

ВСТРЕТИЛИСЬ, ПОГОВОРИЛИ... МНОГИЕ ЛЮДИ СЧИТАЮТ, ЧТО НА ЛЮБЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ ХОДЯТ ТОЛЬКО ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ НАЙТИ ЧТО-ТО ПОЛЕЗНОЕ ДЛЯ СВОЕГО БИЗНЕСА. ДЕЙСТВИТЕЛЬНО, ПОРОЙ ДАЖЕ НА ВЕЧЕРИНКАХ И ВСТРЕЧАХ С ДРУЗЬЯМИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ РЕШАЮТ ДЕЛОВЫЕ ВОПРОСЫ, НО ЭТО НЕ ВСЕГДА ЯВЛЯЕТСЯ ДЛЯ НИХ ПРИОРИТЕТОМ. МАРИЯ ФАДДЕЕВА

Когда человек занимается бизнесом, его психика изменяется. Сначала в одну сторону — он начинает рассматривать все явления, события и людей, включая членов собственной семьи, как что-то полезное или «вредное» для собственной компании. Потом процесс идет в обратном направлении — человек бежит от господства работы в его жизни и ищет во всем окружающем его многообразии то, что с бизнесом не связано. Вторая стадия изменения предпочтений, естественно, наступает только у тех, кто уже добился успеха. В зависимости от того, какие мотивы превалируют у бизнесмена, меняется и перечень тех тусовок и мероприятий, которые он посещает.

УЗКОПРОФИЛЬНЫЕ ФОРУМЫ Существуют сугубо профильные мероприятия, на которые ради развлечения не ходят. Такие встречи есть почти во всех сферах бизнеса: выставки проектов для девелоперов и строителей, облигационные форумы для банкиров и тому подобное. Большинство топ-менеджеров и собственников считают подобные мероприятия полезными и посещают их по нескольким причинам. Эдуард Пичугин, совладелец «Россинема инвест» и основатель «Кронверк Синема», считает, что таких причин как минимум две: «50% — это имидж, еще 50% — оптимизация логистики. Особенно полезны американские, европейские и отечественные международные форумы. В моей отрасли это, к примеру, „КиноЭкспо“, „Кинорынок“ и т. д. Дело в том, что у участников рынка катастрофически не хватает времени для общения друг с другом и с контрагентами. А там можно все это получить в концентрированном виде. Это такая «точка общения» — не надо по всему городу ездить, не надо по России или по всей планете летать. Ты сам и все, кто тебе нужен, уже прилетели в одно место, где за день можно обсудить и решить много вопросов. Нагрузка, конечно, большая получается, но и экономия времени колоссальная. Вы получаете дополнительную возможность общения с теми, с кем никак не могли собраться встретиться. Что касается имиджа, важно, чтобы все знали, что ты в теме, что ты на плаву, что ты еще в бизнесе».

ШИРЕ — НЕ ЗНАЧИТ ПОЛЕЗНЕЕ В меньшей степени полезными для бизнеса считаются межотраслевые мероприятия — такие, как Международный экономический форум в Петербурге или Лондоне. Для большинства частных предпринимателей, работающих не на основе частно-государственного партнерства и не за счет преимущественно иностранных инвестиций, экономическая эффективность подобных мероприятий сомнительна.

Декларируемые достижения экономических форумов — количество заключенных на форуме сделок и их общая сумма. К примеру, на последнем Экономическом



АУКЦИОН «ГОГОЛЕВСКАЯ АЗБУКА» СТАНОВИТСЯ ПОПУЛЯРНЫМ МЕСТОМ ВСТРЕЧ ПЕТЕРБУРГСКОГО БОМОНДА

форуме в Петербурге таких сделок было официально заключено более чем на \$13 млрд. Но большинство бизнесменов уверены, что сделки к форуму «прицеплены» искусственно. Георгий Семененко, генеральный директор Кировского завода, считает, что заключить сделку на таком важном и освещаемом всеми СМИ событии — это престижно и вызывает общественный резонанс. С ним согласен Денис Литов, председатель совета директоров компании «Прагма», который отметил, что крупная сделка никогда не будет заключена, как результат любви — «с первого взгляда на выставочный стенд». Каждому серьезному соглашению предшествует многомесячная подготовка.

Многие петербургские предприниматели считают походы на подобные форумы малоэффективными, в том числе и из-за недоступности VIP-персон. «На таких мероприятиях, как Петербургский экономический форум, организаторы не делают ничего, чтобы люди могли пообщаться. Что мне с того, что я пришел на Экономический форум? Все равно у меня не будет возможности пообщаться с Кудриным. А посмотреть, как он говорит со сцены я смогу и потом, по телевизору. Или в газетах прочитать. Если на подобной тусовке была бы организована хотя бы свободная

дискуссия с вопросами „из зала“ — уже было бы больше пользы», — говорит Виталий Новиков, директор Санкт-Петербургского филиала Sellers (бывшее «Севверсталь-авто»).

Денис Литов в качестве причины, почему на Экономический форум в Петербурге ему ходить не интересно, называет некомфортные условия: «Нет никакого помещения, где можно было бы посидеть, поговорить на интересные тебя темы с другими участниками форума, попить кофе или шампанского, причем не из пластиковых стаканчиков. Тем более что те, кто действительно нужен бизнесменам, с кем хочется поговорить, высказать какие-то предложения и пожелания, как правило, собираются отдельно, в помещениях, куда простым посетителям форума доступа нет». В противовес Петербургскому форуму лондонский, наоборот, изобилует общественно-социальными событиями: ежедневные фуршеты с коллективным распитием алкогольных напитков, концерты, званые обеды, вечера джаза и тому подобное. Но среди посетителей Лондонского форума петербуржцев относительно немного.

Тем не менее такие форумы собирают тысячи участников. Видимо, некоторые предприниматели все же считают участие в них полезным. В первую очередь это те,

кто работает с государством, а также посредники между властями и частным бизнесом, так называемые экономические сводники.

Эдуард Пичугин видит еще один вариант извлечения пользы из межотраслевых форумов: «Участие в подобном мероприятии может быть хорошим поощрением для топ-менеджера, ведь это условно-полезные, одновременно и деловые, и развлекательные мероприятия. Для компании такие затраты будут отнесены на себестоимость, а менеджмент получит и отдых, и свежие мысли. Хотя в кризис это все, конечно, не очень актуально — подобные расходы корпораций урезаются в первую очередь».

Игорь Водопоьянов, управляющий партнер УК «Теорема», иронично отзывается о пользе таких событий для малых предпринимателей: «Для малого бизнеса Экономический форум, безусловно, полезен: можно там, скажем, пирожки продавать, извозом заниматься...»

ПОТЕХЕ ЧАС Весьма посещаемой в деловой среде тусовкой стали благотворительные рождественские аукционы серии «Азбука» по продаже картин — этаким оригинальным способом совмещения бизнеса, благотворительности и пиара.