентиляторы». Это слово родилось в русской общине в Токио и означает человека, который размахивает руками, симулирует бурную активность, но ничего осуществить и реализовать не может. Как ни странно, в Японии таких «бизнесменов» много, и Россия притягивает их как страна, где можно быстро и легко заработать деньги.

«Вентиляторы» – не обязательно мошенники. Большинство из них искренне верит в то, что собирается совершить, однако эти люди не только не имеют реальных материальных и организационных ресурсов, но и действуют как бы «вне контекста» – в той реальности, которую сами себе создали и в которую уверовали. Среди самых ярких проектов, замышлявшихся «вентиляторами» в России, можно привести следующие примеры: поставка автоматов повстанцам одной из азиатских стран с доставкой на подводной лодке в заданный район всплытия, приватизация одной из резиденций Президента России для организации там международного туристического центра, поиск средств российских банков для финансирования строительства шоппинг-центра в Бирме стоимостью в 130 млн долларов и другие. Нефть, якутские алмазы и икра привлекают этих людей как магнит, поэтому они просто не исчезают из портфеля «вентиляторских» проектов. И абсолютно популярная тема – купить в России мамонта. Цели тут могут быть самые разные – от использования мамонта на выставке до клонирования из древних останков нового поколения животных, но на эту задачу брошено столько сил, что не исключено, что когда-нибудь она и реализуется. Многолетний опыт общения с такими людьми приводит к одному единственному выводу: как бы они ни были приятны в общении и убедительны как рассказчики, работы с ними следует избегать. Попытка сделать бизнес с таким партнером в лучшем случае приведет к потере сил и накладных расходов, в худшем – закончится серьезными неприятностями с властями или потерей денег.

Однако решив работать с серьезными представителями японского бизнеса, российский бизнесмен должен учитывать еще одну немаловажную деталь. Японские деловые круги намного более политизированы, чем американские и европейские предприниматели. В Японии связи бизнесменов с политиками, их секретарями, чиновниками и прочими людьми, близко стоящими к власти, развиты чрезвычайно.

Эти реалии механически переносятся и на российскую почву. Зачастую японские партнеры интересуются, имеет ли российская компания те или иные контакты в политическом мире или государственном аппарате. Однако ответ на этот вопрос крайне непрост, что отражает разницу в политических системах двух стран. В Японии государственный аппарат просто незыблем, а депутаты парламента в подавляющем большинстве, за исключением коммунистов, интегрированы в существующую систему распределения ценностей. В России, где имеет место противостояние разновекторных политических сил, отождествление своего бизнеса с какой-либо из них в любом случае может вызвать недоверие японского партнера. Поэтому поиск оптимального ответа должен вестись с учетом конкретного партнера и обстоятельств проекта или сделки.

Таким образом, основное отличие деловой этики японцев от принятой в США и Европе заключается во влиянии специфической национальной культуры, которая проявляется как в особых традициях, так и в особой консервативности деловых процедур.

Российский бизнесмен, нацеленный на партнерство с японской компанией, должен принять установленные правила игры и мобилизоваться. Слагаемые успеха – четкое следование правилам делового этикета, подготовка документации на высоком уровне, оперативное реагирование на поставленные партнером вопросы. Многие бизнесмены признаются, что работа с японцами дисциплинирует. А российские кадры, прошедшие школу японских компаний, пользуются высоким спросом на российском рынке труда. Именно это дает право назвать японскую деловую этику «фрекен Бок» для российского бизнеса».

Русские и американцы, русские и европейцы накопили огромный опыт взаимного общения. Даже существование «железного занавеса» не смогло полностью воспрепятствовать взаимопроникновению информации. С учетом принадлежности России к европейской культуре можно смело говорить о том, что по сравнению с Востоком между Россией и Западом имеется полное взаимопонимание. Это порождает определенный комфорт в общении деловых людей. Исторический опыт отношений России с Японией намного более противоречив. Закрытость Японии до середины девятнадцатого века, а затем и последовавшая череда военных и политических конфликтов между нашими странами не позволяли двум народам наладить открытое общение друг с другом вплоть до последнего времени. И тем не менее есть один важный фактор, сближающий русских и японцев – элементы азиатской ментальности. Она проявляется не только в стабильном и искреннем интересе к культуре соседа в обеих странах, но и на уровне личного общения, в том числе и деловых людей. В Японии вы можете увидеть в питейном заведении компанию подвыпивших русских и японцев, которые, обнявшись, распевают русскую народную песню, но никогда не встретите в такой же ситуации японцев и американцев. Также сближает наши два народа любовь к философским, абстрактным рассуждениям. Поэтому, если в общении с японскими деловыми партнерами удастся растопить холодок первоначального отчуждения, «фрекен Бок» окажется не такой уж и строгой. ■

demos
eer www.iisdp.org
SKANSKA

ТВОЯ НОВАЯ ЖИЗНЬ ПОД СОЛНЦЕМ

25 лет на рынке недвижимости

Более **30000** довольных клиентов из **23** стран

Объекты недвижимости прямо от строителей

Новая и вторичная недвижимость на Коста Бланка, Коста Калида, Коста Альмерия

Послепродажное обслуживание

Международный сертификат качества **ISO 9001**

Член **FOPDAC** «Федерация застройщиков, агентов и консультантов по вопросам заграничной недвижимости»

MASA INTERNATIONAL

Представитель в Москве:
Тел. (495) 641 20 00
e-mail: rusia@masaint.es
www.masainternational.ru

25 1981-2006

Web2.0 прикончит частную жизнь

Плюшевые нежные пастельные лица Веб 2.0 всем нам хорошо знакомы — MySpace, Digg, Flickr. Невероятно супертрендовые стартапы Силиконовой долины, которые за миллионы покупаются крупными медиаконгломератами и делают своих создателей звездами. Том Андерсон, Кевин Роуз — это их фотографии прикалывает к обоям поколение Веб 2.0. Но плохо же знают кумиры того монстра, которому дали жизнь.

Я твердо убежден: движение Веб 2.0 обернется в результате почти полным исчезновением анонимности в интернете. И вот почему.

ОПРЕДЕЛИТЬСЯ С ЖАНРОМ

Давайте для начала выясним, что же это значит на самом деле — Веб 2.0. Модное словечко — привлекательная обертка, скрывающая под собой базовый набор определенных принципов и технических методов. Большинство под Веб 2.0 понимает возросшую популярность блогосферы. Развитие социальных сетей. Изобретение тагов и вклад конечных пользователей в создание продукта. Это свободное выстраивание связей и свободный обмен с друзьями. Такое объяснение можно считать достаточно близким к сути; точное определение не дается даже великим умам.

Попробуем разобраться на примерах. Самый удачный — Digg.com, в нем объединены многие из перечисленных нами аспектов. В отличие от традиционных информационных ресурсов, новости здесь пишут сами участники. Подготовленные пользователем заметки, а также заметки, ему понравившиеся, линкуются с личным профилем. Профиль пользователя линкуется с профилями друзей, что позволяет просматривать тексты, рекомендованные друг другу участниками группы. Прибавьте к этому отличные программные решения и элементы блоггинга.

Или MySpace, мощнейшая социальная сеть (ныне принадлежащая корпорации Руперта Мёрдока). Ее пользователи могут обмениваться музыкальными файлами, мыслями, картинками и словами, имеют возможность встретить новых людей и найти новые интересы благодаря системе ссылок. Если в MySpace указано, что ваш приятель любит каких-нибудь The Super Arctic Guitar Axe Nirvana Marsupials, возможно, то же самое понравится и вам.

Веб 2.0 означает также эволюцию онлайн-бизнеса. Google из поисковика превращается в рекламную площадку. Электронная почта, потесненная системами мгновенного обмена сообщениями, стала преимущественно бизнес-инструментом. Outlook и Office с появлением их Ajax-аналогов все чаще оказываются лишними. Возможность делать всё он-лайн, пожалуй, никогда раньше не была настолько важной.

ВЫГОДЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

А почему бы и нет? Чем более массовым становится «движение», чем шире изменения затрагивают Сеть, тем лучше для пользователя, не так ли? Уже сегодня Digg ставит под угрозу традиционный издательский бизнес — его участники неплохо проявили себя в поиске информации, которая соответствовала бы их собственным демографическим критериям. Популярность ресурса тому подтверждение. Благодаря MySpace подростки повсеместно получили возможность в обход цепкой родительской опеки делать то, что им лучше всего удается, а именно: болтаться без дела, налаживать неуклюжее общение с противоположным

Svenska Handelsbanken

РекламаЮг

полом, делиться мнениями насчет последних «фишек» и музыкальных новинок.

Flickr предоставил бесплатный фотохостинг миллионам пользователей. Благодаря удачной технической реализации обмен фотографиями стал простым, как никогда. Использование же лицензий Creative Commons Лари Лессига — показатель того, что Flickr имеет репутацию в каком-то смысле «оппозиционерскую», что должно привлекать иных скептически настроенных поживших хакеров и кодеров-любителей. С появлением Google Mail и Calendar для многих отпала необходимость в наличии Outlook: зачем платить Microsoft, если всё, что нужно, доступно он-лайн даром? Учитывая рост Сети во всем мире, а также развитие мобильного интернета, вы практически никогда не останетесь без коннекта.

Сайты Веб 2.0 отличаются прекрасной функциональностью и предлагают наилучшие сетевые развлечения. Разве это не прекрасно?

В ТИХОМ ОМУТЕ

Несмотря на обилие пользовательских «примочек», прибыль компаний, вовлеченных в данную сферу, остается минимальной. Настолько минимальной, что возникает вопрос: чего не видно на поверхности? Взять тот же Flickr, наш последний пример. Приобретенный Yahoo за какие-то невообразимые миллионы долларов, этот сервис вряд ли вообще приносит деньги. Загляните на сайт. Где здесь статьи доходов? Конечно, вам предлагается купить привилегированное членство, но я готов поспорить, что число платных пользователей можно сосчитать по пальцам на руках миллионеров, купивших Flickr. Yahoo спускает деньги на поддержание работы Flickr с пугающей быстротой.

Не так давно Digg получил инвестиции в размере 1 млн долларов на развитие бизнеса. Его главный источник дохода, как можно заметить, — реклама вверху страницы, предоставляемая Google Adsense. Вряд ли тут золотое дно. Новые возможности появляются в Digg невероятно медленно. Единственное нововведение свелось к улучшению связи между пользователями, которые теперь могут видеть, чем заняты другие участники.

Возможно, самый экстремальный пример — это YouTube. По некоторым оценкам, сервис тратит по 1 млн долларов в день на оплату трафика и канала, обладающего необходимой пропускной способностью, учитывая количество закачиваемого видео. Каким таким способом они намерены добыть средства, чтобы покрыть эти расходы?

ТАК В ЧЕМ СЕКРЕТ?

Итак, назревает главный вопрос: каким образом любое из этих деловых предприятий надеется заработать? Все они транжирят деньги, и ни одно не демонстрирует видимых возможностей получения прибыли, помимо рекламы Google. Конечно, реклама Google сама по себе прекрасна, но она приносит деньги только самому Google.

Почему же Веб 2.0 стоит так дорого? Почему MySpace оценен более чем в половину миллиарда долларов, несмотря на отсутствие внятной бизнес-стратегии? Почему предположительная оценка Digg превышает 20 млн долларов, тогда как проект не имеет ни одной идеи о том, откуда должны пойти деньги?

Ответ — информация. Маркетинг. Мельчайшие подробности обо мне и о вас. Вот где деньги.

Этот аргумент не новый, — такое возражение я слышал от самых разных приверженцев Веб 2.0, очередного мыльного пузыря. Они, возможно, впервые прочли его у кого-нибудь из популярных блоггеров, скажем, у Джона Баттелля.

Но всё же аргумент имеет вес. Есть черта, которая объединяет проекты, подпадающие под понятие Веб 2.0: все они с невероятным энтузиазмом собирают информацию о вас и ваших приятелях. Что вам нравится. Что нравится вам и одновременно вашим друзьям. Digg знает, какие вы добавили заметки, к какой демографической группе вы относитесь, как отреагировали другие участники из той же демографической группы на ваш пост. MySpace способен проанализировать портрет каждого пользователя по любым статистическим параметрам, какие только можно вообразить, а затем раскопать и прибавить к этому информацию о том, что вы делаете и чем обмениваетесь в он-лайне и как это соотносится с данными о ваших друзьях из той же (или другой) демографической ниши.

Flickr, пожалуй, наиболее интересный сервис. Набираете запрос «кошка», и Flickr выдает самое популярное — по количеству кликов — фото. Сопоставляя цвет и другую информацию об изображении со словами, использованными в поисковых запросах, Yahoo постепенно пополняет базу, фиксирующую особенности человеческого восприятия. Часто приходится слышать, что основное различие между Yahoo и Google, если говорить о перспективе, в том, что компания Yahoo хочет, чтобы интернет описывали люди, а Google предпочитает поручить это дело роботам. Google в бизнесе ориентируется на создание алгоритмов. Yahoo, приобретая Flickr и Delicious (и еще что-нибудь, на что компания имеет виды), надеется, что необходимое направление бизнесу зададут пользователи — и социальные сети.

ФИНАЛЬНАЯ ПАРТИЯ

Итак, Мёрдоку известно все о MySpace. Финансовые гуру из Yahoo знают все ваши сокровенные мысли, закладки и картинки. Сотрудники Google зафиксировали все ваши поисковые привычки, и, можете спорить на что угодно, они намерены залинковать их с вашим почтовым ящиком и ежедневником. И еще чем-нибудь, что вы ведете в Сети. Сколько стоит эта информация? Учитывая рост затрат на маркетинговые исследования в интернете, увеличение количества подключений во всем мире, можно догадаться, что статданные будут только дорожать.

Там, где есть что-либо ценное, всегда присутствуют купля и продажа. Наши социальные сети, поисковые привычки, особенности зрительного восприятия будут безжалостно проданы любому, кто пожелает наложить руку на наши подробные демографические сведения. И когда ваши фотографии, файлы, почта, все ваши друзья будут существовать он-лайн, вам тоже придется быть на связи. Благодаря повсеместному распространению интернета — как, скажем, в рамках «беспроводного» проекта Google в Сан-Франциско — возможность выйти на связь у вас будет всегда. А раз вы на связи — вы поставляете информацию маркетологам.

Когда мыльный пузырь, называемый Веб 2.0, лопнет — когда крупные сделки останутся позади, новые миллионеры состоятся, а ваши любимые сайты окажутся под контролем крупного бизнеса, — инновациям придет конец. Дальше — только бесконечная полировка механизмов маркетинговой машины.

Эй, но вы и ваши друзья, по крайней мере, станете ближе друг другу! Кроме того, у вас будет бесплатный хостинг для фотографий. ■

Вил ХАРРИС

MERCOSUR
Roman Gambourg professional corporation

Курьезы, ставшие открытиями

Не ошибается тот, кто ничего не делает. Только ошибки бывают разные. За одну прослывешь дураком и неудачником, а за другую — получишь миллионы долларов и мировую известность.

Десятки вещей, которыми мы пользуемся каждый день, появились благодаря простой случайности. Самая известная ошибка, ставшая хрестоматийным примером, – открытие Америки Христофором Колумбом. Плыл себе, плыл в Индию, а открыл... Америку.

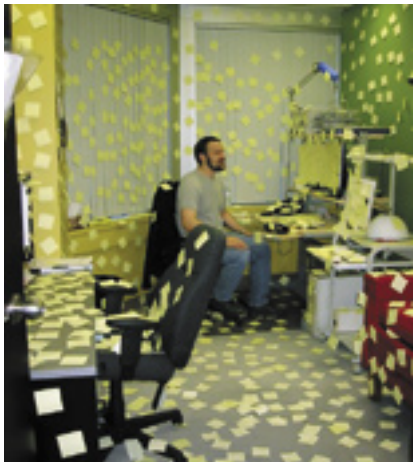
Условно-досрочное открытие той же Америки викингами в зачет вообще не пошло.

Но с тех пор так и повелось – Америку открыли по ошибке, она же и выдавала миру множество ошибок, ставших открытиями.

Ошибка 1. Под газом

Coca-Cola, которая принесла хозяевам патента миллиарды, появилась даже не благодаря рецепту аптекаря Пембертона (о чем все знают), а в результате небрежности рабочего персонала. Случайно продавец, разбавлявший сироп, перепутал краны и налил газированную воду вместо обыкновенной... Но сначала напиток не имел большого успеха. За первый год производства газировки Пембертон израсходовал 79 (!) долларов на рекламу нового напитка, но смог продать своей кока-колы только на 50 долларов. Шло время, и сегодня кока-колу производят и пьют в 200 странах мира.

Ошибка 2. Дело клеится



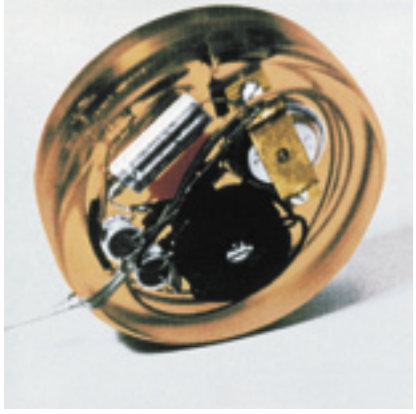
Замечательные «стикеры», без которых немыслима сегодня работа ни в одном офисе ни одной страны планеты. Ни одно дело сегодня не обходится без этого гениального изобретения: «Позвонить... Забрать... Купить... Рассказать...». Оно – на мониторах, на стенах кабинетов руководителей, на домашних холодильниках.

Клейкие бумажки появились в результате неудачного эксперимента по усилению стойкости клея. В 1968 году сотрудник исследовательской лаборатории компании 3M пытался улучшить качество клейкой ленты – той, которую мы сегодня называем «скотчем». Он получил плотный клей, который не впитывался в склеиваемые поверхности и был совершенно бесполезен для производства скотча.

Естественно, исследователю было жаль потраченного времени, и он, по-хозяйски окидывая окружающий мир, искал, каким образом можно использовать новый сорт клея. Видно, в те времена гениальные мысли не роились в воздухе, и решение появилось только спустя четыре года.

Один из коллег исследователя в свободное от работы время пел в церковном хоре. Его жутко раздражало, что из книги псалмов все время выпадали закладки. Тогда он вспомнил о клее, который мог бы закреплять бумажные закладки, не повреждая страниц книги. В 1980 году Post-it Notes были впервые выпущены в продажу.

Ошибка 3. Горячее сердце



Заболевания сердца – вещь крайне неприятная и опасная. К счастью, достижения современной медицины способны сохранить жизнь миллионам людей-сердечников. Но все это – «надстройка», а вот «базисом» и по сей день является кардиостимулятор.

Этот прибор тоже был изобретен случайно. В 1941 году инженер Джон Хоппс по заказу военно-морского флота проводил исследования в области гипотермии. Перед ним стояла задача найти способ максимально быстро обогреть человека, который долгое время провел на морозе или в холодной воде. Хоппс попытался использовать для разогрева высокочастотное радиоизлучение.

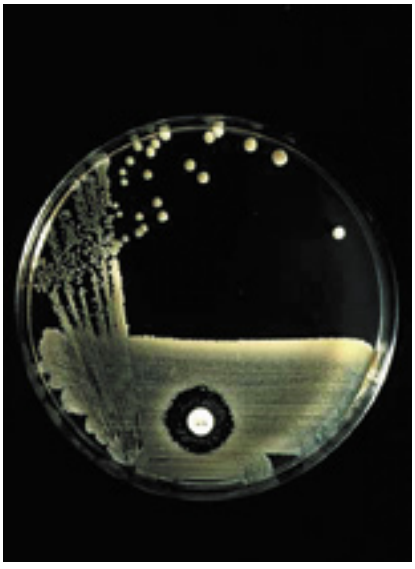
Что же он обнаружил? Сердце, переставшее работать в результате переохлаждения, бурно реагировало на высокие частоты. То есть начинало снова биться, возвращая к жизни своего хозяина.

Прошло время. В 1950 году коллектив ученых на основе открытия Хоппса создал

первый кардиостимулятор. Он был большим и неудобным, его применение иногда приводило к появлению ожогов на теле больного... Но что значат эти увечья, когда человека возвращали к жизни!

Немного позже медик Уилсон Грейтбатч совершил второе случайное открытие. Он работал над созданием устройства, которое должно было записывать сердечный ритм. Однажды он случайно вставил в устройство неподходящий резистор и заметил, что в электрической цепи возникли колебания, которые напоминали ритм работы человеческого сердца. Через два года Грейтбатч создал первый вживляемый кардиостимулятор, подающий искусственные импульсы для стимуляции работы сердца.

Ошибка 4. Жизнь против жизни



К этим препаратам у прогрессивного человечества сегодня неоднозначное отношение, но было время, когда на антибиотики люди буквально молились – и не без основания.

В 1928 году ученый Александр Флеминг в своей лаборатории у открытого окна развел целую оранжерею организмов, которых (в научных целях) старательно заразил стафилококком. Один из образцов попутно заразился плесневым грибком – пенициллином. Флеминг изучил образец под микроскопом и с удивлением обнаружил, что плесень уничтожила все бактерии стафилококка.

Но открытие Флеминга по-настоящему оценили лишь в 1940 году, когда в мире начались массовые исследования нового типа лекарств-антибиотиков.

Название этого рода лекарств говорит само за себя: «анти-био», то есть «против жизни». Прием антибиотиков может спровоцировать появление аллергии, понизить иммунитет и принести еще кучу всяких неприятностей. Но есть ситуации, когда, кроме антибиотиков, все медикаменты оказываются бессильными. Потому они до сих пор и составляют до 15 % всех продаваемых в мире лекарств.

Ошибка 5. Как вынести товар

Торговец Сильван Голдман первую тележку для покупок изобрел в 1936 году. Голдман был владельцем большого продовольственного магазина в городе Оклахома-Сити и заметил, что покупатели отказываются приобретать некоторые товары, потому что их тяжело нести.

Открытие было случайным: не отходя от кассы, Голдман обратил внимание, как одна покупательница поставила тяжелую сумку на игрушечную машину, которую ее сын катил на веревочке. Торговец сперва приделал к обычной корзине небольшие колесики, а потом привлек на помощь механиков и создал прототип современной тележки.

Массовый выпуск этого устройства был начат в 1947 году. А уже изобретение тележки позволило создать новый вид магазина – супермаркет.

Ошибка 6. Радар для вашей пиццы

Известный американский исследователь Перси Спенсер имеет более 120 патентов на изобретения, он – сотрудник одной из крупнейших компаний мирового военно-промышленного комплекса Raytheon... А вот создателем микроволновой печи он стал случайно.

В 1945 году, незадолго до конца Второй мировой войны, Спенсер проводил исследования, ставившие своей задачей улучшить качество радаров. Опыт шел своим чередом. Спенсер прошел перед работавшим излучателем. Всё было в порядке, и он, задумчиво присвистывая, сунул руки в карманы. Что это? Правая рука, едва попав в недра галифе, мягко погрузилась в нечто теплое и неупругое. Оказалось, это

под воздействием излучения расплавился шоколадный батончик.

Спенсер побоялся заходить слишком далеко и выключил прибор – но опыты продолжил. В защитном костюме.

После серии экспериментов была создана первая микроволновая печь, которая весила около 400 килограммов. Ее предполагалось использовать в ресторанах, самолетах и на кораблях – там, где требовалось быстро разогревать пищу.

Медленно, но верно это изобретение шло к частному пользователю. Сегодня многие спорят о разрушении молекулярной структуры продуктов, разогретых в микроволновке, – но печки-то уже стоят на домашних кухнях.

Наши ошибки

Если вы думаете, что в России ничего не изобретали по ошибке, то жестоко и непатриотично ошибаетесь.

Взять хотя бы те же самые булочки с изюмом, случайно изобретенные поваром русского государя. То ли в спешке, то ли просто обладая излишне широкой амплитудой движения, незадачливый пекарь опрокинул в квашню кадушку с изюмом. Сначала бедолага побледнел от ужаса, но морщинистые ягоды выловить из теста было уже категорически невозможно.

Государю это творчество понравилось настолько, что повара даже к награде приставили.

Зарегистрировать авторские права? Получить патент? Нет. Повар, едва закончился правительственный ужин, тут же на радостях отправился в ближайший кабак.

Еще Марк Твен говорил: «Однажды судьба стучится в дверь к каждому человеку, но чаще всего в это время мы сидим в соседнем кабачке и не слышим ее стука». ■

ПОДПИСКА – 2007

Подписка на журнал «Внешнеэкономические связи» оформляется в любом почтовом отделении связи России:

eer WWW.EER.RU ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

по Объединенному каталогу «Пресса России», подписной индекс – **11190.**

по Каталогу Агентства «Роспечать», подписной индекс – **82560.**

Подписка через редакцию

Подписка осуществляется с любого номера и на любой срок. Стоимость редакционной подписки на 1-е полугодие 2007 года (включая почтовые расходы) составляет:

- на территории РФ – 1200 руб.,
- на территории стран ближнего зарубежья – 60 USD,
- на территории стран дальнего зарубежья – 100 USD.

Для оформления заявки свяжитесь с отделом подписки по телефону: (495) 248-37-64 или по e-mail: moscow@eer.ru (контактное лицо – Геннадий Агеев), или подпишитесь через интернет-сайт: http://www.eer.ru

Подписной купон

ФИО _____

Индекс _____ Область _____

Город _____ Улица _____

Дом _____ Корпус _____ Стр. _____ Квартира _____

Номера с _____ по _____

Сумма, оплаченная за подписку _____

Заполненный купон необходимо приложить к оплаченной квитанции

Извещение

ИП Федоренко М.А., ИНН 772771744520
р/с 40802810420000007541 в ВТБ 24 (ЗАО), г. Москва
ИНН 7710353606
к/с 30101810100000000716
БИК 044525716
Плательщик
Адрес

Название платежа	Сумма
Журнал «Внешнеэкономические связи» **номеров**	

Кассир

Подпись плательщика

Квитанция

ИП Федоренко М.А., ИНН 772771744520
р/с 40802810420000007541 в ВТБ 24 (ЗАО), г. Москва
ИНН 7710353606
к/с 30101810100000000716
БИК 044525716
Плательщик
Адрес

Название платежа	Сумма
Журнал «Внешнеэкономические связи» **номеров**	

Кассир

Подпись плательщика

Подписка через агентства:

- **ЗАО «МК-Периодика», г. Москва,** тел. (495) 681-57-15
- **ЗАО «Урал-Пресс», г. Екатеринбург,** тел.: (343) 375-85-82, 375-85-72
- **ООО «Вся Пресса», г. Москва,** тел.: (495) 787-34-49, 787-34-47
- **ООО «Интер-Почта-2003», г. Москва,** тел. (495) 500-00-60
- **ООО «КА «Союзпечать», г. Москва,** тел.: (495) 707-12-88, 707-12-89
- **ООО «Агентство «Артос-ГАЛ», г. Москва,** тел.: (495) 160-58-48, 160-58-56
- **ООО «ЭкспРесс», г. Москва,** тел.: (495) 234-23-80, 783-90-29
- **ООО «Агентство «Коммерсант-Курьер», г. Казань,** тел. (843) 291-09-77

ПОДПИСКА 2007

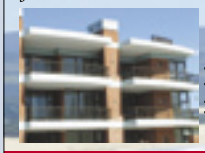
ИНВЕСТИРОВАТЬ В ТУРЦИЮ

ПРОДАЮТСЯ

- ВИЛЛЫ
- УЧАСТКИ
- КВАРТИРЫ
- ГОСТИНИЦЫ

Подробнее по **www.worldmakelaars.com** Тел. **+90 536 562 66 34**

JEFFREYS BAY – ЮЖНАЯ АФРИКА СОЛНЦЕ И ЗОЛОТЫЕ ПЛЯЖИ



Роскошные квартиры от 96 000 евро

Milieu 2000

НЕДВИЖИМОСТЬ • АРЕНДА • БИЗНЕС

Tel. +27(0)42 293 2225 Fax: +27 (0) 42 293 1449
96 Da Gama Road Jeffreys Bay, South Africa
E-mail: jferarri@intekom.co.za Web: www.milieu2000.com

ПЕРВОЕ В МИРЕ БЕТОННО-БРЕВЕНЧАТОЕ ЗДАНИЕ
(сухостойкая древесина Kelo)

НАСТОЯЩИЙ ДВОРЕЦ ИЗ ДЕРЕВА И БЕТОНА

175 КВ.М *МОЖНО ДОСТРОИТЬ **1400** КВ.М*

Участок **10 000** кв.м расположен в г. Коли, Финляндия,
2 км от трассы слалома, 100 м от пляжа.
Сауна на берегу – 87,5 кв.м с джакузи.

http: www.asuntomessuopas.fi (см. Kaikki kolin kohteet № 6 и 13.)
Taisto Lehikoinen
Тел. +358 400 539 221
Taisto.lehikoinen@pp1.inet.fi

Debonair
by
TIRET

NEW YORK • LONDON • PARIS • DUBAI • TOKYO • GENEVA • ST. MORITZ
595 FIFTH AVENUE, NEW YORK / WWW.TIRETNEWYORK.COM