



Эдди Астанин, Председатель Правления НКО ЗАО НРД

Уже много лет специалисты, работающие на рынке ценных бумаг, получают журнал «Депозитарий». Его первые выпуски появились в далеком 1997 г. — в период становления инфраструктуры, когда фондовый рынок остро нуждался в профессиональной информации. При сегодняшнем многообразии источников информации и возможности оперативного ее получения **многие ставят под сомнение жизнеспособность печатных изданий**. Об особенностях современного информационного пространства мы беседуем с Председателем Правления НКО ЗАО НРД Эдди Астаниным.

**Эдди Астанин:**

## «Общение и коммуникации — важнейшие условия ведения бизнеса»

**— Эдди Владимирович, помимо профильных функций, Национальный расчетный депозитарий выполняет еще одну, издательскую — выпускает журнал «Депозитарий». С какой целью?**

— Любые решения (в бизнесе или в какой-либо иной сфере) изначально базируются на исходной информации. Если информации недостаточно или она некачественная, то решения неизбежно будут искажены. Поэтому общение и коммуникации — это важнейшие условия ведения бизнеса.

Депозитарная индустрия, при всей своей специфичности, очень важна, поскольку имеет системообразующее значение. Журнал «Депозитарий» как один из способов профессиональной коммуникации, безусловно, занял в ней свою нишу. Другое дело, что по мере развития рынка концепция издания должна меняться, чтобы соответствовать требованиям читателя. Однако следует постоянно помнить, что изменения должны происходить естественно. Нет смысла заполнять издание нерелевантной информацией.

**— Ваше отношение к журналу менялось за время работы в НРД?**

— Изначально, придя в организацию в 2004 г., я недооценивал «Депозитарий», хотя он и появился с подачи Андрея Андреевича Козлова. Именно он был идеологом журнала. НРД (тогда еще НДЦ) он рассматривал как методологический центр развития депозитарной деятельности для всего российского рынка. Соответственно, «Депозитарий» должен был играть роль публич-

ной части этого проекта, коммуницирующей с внешним миром. Я же, признаюсь, придавал этому изданию как средству коммуникации и развития бизнеса не очень большое значение. Но с тех пор моя позиция сильно изменилась — в сторону более высокой оценки значимости журнала. Не потому, что я стал руководителем компании, выпускающей это издание, а потому, что такая оценка объективна. По опыту общения с нашими клиентами я достоверно знаю, что спрос на данную информацию есть. Высказывались даже пожелания расширить поле деятельности «Депозитария». В любой компании есть фронт-офис, бэк-офис — каждому из них требуется своя информация. Потребность в различной информации о Группе ММВБ — торговой, депозитарной, клиринговой — существует.

**— Но у НРД есть сайт, где представлено огромное количество информации, причем она быстро обновляется. Какова при этом значимость печатного издания, по определению не столь оперативного?**

— Журнал и сайт — разные каналы коммуникации. Сайт отражает только технологическую часть информации, в чем-то формализованную, иногда рекламную. Там может появиться анонс конференции, пресс-релиз о новом продукте, другие сообщения подобного рода, в значительной степени предназначенные для дальнейшей обработки. Сайт более структурирован, более формализован. А вот обмен информацией, аналитика и ее интерпретация, персонифицированное высказывание — словом, материалы, в которых было бы место

оценкам и эмоциям, — в формате сайта невозможны. Чтобы что-то прокомментировать, высказать идею или вступить в диалог, нужен журнал. Журнал — более кастомизированный способ общения с рынком, нежели сайт. Он тоже дает нужную информацию, но иного рода. Однако, повторюсь, для того чтобы выполнять эти функции, журнал должен отвечать читательским ожиданиям.

**— Вы отслеживаете материалы блогах? Как Вы оцениваете такой формат подачи информации об инвестсообществе?**

— В последнее время обращаюсь, например, к Finparty раз в два-три дня. Там много интересной информации о рынке, причем такой, которую нельзя получить из других источников. Это информация о неформальных событиях, об общении — словом, та сторона жизни профессионального сообщества, которая в официальных релизах отсутствует.

**Журнал — более кастомизированный способ общения с рынком, нежели сайт. Он тоже дает нужную информацию, но иного рода.**

Сообщество у нас достаточно небольшое, в его неформальной жизни ощутим оттенок клубности. Хотя все равно Finparty — это про бизнес, он же не про частную жизнь. Но это неформальная часть бизнеса, она создает комфортную среду для коммуникаций. Можно сначала десять минут поговорить о погоде, об отпуске и т. д., затем обсудить бизнес, а потом снова расслабиться и поговорить, например, о последней театральной премьере. И такой разговор будет правильным и информативным, несмотря на его кажущуюся неформальность. Это тоже часть бизнеса, просто в определенных ситуациях более комфортная. Такая неформальная подача информации — интересный формат.

**— Говорят, что человек есть то, что он ест. Правильно, наверное, также утверждать, что человек есть то, какую информацию он потребляет. Какой информацией «питается» Вы?**

— Работа занимает, наверное, 75—80% моего времени. Потому что современные средства коммуникации позволяют принимать решения и транслировать их, находясь вне офиса. Эта возможность постоянно держать руку на пульсе вызывает критику со стороны моей супруги, поскольку она считает, что я не отдыхаю никогда.

Какая информация меня в это время интересует? Безусловно, в первую очередь новости — политические и экономические. То, что происходит в индустрии, и то, что может на нее повлиять. Новости глобальной индустрии, скажем, релизы агентства Tomas Murray: какие сервисы ввел тот или иной депозитарий, с какими проблемами он столкнулся и т. д. Безусловно, интересует российская политическая информация: что происходит и как это повлияет на бизнес, на законодательство. Слежу за развитием концепции международного финан-

сового центра и за всем, что с этим связано. А также за состоянием мировых финансов, конечно.

Мне очень интересны книги и статьи о бизнес-лидерах — об их поведении, о том, как они создавали себя, как на них влияли внешние обстоятельства. Пытаюсь понять, как бы я действовал в их ситуации. Есть люди, с которыми можно себя сопоставить, тут исторический масштаб не так важен.

**— В каких формах и по каким каналам Вы получаете нужную информацию?**

— В первую очередь через Интернет. Это новостные сайты, электронная почта, архив документов. Когда еду в машине, часто слушаю Business FM либо радио Relax FM. Если попадаются хорошие аудиокниги, то с удовольствием их слушаю. Последняя прослушанная книга — «Победитель» Джека Уэлча.

Плюс личные коммуникации. Это менее формализованный и менее структурированный канал, но он информационно наиболее богатый. Личное общение предоставляет самый большой объем информации для принятия решений.

**— А социальными сетями пользуетесь?**

— Для меня роль социальных сетей не велика. Я зарегистрирован в Facebook, например, но захожу туда не часто. Изредка читаю френдленту, а пишу в нее еще реже. Этот формат мне не близок.

**— Дайджесты просматриваете?**

— Безусловно. Есть ежедневный дайджест Группы ММББ, глобальный дайджест НРД, который выходит раз в неделю. Если в середине недели что-то пропустишь, то он обязательно восполнит пробел.

**— Вы сказали, что читаете книги о бизнес-лидерах...**

— Меня интересуют книги о лидерах вообще. Это может быть политик, религиозный деятель, военный. Методы и законы управления, применяемые в разных социальных стратах, в целом похожи.

**— Когда и почему Вы почувствовали потребность в информации такого рода?**

— Когда стал руководителем. До этого я был заместителем директора. И много раз читал, что заместитель и собственно руководитель — это два абсолютно разных мироощущения, две разные позиции и два абсолютно разных круга обязанностей. Хотя вроде бы между этими должностями всего шаг или даже полшага. Но потом, когда я сделал эти полшага, то понял истину этого высказывания. Кардинальное изменение статуса спроводило потребность в информации о том, как можно справиться с новыми вызовами. Это внутренняя естественная потребность, никем не навязанная.

**— Испытываете ли Вы потребность в чисто развлекательной информации?**

— Нет-нет, у меня, к сожалению, слишком мало времени, чтобы тратить его на такие вещи. Хорошо, если

есть время просто почитать книгу — не электронную, а обычную. Читаю в основном в командировках. Поэтому люблю длинные перелеты: в это время могу просто почитать интересную книжку, на которую в обычном режиме времени не хватает.

#### — Если выстроить иерархию занятий в свободное время, что для вас важнее всего?

— Спорт и путешествия. Я люблю спорт с детства, все школьные годы занимался плаванием. Мой уровень — между 1-м разрядом и кандидатом в мастера спорта. Когда учился в Военно-космической академии им. Можайского, занял 3-е место на первенстве по плаванию Ленинградского военного округа, выступал за сборную Можайки. Увлекался рукопашным боем. Сейчас минимум два раза в неделю хожу в фитнес-клуб, чередую плавание, кардиопрограммы и силовые тренировки. Правильно было бы заниматься каждый день, но тратить столько времени на спорт не могу себе позволить.

Летом на даче люблю потаскать тачку с песком или попилить деревья — это тоже физические упражнения. В любом случае все интересные мысли приходят ко мне в те моменты, когда я физически активен. Энергию для выработки идей дает движение.

#### — А чем хороши путешествия?

— Путешествия — тоже элемент активного отдыха и возможность сменить обстановку. Уехать из Москвы даже на два дня — это равноценно неделе вне офиса, если не уезжаешь. Смена обстановки настолько расслабляет, что восстановиться можно быстро. Короткие путешествия возможны в пределах Европы. Всег-

да интересно посетить новые места, желательно с семьей.

Неевропейские страны тоже интересны, но такие поездки требуют больше времени, выходных на это не хватит, надо тратить часть отпуска. Я считаю, что если есть возможность, то отдыхать нужно часто. Пусть понемногу. А отпуск позволяет передвигаться на большие расстояния. Поэтому стараюсь поддерживать баланс между частными поездками на небольшой срок и более длительными путешествиями во время отпуска.

#### — Какие у Вас любимые города и страны?

— Я очень люблю Испанию и Швейцарию. Мне также нравится Австралия (но туда не наездиться) и Дальний Восток. Швейцария привлекательна чистотой и отрегулированностью, балансом между продуманностью и комфортом. Но и Англия, и Италия, и скандинавские страны — везде интересно. В Испании мне очень нравится Барселона — море, архитектура. Испанцы кажутся мне людьми, комфортными в общении. Мы же за них воевали в 30-е годы!

Вообще, отдыхаешь только тогда, когда посещаешь новые места. Если в один и тот же город, даже очень красивый, ездить постоянно, то на третий-четвертый раз возникает ощущение, что находишься там, откуда приехал. В целом летом предпочитаю отдыхать там, где есть море и солнце. А зимой — там, где можно ходить на лыжах и вообще заниматься спортом. Обычно, отправляясь в отпуск, мы не заказываем экскурсии в агентстве: берем машину напрокат, покупаем путеводитель — и это дает возможность свободы передвижения. Можно поехать куда хочешь. Было бы желание и время. ■



**Сергей Бережной**  
Генеральный директор  
Computershare в России

▶ Искренне поздравляем коллектив журнала «Депозитарий» с юбилейным, 100-м выпуском. На сегодняшний день ваш журнал является одним из наиболее профессиональных изданий, освещающих отечественный рынок ценных бумаг, а также важнейшим средством взаимодействия между участниками рынка. Выпуск 100-го номера журнала «Депозитарий» — это абсолютный показатель качественного и востребованного издания. Мы же-

лаем команде журнала профессиональных успехов, динамичного развития, финансового процветания и постоянного роста читательской аудитории. С нетерпением ждем выхода 200-х и 300-х выпусков. ■



**Михаил Братанов**  
Директор Департамента «Депозитарий»  
ОАО АКБ «РОСБАНК», Руководитель SGSS  
в России и СНГ

▶ Я помню момент, когда запускался этот журнал, — и вот уже 100-й, юбилейный номер. Время бежит быстро. Тем не менее, несмотря на уже солидный возраст журнала, хо-

телось бы отметить тот факт, что он регулярно выходит в свет и обычно содержит актуальные, а порой весьма полезные и, я бы даже сказал, познавательные материалы. Это говорит о том, что в отрасли есть интересные и злободневные темы, и журнал как отражение отрасли весьма востребован соответствующей аудиторией профессионалов. Хотелось бы от всей души пожелать журналу, да и НРД как флагману индустрии, в дальнейшем сохранить взятую высокую планку, а именно: интересного содержания статей, обзоров, аналитики, которые обычно представлены в издании. Также желаю журналу продолжать успешно развивать элементы креативности в оформлении номеров, которые были присущи журналу все последние годы (я имею в виду различные конкурсы фотографий на обложки и пр.), а также всегда видеть дальнейшие перспективы развития. ■