

**☆ АРХИВНЫЙ МАТЕРИАЛ ☆**

Эта статья о предшественнике «Фаворитов Успеха», о бизнес-рейтинге «**Фаворит Олимпа**».

Представленная в материале информация давно утратила свою актуальность, никаким образом не касается рейтинга «Фавориты Успеха» и приводится лишь для истории.

.....



Игорь Литовченко — абсолютный победитель в номинации «Руководитель года»

Привлечение иностранных инвестиций в Украину — дело уважаемое. Не простое, но при этом, можно сказать, очень даже патриотическое. Если вывоз капитала за пределы страны, мягко говоря, не поощряется, то привлечение инвестиций горячо приветствуется. Людей, умеющих привлекать в Украину «европейские миллионы», ценят по высшему разряду.

В минувшую субботу в Театре имени Леси Украинки состоялась церемония награждения лауреатов Всеукраинского бизнес-конкурса «Фаворит Олимпа-2004». Были названы имена украинцев и компании, которые внесли существенный вклад в экономику, культуру и общественную жизнь страны. Определение победителей конкурса впервые происходило по уникальной социометрической методике, разработанной Институтом социологии НАН Украины. Согласно выводам экспертов независимого рейтингового агентства, экспертов Высокого Жюри, медиа-экспертов, экспертов Оргкомитета, интернет-голосования абсолютным победителем в номинации «Руководитель года» был признан президент национального мобильного оператора «Киевстар» Игорь Литовченко. Вскоре после церемонии награждения нам удалось взять у победителя интервью.

— Игорь Владимирович, насколько объективными можно считать награды такого рода?

— Вы знаете, к моему удивлению, ситуация в различных бизнес-рейтингах кардинально меняется. Если до недавнего времени включение руководителя или компании в список номинантов в обязательном порядке предусматривало какой-то денежный взнос, то сейчас нам уже сообщают, что вот, мол, **вы стали победителем в таком-то конкурсе и это при том, что мы не платили ни копейки**. В конце прошлого года «Киевстар» таким образом получил награду «Народное признание» в конкурсе «Брэнд года», теперь — «Фаворит Олимпа». Эта тенденция радует, она гораздо ближе к европейской и международной практике бизнес-рейтингов.

— А что, у «Киевстара» есть опыт участия и в международных бизнес-рейтингах?

— Да, такой опыт есть. «Киевстар» является европейской компанией в полном смысле этого слова. Мы активно привлекаем западные инвестиции, наш ключевой партнер — одна из крупнейших европейских телекоммуникационных групп. Поэтому нас наравне с другими европейскими компаниями включают в списки номинантов международных конкурсов. В 2003 году за выдающиеся рыночные достижения и инновативность «Киевстара» мы получили в Брюсселе Почетную награду Европейского центра рыночных исследований (EMRC). В том же году были награждены золотой медалью французской Ассоциации содействия промышленности SPI. А в прошлом году выпуск корпоративных облигаций (евробондов) «Киевстар» британский журнал Credit признал лучшей сделкой 2004 года, заключенной на растущих рынках.

— Почему лучшей признали именно сделку «Киевстара»?

— Такое решение принимается на основании итогов опроса 94 крупнейших инвесторов из восьми европейских стран и США, ведущих кредитных аналитиков и банковских кредитных консорциумов. Напомню — летом 2004 года мы выпустили облигации на сумму более 266 млн. долл. с пятилетним сроком погашения. Причем на 136 миллионов были выпущены новые бумаги, а на 130 млн. был произведен обмен на «старые» облигации. Несмотря на сложные рыночные условия и нестабильность на рынках стран СНГ, спрос инвесторов на акции «Киевстара» в три раза превысил предложение! А новые бумаги пришлось на долю новых 70 вкладчиков. Это показатель того, насколько нам доверяют!

— Вы упомянули «сложные рыночные условия»... В чем состояла их сложность?

— Один из опрошенных экспертов, управляющий финансами компании Raiffeissen Asset Management Стефан Грюнвальд отметил, что условия для выпуска облигаций были не лучшие, поскольку ликвидность рынка была низкой, а разбирательства с российской энергокомпанией «ЮКОС» спровоцировали нестабильность на рынках стран СНГ. В этих непростых условиях «Киевстар» выглядел достойно. Банкиры отметили, что транзакция была настолько хорошо воспринята рынком, что привела к повышению всей кривой доходности для нашей компании.

Кроме того, в процессе размещения облигаций их годовая доходность вышла на уровень российского «Вымпелкома», имеющего более высокий рейтинг. Для нашей компании выбор столь авторитетного международного жюри стал высокой оценкой нашей работы. Мы стремимся быть максимально эффективными не только в сфере предоставления услуг мобильной связи, но и в динамичном развитии бизнеса компании. Успех размещения наших акций свидетельствует прежде всего о высоком доверии к компании со стороны ведущих иностранных инвесторов, о стабильности и перспективности нашего бизнеса.

— Сейчас на высоком государственном уровне активно звучит тема привлечения зарубежных инвестиций. Ваши дальнейшие шаги в этом направлении?

— Да, сейчас эта тема снова стала одной из самых актуальных в Украине. Но для «Киевстара» она была актуальна с самого начала нашей деятельности. В форме инвестиций за семь лет работы мы вложили в развитие экономики Украины, в развитие мобильной связи у нас в стране порядка 900 млн. долл. Эти деньги были привлечены главным образом из-за рубежа. А совсем недавно, в начале февраля, была организована встреча руководства нашего стратегического партнера — норвежской телекоммуникационной группы «Теленор» — со спикером украинского парламента Владимиром Литвином. На ней обсуждалось дальнейшее инвестирование в украинские телекоммуникации.

— В каких еще международных проектах собирается участвовать «Киевстар»?

— Как раз сегодня, в день вручения награды «Фаворит Олимпа», мы подписали важное соглашение с организатором конкурса «Евровидение» — Европейским вещательным союзом (EBU). Согласно этому соглашению, мы стали официальным международным мобильным оператором и официальным международным спонсором песенного конкурса «Евровидение-2005».

— Почему ваша компания решила стать не просто спонсором «Евровидения», но именно международным спонсором?

— «Евровидение» для украинцев — это прежде всего возможность ощутить себя частью современной новой Европы. И не случайно одним из трех международных спонсоров этого резонансного события стал именно «Киевстар» — одна из тех компаний, которые формируют прогрессивный европейский имидж Украины в мире. Главная идея «Евровидения» — это движение к единому информационному и культурному пространству, будущему не только европейского содружества, но и всего человечества. Эта идея очень созвучна с основным смыслом деятельности телекоммуникаций — преодоление барьеров и границ в общении. Поэтому участие в проведении конкурса «Евровидение-2005» — не только подтверждение нашего стремления к тому, чтобы Украину воспринимали в мире как современную и динамичную страну, но и возможность сделать свой вклад в общение и взаимопонимание между народом Украины и народами других европейских стран.

— Что еще, кроме призов, предоставит «Киевстар» гостям и участникам «Евровидения»?

— Подписанию соглашения со стороны компании предшествовали более пяти месяцев подготовительной работы. Благо, опыт у нас есть — в минувшем году мы были официальным спонсором украинской олимпийской сборной и официальным партнером Национального олимпийского комитета. Для «Евровидения» специалисты «Киевстара» разработали специальную дополнительную коммуникационную программу «Украина — сердце Европы». Она нацелена на то, чтобы донести ощущение атмосферы конкурса до каждого украинца, чтобы все желающие имели возможность почувствовать себя причастными к этому празднику музыки.

Компания станет полноценным партнером конкурса «Евровидение-2005» и сделает все для того, чтобы он стал действительно памятным событием для большинства жителей Украины. Наши усилия оценил и директор телевизионного департамента Европейского вещательного союза Бьорн Эриксен, представитель организаторов конкурса. Он отметил, что спонсорство такого значимого международного конкурса, как «Евровидение», — это не только вопрос престижа, но и высокая ответственность. И определение спонсоров — вопрос не только финансовый: проводился очень серьезный отбор, учитывалась прежде всего репутация компании, ее статус на национальном и международных рынках, а также популярность у потребителей. После тщательной проверки и взвешивания всех «за» и «против» организаторы конкурса убедились, что «Киевстар» отвечает самым жестким требованиям по всем этим критериям.

— Возвращаясь к вашей победе в конкурсе «Фаворит Олимпа» и перефразируя известную поговорку, можно сказать, что каждый успешный руководитель успешен по-своему. Скажите, в чем успех руководителя Игоря Литовченко?

— Секрет моего успеха в том, что на 90% он состоит из успеха той команды, в которой я работаю. Собрать, организовать коллектив, нацелить его на результат тоже достаточно непросто. Однако если изначально команда подобрана правильно, в дальнейшем это уже живой организм, который саморазвивается. Другими словами, мой успех — это успех «Киевстара».

А высокие достижения крупной компании, работающей на высокотехнологичных рынках — на таком, например, как сотовая связь, — определяет ее современность. Современность во всем — в технологиях, методах управления, финансовых инструментах... Могу с уверенностью сказать, что компания «Киевстар» в этом плане очень современна. И, смею надеяться, мой стиль руководства тоже вполне соответствует духу времени. Иначе бы мы просто об этом не беседовали.

— Быть современным — это значит быть еще и молодым... Ваши сотрудники молоды?

— Да, «Киевстар» — это успешная, крупная, но весьма еще молодая компания, и коллектив у нас тоже молодой — средний возраст сотрудников порядка 35 лет. Это возраст амбиций, динамики и успеха. Посмотрите на мировой бизнес — у руля многих компаний с мировым именем стоят молодые люди. Высокий профессионализм, хорошее образование, знание языков ставит наш коллектив в ряд современных европейских компаний. Мобильная связь — интернациональный бизнес, и мы добились того, что украинскую компанию «Киевстар» европейское бизнес-сообщество воспринимает как равную среди равных.

— Сейчас ваши высказывания напоминают слова не столько бизнесмена, сколько политика...

— Вы знаете, я был и остаюсь бизнесменом. Украинским бизнесменом. И мне хочется, чтобы словосочетание «украинский бизнесмен» вызывало в мире такое же уважение, как и «британский бизнесмен», «немецкий бизнесмен». Но любой предприниматель знает, что такое шанс, который дается один раз. Если рассматривать наше государство как экономическую единицу, то для страны в настоящее время сложилась как никогда благоприятная рыночная ситуация. Сейчас, когда популярность бренда «Украина» в мировом сообществе находится на пике, нашему государству самое время набирать высоту.