

Ежегодно десятки тысяч россиян становятся жертвами преступлений, происходящих на семейно-бытовой почве. Чаще всего это побои, изнасилования и даже убийства. А термин «бытовуха» уже давно прижился в нашем лексиконе. К сожалению, до сих пор преступления на бытовой почве остаются неразрешенной проблемой, с которой очень сложно бороться.

НЕ БУДЬТЕ БЕЗУЧАСТНЫМИ!

Истоки бытовой преступности — в снижении жизненного уровня значительной части населения, безработице, недостатке культуры и, безусловно, в алкоголизме. Ведь более половины таких преступлений совершается людьми в нетрезвом состоянии. Вот недавний пример.

3 мая пятидесятилетняя жительница одной из деревень Троснянского района накрыла праздничный стол: в гости зашел родственник, живущий по соседству. Выпили, потом еще.... А потом, как говорится, что-то не поделили... Гость схватил со стола нож и ударил им хозяйку в грудь. К счастью, женщина осталась жива.

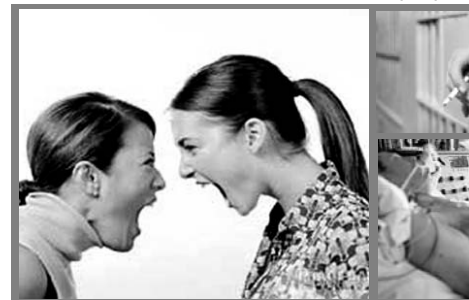
В этом году в нашей области зарегистрировано около 250 бытовых преступлений.

— Так называемая «бытовуха» составляет около 60 процентов от общего количества преступлений, в том числе и убийств, — рассказал старший участковый уполномоченный Советского РОВД Андрей Полосков. — Зачастую орудием преступления становится любой предмет, который попадает под руку: кухонные ножи, топоры, бутылки, табуретки. Причины конфликтов самые разнообразные — от хозяйственных споров до ревности.

Если раньше основная часть таких преступлений совершалась в городах, то теперь этому больше подвержены сельские районы. Самый острый всплеск «бытовухи» приходится на новогодние и майские праздники. Связано это с многодневным отдыхом (для

кого-то — длительный период возлияний).

Профилактике бытовых преступлений правоохранительные органы уделяют большое внимание. Ужесточен спрос с участковых уполномоченных, в чьи функциональные обязанности входит профи-



лактика таких преступлений. В отношении сотрудника, на территории которого произошло бытовое убийство, обязательно назначается служебная проверка.

К сожалению, этих мер недостаточно — и не всегда по вине милиции, ведь у органов внутренних дел нет эффективных инструментов воздействия на тех, кто склонен к совершению преступлений. Раньше участковый мог посадить дебошира на 15 суток за хулиганство. Такая «перспектива» многих хулиганов приводила в чувство. Теперь все иначе.

В деле профилактики правонарушений, совершаемых алкоголиками, ситуация тоже непростая. Меры, которые мог бы применить милиционер для воз-

действия на пьяниц, нормативно не определены. Лечение теперь происходит только на добровольной основе. А много ли добровольцев среди алкоголиков?

— К сожалению, люди порой безучаст-

ны к горю своих соседей и даже родственников, — продолжает участковый уполномоченный Андрей Полосков. — Они не хотят

участвовать в решении проблемы, отказываются быть понятыми или свидетелями. Складывается парадоксальная ситуация: мат и грохот ломающейся мебели мешают спать нескольким этажам, но у жильцов не возникает к скандалисту никаких претензий. Они могут даже содрать, что ничего не слышали... Правоохранительным органам сложно вести работу, если население равнодушно к проблеме бытовых преступлений. Поэтому убедительная просьба к гражданам: если в вашем доме появился притон и вы, выходя во двор, видите шприцы или пустые бутылки, если вы знаете, где продают самогон и кто совершил какое-либо преступление, сообщите об этом в милицию. Нелишним будет выбрать старшего по дому и по подъезду: большую роль в поддержании порядка и оказании влияния на шумных соседей могут сыграть отставные военные и пенсионеры правоохранительных ведомств. А члены добровольных народных дружин уже помогают милиции в профилактике бытовых преступлений. Неудивительно, ведь мы все заинтересованы в том, чтобы на наших улицах был порядок. Но сначала нужно навести порядок в своем доме.

Сергей БЫКОВСКИЙ.

ВСТРЕЧА В МУЗЕЕ

В музее акционерного общества «Орлэкс» по инициативе подразделения по делам несовершеннолетних Советского РОВД Орла состоялась встреча работников завода с учащимися средней школы № 47.

Помощь в организации мероприятия оказали администрация Советского района, а также союз женщин и союз работников культуры. Встреча была приурочена к Международному дню семьи.

Есть среди учеников 47-й школы так называемые «трудные» подростки и ребята из семей, в которых родители не слишком озабочены воспитанием своих детей. Поэтому целью мероприятия было приобщение молодых экскурсантов к настоящему жизненным ценностям, знакомство с работой большого трудового коллектива. По мнению Светланы Кугушевой, начальника отдела по делам несовершеннолетних Советского РОВД, проведенная на заводе экскурсия должна помочь подросткам в выборе будущей профессии.

— Не так много сегодня предприятий, которые способны принять молодежь, познакомить с историей завода, рассказать о его гордости — людях, — говорит Александра Семенова, директор народного музея ЗАО «Орлэкс». — Подобные встречи помогают подросткам разбираться в том, как устроена жизнь.

Благодаря таким урокам не только милиция, но и общественные организации, и предприятия помогают бороться с подростковой преступностью, ведь очень часто ее истоки — в нашем невнимании к детям.

Пресс-служба УВД.

ИЗ ПЕРВЫХ РУК



— Каковы, на ваш взгляд, особенности национального розничного бизнеса?

— На сумасшедшей скорости по разбитой дороге. Что в переводе на язык экономистов означает «ускоренное прохождение различных фаз кредитования в условиях недоразвитой инфраструктуры». Российский розничный бизнес находится в самой активной фазе — 100% ежегодный рост! Сейчас российские банки по размаху потребительского кредитования идут вровень со странами Восточной Европы и, я думаю, в недалеком будущем окажутся на равных и с развитыми странами.

Что касается проблем с инфраструктурой (тех самых разбитых дорог, по которым приходится ехать), то речь идет о ее неразвитости на уровне страны: отсутствие нормально функционирующих кредитных бюро, больших коллекторских агентств, адекватной законодательной базы и эффективной судебной системы. Поэтому потенциал нашего розничного бизнеса задействован, конечно, не в полном объеме.

Владимир Голубков: "Банк заинтересован в том, чтобы человек заплатил, а не в том, чтобы утопить его штрафами и пенями"

Потребительское кредитование в России достигло небывалого размаха и берет одну высоту за другой. Настоящее — за автокредитованием, будущее — за ипотекой. Как при этом обойти конкурентов, рассказывает заместитель председателя правления Росбанка Владимир Голубков.

— Сейчас российские банки остро конкурируют в автокредитовании. Как Росбанку удалось обойти соперников?

— Мы точно определили сегмент для работы, сделали ставку на кредитование покупок автомобилей отечественного производства и на недорогие машины зарубежных производителей. Выбранная ниша характеризуется высоким, но не очень платежеспособным спросом со стороны той части населения, которую мы хорошо знали по опыту экспресс-кредитования. Сначала человек покупает телевизор, холодильник, потом задумывается об автокредитовании. При этом конкуренция со стороны иностранных производителей, большинство из которых имеют свои программы финансирования, в этом сегменте не ощущается.

— После автокредитования на подходе ипотека. Вы разделяете мнение вице-премьера Александра Жукова о том, что «для большинства наших сограждан ипотека остается недоступной»?

— Для банка ипотека — надежное, длительное вложение средств, обеспеченное залогом и не требующее высоких

затрат после выдачи, для заемщика — замечательный способ решить жилищные проблемы. За ипотекой в нашей стране большое будущее. Нынешняя ситуация, когда 95% жилья покупается за наличные, долго существовать не может.

В широком смысле ипотека, может быть, и недоступна, но по нашему опыту — Росбанк с октября начал целенаправленно заниматься ипотечным кредитованием в 30 регионах. Могу сказать, что реальность опережает ожидания. План по ипотеке на сегодняшний день в полтора раза перевыполнен. Возможно, вице-премьер, так же, как и мы, недооценил спрос.

— И как вам удается проскальзывать между Сциллой и Харибдой потребительского кредитования — между ростом объемов и усилением рисков?

— Бизнес — это всегда риск. Если ты правильно оценил соотношение между риском и доходом, ты пройдешь между Сциллой и Харибдой и ты — успешный бизнесмен. Первое, что мы сделали, это перешли к менее рискованному кредитованию. Выражаясь жаргонным языком, «переложились в портфель автокредита». Если на начало 2005 года основной

объем нашего кредитования составляли экспресс-кредиты, выдаваемые в магазинах, то к концу года половина наших кредитов были автокредиты. За нами около 17% рынка и первое место по России. С одной стороны, нас к такому решению подтолкнула агрессивная политика торговых сетей, а с другой стороны, помог анализ ситуации и тенденций на рынке. Мы можем позволить себе активно развивать менее рискованные направления розничного бизнеса, поскольку у нас есть инфраструктура в виде отделений по всей территории России и наш продукт, соответственно, продается по всей стране.

— Как вы работаете с проблемными кредитами?

— У нашего банка есть «дочка» — коллекторское агентство, которое занимается взысканием долгов. Агентство эффективно работает с судебной системой. Есть несколько пилотных проектов с внешними агентствами. При этом не надо представлять коллекторские агентства в виде группы ребят с бейсбольными битами, которые ходят по домам, выбивая деньги. Кстати, 40% мошенничества приходится на Москву, при том что московский портфель не превышает 22% от общего объема кредитова-

ния. А самые добросовестные заемщики живут в Поволжье и Центральной России. Там на сегодняшний день самый низкий процент мошенничества в нашей сети.

Способы работы агентств достаточно стандартны. Большинство должников — люди, не рассчитавшие своих финансовых возможностей или пережившие так называемый социальный дефолт. В отношении них предпринимаются различные меры, например, реструктуризация задолженности, удлинение сроков и т.д. Банк заинтересован в том, чтобы человек заплатил, а не в том, чтобы утопить его штрафами и пенями.

— Какова стратегия Росбанка в сфере розничного бизнеса?

— Назову три постулата нашего бизнеса: активная продажа банковских продуктов, приоритет обеспеченных кредитов и контроль рисков в собственной сети. Розница — локомотив, рабочая лошадка, которая тащит за собой сеть. Используя эту стратегию, в прошлом году мы вышли на третье место в России по объему розничного кредитного портфеля.

Беседовала
Ольга КИСЕЛЕВА.