

Разумная ЭКОНОМИЯ

Очередная Образовательная сессия Ассоциации Бизнес Туризма (АБТ), посвященная теме «Сокращение расходов. Перспективы на 2014 год», прошла в Metropol Moscow 9 декабря 2013 г. Впервые в мероприятии приняли участие не только корпоративные покупатели, но и поставщики услуг делового туризма – представители авиакомпаний, гостиничного сектора и визовые специалисты.

Деловой туризм – относительно новый бизнес для России, поэтому механизмы сокращения расходов, нюансы бюджетирования в этой сфере практически не изучены. По мнению экспертов, в большинстве компаний вопросы экономии пока даже не стоят на повестке дня. «Это первая в России сессия, где мы попытаемся выяснить, существуют ли исторические предпосылки и реалии современного рынка, на базе которых корпоративные покупатели могут говорить о технологиях сокращения расходов в сфере тревел, — открыла мероприятие модератор встречи, руководитель тревел-департамента ФК «Открытие» **Мария Сергеева**. – Не знаю, хорошо это или плохо, но в последнее время очевидно наметилась тенденция к слиянию тревел-департаментов и отделов закупок, поэтому финансовые вопросы в самое ближайшее время приобретут новое звучание».

«Такой важнейший «кусочек» бюджета, как затраты на бизнес-тревел, мало контролируется компаниями – это пока спонтанный и стихийный сегмент расходов. Такая ситуация характерна для молодого, стремительно развивающегося и агрессивного бизнеса, главная задача которого – быстрый рост и экспансия, – согласилась с коллегой по отрасли административный директор компании ЛТ **Марина Кречетникова**. – Но колесо истории не становить, поэтому уже очень скоро придет то время, когда вопросы экономии в сфере тревела будут поставлены всерьез».

Во многом эта ситуация связана с отсутствием на российском рынке профессиональных ТМС, которые стали бы для корпоративных покупателей не просто качественными поставщиками бизнес-тревел услуг, но и надежными партнерами, вместе с которыми можно уверенно двигаться к намеченным целям.

По мнению Марии Сергеевой, решение авиакомпании «Аэрофлот» об отмене агентской комиссии уже достаточно встряхнуло индустрию, став первым шагом на пути к новой «прозрачной» схеме взаимодействия корпоративных покупателей и ТМС: «Мы будем уходить от нулевых контрактов и требовать необходимый уровень сервиса. Я вообще сторонник того, чтобы ТМС получали не дисконт, а исключительно transaction fee. Поэтому действия «Аэрофлота – это абсолютно революционный прорыв!»

В рамках образовательной сессии были представлены схемы оптимизации бюджета по трем основным статьям тревел-расходов: покупке авиабилетов, бронированию гостиниц и оформлению виз.

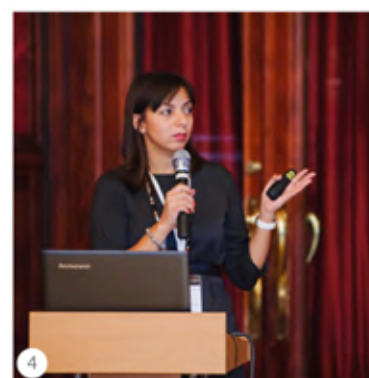
Управляющий партнер компании Formal Side **Анастасия Скоморохова**, выступившая с презентацией «Визовые формальности: особенности и оптимизация работы», подчеркнула, что ее тема не имеет прямого отношения к сокращению затрат. Речь идет, скорее, об экономии времени и предотвращении таких нежелательных ситуаций, как срыв командировки из-за отсутствия визы или приглашения для иностранного партнера. А это, в свою очередь, чревато негативными финансовыми последствиями для компании. Поэтому, подчеркнула эксперт, тревел-департамент должен знать всю географию перемещений сотрудников и заблаговременно обновлять документы.

«Взгляд авиакомпаний на сокращение издержек» представила на сессии менеджер по продажам авиакомпании airberlin **Ольга Сингх**. Она не только рассказала о собственных бонусных программах авиаперевозчика, но и представила основные преимущества заключения трехстороннего договора между поставщиком авиауслуг и корпоративным покупателем.

Марина Кречетникова рассказала слушателям о том, как экономить, если бизнес требует больших затрат. «Ситуация с оптимизацией расходов всегда неоднозначная. Казалось бы, хороший сервис и экономия – это несовместимые вещи, но мы всегда стремимся их совместить», – отметила спикер.

«Помните, ничто не может так сократить расходы, как отсутствие самой поездки. Активно развивайте технологии удаленного общения. Пока топ-менеджеры не поймут, что существуют альтернативные способы коммуникации, мы не начнем экономить», – подчеркнула г-жа Кречетникова.

По ее мнению, переломным моментом для российской индустрии бизнес-тревел станет и изменение отношения в обществе к профессии тревел-менеджер как ведущего бизнес-консультанта компании: «Вы должны спокойно и уверенно говорить о правилах, нельзя постоянно делать исключения. Будьте всегда на связи, напоминайте о принципах экономии, временных рамках подачи документов, бронирования билетов. Такой подход не только сэкономит деньги, но и поднимет статус тревел-департамента».



1. Марина КРЕЧЕТНИКОВА, административный директор компании ЛТ
2. Мария СЕРГЕЕВА, руководитель тревел-департамента ФК «Открытие»
3. Анастасия СКОМОРОХОВА, управляющий партнер компании Formal Side
4. Ольга СИНГХ, менеджер по продажам авиакомпании airberlin