

47 → А в «Связном» использует традиционную, то есть не доработанную под свои нужды, версию мессенджера Telegram необычным образом: полгода назад HR-департамент компании завел два закрытых канала для сотрудников. Первый — для офисных сотрудников в Москве и регионах, второй — для руководителей HR-направления. В первом чате — рассказы о важных событиях в жизни компании, полезная информация. Во втором руководители каждый день пишут о своих рабочих планах на следующий день. «Просматривая сообщения друг друга, участники понимают, что происходит в HR-департаменте, обращают внимание на лучшие практики, дают рекомендации. Общение в мессенджерах имеет ряд преимуществ перед электронной почтой. В первую очередь многие вопросы решаются быстрее и зачастую менее формально. KPI по скорости ответов у нас нет, но, на мой взгляд, сотрудники включены в процесс и не затягивают с решением рабочих вопросов. Важно, что наше общение не превращается в форму отчетности. Благодаря модератору, который добавляет на канал интересные ссылки на материалы о рабочих вопросах, инициирует различные обсуждения, чат стал не только полезным рабочим инструментом, но и местом живого общения коллег», — радуется Ольга Серняева, руководитель корпоративного университета компании «Связной».

А Сергей Насоновский настроил внутрикорпоративный канал Telegram так, что каждый день в 19:00 каждый сотрудник получает сообщение в виде красивой картинки о своей работе за день. «Мы заметили, что это мотивирует людей на эффективную работу», — говорит управляющий партнер Polytel.

СТАРАЯ ДОБРАЯ ПОЧТА Постепенно роль корпоративной почты во внутренней коммуникации бизнеса становится менее значимой. «В почте нет возможности получить быстрый ответ, увидеть переписку команды и статусы по проекту. Нет возможности быстро коллективно обсудить вопрос и принять решение. Почта хороша для связи с клиентами и пересылки друг другу больших текстов, которые нужно вдумчиво изучить», — считает генеральный директор Digital Agency Beaver Brothers Александр Устинов. Звонки же не позволяют фиксировать ход обсуждения — и в этом их минус. «В мессенджере общение более прозрачное: часто нужно видеть ссылки или файлы, которые являются предметом обсуждения. Кроме этого, звонки по телефону, по крайней мере в IT-сфере, в которой мы работаем, воспринимаются сейчас, когда все постоянно в сети, как вторжение в личное пространство. Это плохой тон», — предостерегает господин Устинов.

Степень накала ситуации обратно пропорциональна выбору метода коммуникации, напоминает Павел Красавцев. «Если у вас конфликт или спор — встречайтесь или созванивайтесь, а если все хорошо и надо оповестить о плановом статусе проекта, то можно написать письмо», — говорит руководитель iVrush. Часто из-за нежелания обсуждать проблемы вслух менеджеры совершают ошибку и поступают наоборот. ■

ОТЛОЖИТЬ ДЕЛА НА ЗИМУ

СЕГОДНЯ НА ДОЛЮ РОССИИ ПРИХОДИТСЯ МЕНЕЕ 3% КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МИРЕ. НО ДИНАМИКА РОСТА ЭТОГО СЕГМЕНТА, КАК И ВСЕЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В СТРАНЕ, ПОЛОЖИТЕЛЬНАЯ, А ГЛАВНОЕ — ЗДЕСЬ СОХРАНЯЕТСЯ ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ РОСТА. ПЕТЕРБУРГ ЗАНИМАЕТ ВТОРОЕ МЕСТО ПОСЛЕ СТОЛИЦЫ ПО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ, ТОРМОЗЯЩИЕ ЛЮБОЙ ТУРИЗМ, — СЕЗОННОСТЬ И ВИЗОВЫЙ РЕЖИМ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Конгрессный туризм (MICE tourism — meetings, incentives, conferences, events) генерирует основной поток бизнес-прибытий в крупнейших европейских городах. Берлин, Лондон, Париж и Милан — яркое тому подтверждение.

ЗАМАХНУЛИСЬ НА ДЕСЯТКУ По планам администрации Петербурга, к 2020 году город должен войти в топ-10 ведущих деловых европейских центров и в двадцатку мировых. Пока же в рейтинге международной ассоциации конгрессов и конференций ICCA по объему конгрессного рынка он занимает 46-е место в Европе и 85-е в мире.

Анна Панова, эксперт по гостиничной недвижимости Rusland SP, отмечает, что ICCA проводит мониторинг прошедших мероприятий и, согласно ее данным, в 2015 году наибольшее количество мероприятий состоялось в Берлине (195), Париже (186), Барселоне и Вене (180 и 178 соответственно). По странам самое большое количество мероприятий проходит в США (926), Германии (667) и Великобритании (582).

«Для реализации поставленной администрацией города задачи есть все возможности. Его особенная локация — близость к границе с Евросоюзом, состояние коммерческой, транспортной инфраструктуры — способствует развитию бизнес-туризма. Кроме современного аэропорта Пулково, который способен обслуживать 15–18 млн пассажиров в год, в Петербурге развито паромное сообщение со странами Балтии, автомобильное — строительство скоростных автострад, реконструкция основных транспортных магистралей, что повышает качество и эффективность транспортной системы города и области», — перечисляет плюсы города Роман Шиман, руководитель департамента коммерческой недвижимости компании E3 Group.

ДЕЛОВОЙ ТОРМОЗ Основным стоп-фактором, считает господин Шиман, для развития бизнес-туризма служит нестабильность экономики и не слишком хороший инвестиционный климат.

Для многих желающих посетить Петербург сотрудников компаний важной проблемой становится визовый режим. Так, если турист, прибывший на пароме, может 72 часа находиться в стране без визы, то безвизовое прибытие на самолете



ДЛЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА ПРЕКРАСНО ПОДХОДЯТ ЗИМА И ОСЕНЬ, ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ. РАЗВИТИЕ ЭТОГО НАПРАВЛЕНИЯ МОГЛО БЫ УМЕНЬШИТЬ ПЕТЕРБУРГСКУЮ ПРОБЛЕМУ СЕЗОННОСТИ ТУРПОТОКА

те на 72 часа невозможно. Хотя в целом этого времени достаточно для посещения делового мероприятия.

Анна Энглас, консультант-аналитик отдела исследований рынка недвижимости компании Maris в ассоциации с CBRE, считает, что развитие делового туризма в Санкт-Петербурге пока происходит слабо в силу небольшого количества крупных конгрессно-выставочных мероприятий.

В 2016 году количество бизнес-туристов, посещающих Санкт-Петербург, существенно не изменилось и осталось на уровне 500–600 тыс. человек. Средний срок проживания их в петербургских отелях составляет три-четыре дня.

Татьяна Веллер, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании JLL, подсчитала, что в составе гостей отелей города стандартное количество участников мероприятий — 10–15%, и во время делового сезона в Санкт-Петербурге это правило сохраняется примерно на том же уровне. «Возмож-

но, реально было бы привлечь больше частных мероприятий международного характера, если бы визовый режим был ослаблен», — согласна она.

В целом инфраструктура для развития конгрессного туризма в Петербурге достаточно развита: в Петербурге насчитывается 50–60 функционирующих конференц-центров разного формата и оснащенности и в том числе, с видеосвязью. «Рынок конгрессных центров имеет небольшой потенциал роста — для Санкт-Петербурга необходимо еще 5–10 центров современного формата. Стоимость аренды качественного зала в 100 кв. м обычно составляет 1,5 тыс. рублей в час. Для города привлекателен подобный вид туризма, так как такие туристы обладают более высоким платежеспособным спросом», — полагает Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик группы компаний «Финам». По его оценкам, рынок конгрессного туризма растет ежегодно примерно на 5%.