

бывания, либо „мобильный + услуги роуминга“, либо решение на базе технологии SIP, что дает возможность использовать телефонный номер через любой канал в интернет».

В «Смарт Телекоме» пояснили, что поскольку на виртуальном номере можно реализовать практически любой алгоритм доступности номеров, это обеспечивает компании гибкое управление ситуацией и удобное решение любых задач связи, а сотруднику позволяет быть всегда доступным по привычным номерам без увеличения затрат на связь. «Сейчас, с повсеместным развитием интернета, общение с сотрудниками и партнерами в других городах или странах, дистанционное решение рабочих задач перешли из разряда „диовинки“ в повседневный, всем привычный процесс, позволяющий организовать удобные для всех как аудио-, так и видеоконференции», — отмечают в компании.

ПОТРЕБИТЕЛИ В ЗАДУМЧИВОСТИ

Пользователи склонны использовать все возможные варианты связи, комбинируя их в зависимости от географических и ценовых условий.

«У сотрудников большинства международных компаний, имеющих предприятия, представительства и партнеров в различных регионах России и странах СНГ, соответственно, много командировок. В отношении коммуникаций нужно, впрочем, различать не столько коммуникации внутри страны и за ее пределами, сколько коммуникации внутри компании и вне ее», — считает эксперт в области GR Антон Рассадин. Он отмечает, что внутри международных компаний часто есть широкий спектр доступных технологий, включая онлайн-, видео- и телефонные конференции. Это означает, что где бы ни находился сотрудник, он везде может воспользоваться возможностями внутрикорпоративных коммуникаций и связаться со своими коллегами. «Развитие этих технологий позволяет в значительной степени сократить расходы на командировки — при заполнении заявки на командировку сотрудник зачастую должен указать причину невозможности использования средств связи и обосновать необходимость личного присутствия», — подчеркивает Рассадин.

Эксперт поясняет, что если говорить о коммуникации с внешними партнерами, то из-за закрытости внутрикорпоративных каналов передачи данных, это преимущественно стандартные средства связи, и в первую очередь телефония — стационарная и мобильная. Господин Рассадин полагает, что корпоративная связь может быть организована, например, так, что в зависимости от производственной необходимости сотрудники обеспечиваются устройствами связи: телефонами, смартфонами и планшетами, подключенными к различного вида тарифам. Например, бывают люди на производстве, которые должны быть всегда на связи, но только внутри предприятия, и у них подключен именно такой вид тарифа — без возможности внешних звонков. Тем же, кто часто отсутствует на рабочем месте по производственной необходимости, компания предоставляет мобильную связь, позволяющую совершать любые звонки. Естественно, для снижения стоимости мобильной связи в корпоративных тарифах подключаются различные опции, которые позволяют оптимизировать расходы на голосовую связь и передачу данных, в особенности в роуминге.

ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

«Для коммуникации с сотрудниками мы используем почту, Skype, другие IP-телефоны и мессенджеры (Viber, WhatsApp, „Мультифон“ и другие). Для планирования и работы над проектами — Basecamp. Если что-то катастрофически срочное, сотрудники бросают мне SMS на российский номер, я отвечаю оперативно», — рассказывает Павел Житнюк, управляющий партнер PR и маркетингового агентства iTrend (компания базируется в Петербурге, а ее руководители работают из Австралии). Он поясняет, что с клиентами ситуация примерно такая же, поскольку в основном это IT-компании. Там люди, как правило, привычны к онлайн-общению, и недоумения это не вызывает. Для решения вопросов, которые все-таки требуют личного присутствия, в компании, естественно, есть генеральный директор, который физически находится в Петербурге.

«Для международных компаний, где общение осуществляется на нескольких языках, письменные виды коммуникации оказываются более надежными и удобными. Особенно это касается российских поставщиков и партнеров, которые не всегда владеют иностранными языками или которым необходимы услуги переводчика», — считает Антон Рассадин. «Если же речь идет о голосовых коммуникациях внутри компании, то на первом месте по популярности идет стационарная телефонная линия, в том числе конференц-связь (особенно с использованием интеллектуальных систем телефонии, дающих такие возможности, как автоответ при отсутствии на рабочем месте, отсылка текстовых сообщений, переадресация звонков, телефонный справочник), на втором месте — мобильная связь, а на третьем — видео- и онлайн-конференции», — констатирует эксперт.

Интерес компаний к IP-телефонии оценивается экспертами неоднозначно. Павел Житнюк считает, что огромное количество офисов традиционных компаний уже используют IP-телефонию как основную. «Это уже не экзотика, практически все ею пользуются. Причем зачастую пользователи могут и не знать, что получают от провайдера именно IP-телефонию», — говорит господин Житнюк.

Антон Рассадин полагает, что рост популярности услуг IP-телефонии сдерживается недостаточным развитием высокоскоростных соединений и пока еще высокими тарифами на мобильный интернет. «Если мы говорим о тех местах, где доступна бесплатная или дешевая высокоскоростная связь, как, например, Wi-Fi-hotspots, использование IP-телефонии набирает обороты. Использование же IP-связи по каналам мобильного интернета, в особенности в роуминге, по моему убеждению, не оправдывает затраты на собственно мобильный интернет, порождаемые объемом голосового трафика», — подчеркивает он.

Эксперты отмечают, что при выборе технологии коммуникации многое зависит и от стиля работы компании: более закрытые учреждения предпочитают стационарную связь, а в командировках — SMS и переписку по электронной почте. Более открытые и предпочитающие не тратить время на офлайн-встречи компании не держат собственных офисов и не посещают чужие, предпочитая коворкинги и мобильные офисы, позволяющие все делать в сети. ■

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



ВЯЧЕСЛАВ НЕСТЕРОВ,
генеральный директор
Центра разработок компании EMC
в Санкт-Петербурге

Родился в Ленинграде. В 1983 году окончил математико-механический факультет Санкт-Петербургского государственного университета. Имеет степень кандидата (1989 год) и доктора физико-математических наук (1999 год).

Занимался научными исследованиями в области информатики и вычислительной математики; работал в институтах системы Академии наук, где занимался исследованиями в области вычислительной математики и разработкой соответствующего программного

обеспечения; преподавал в университетах. Десять лет работал в петербургском центре компании «Моторола», где руководил разработкой программного обеспечения для систем цифрового телевидения и других продуктов компании.

Начал работать в EMC в феврале 2008 года в должности директора по разработке Санкт-Петербургского центра, вступил в должность генерального директора в апреле 2009 года.

РОМАН БЕЛОДЕД,
исполнительный директор ООО «Е-Легион»

ПАВЕЛ ДУРОВ,
генеральный директор ООО «В контакте»

АЛЕКСАНДР ЕГОРОВ,
генеральный директор, член совета директоров ООО «Рексофт»

ЮРИЙ КОРНИЕНКО,
глава офиса HP в Санкт-Петербурге

ГРИГОРИЙ ЛОБЗОВСКИЙ,
генеральный директор центра высоких технологий Oracle в Санкт-Петербурге

АЛЕКСАНДР МОНОСОВ,
генеральный директор компании БФТ*

АЛЕКСАНДР СЕМЕНОВ,
генеральный директор «Корус Консалтинг»

СВЕТЛАНА СОКОЛОВА,
генеральный директор ООО «Промт»

АНДРЕЙ ТЕРЕХОВ,
генеральный директор ЗАО «Ланит-Терком»

АНДРЕЙ ФЕДОРОВ,
генеральный директор ЗАО «Диджитал Дизайн»