



Анастасия ШАЛЬНОВА, начальник отдела по работе с корпоративными клиентами авиакомпании «Аэрофлот»

Образовательная сессия АБТ: управляем бюджетом при помощи договоров с поставщиками

Очередная образовательная сессия Ассоциации Бизнес Туризма (АБТ), посвященная теме «Работа по договорам с поставщиками как инструмент управления бюджетом», прошла в отеле Baltchug Kempinski Moscow 17 февраля 2014 г.

Подготовили Софья ДУКОРСКАЯ, Олег АБАРНИКОВ

Свои доклады представили руководитель трэвел-департамента ФК «Открытие» **Мария Сергеева**, начальник отдела по работе с корпоративными клиентами авиакомпании «Аэрофлот» **Анастасия Шальнова**, руководитель направления стратегических закупок, организации бизнес-поездок и маркетинговых коммуникаций компании ООО «Сименс» **Марианна Успенская**. Модератором мероприятия выступила менеджер группы закупок услуг по организации мероприятий компании Вауег **Анжелика Снитко**.

В 2013 г. во многих компаниях наметилась тенденция к сокращению расходов в сфере трэвел. Число командировок растет, но при этом руководство ставит перед сотрудниками трэвел-департамента задачу максимально рационально использовать бюджет.

«Если рассматривать соотношение расходов на регулярные деловые поездки, то 58% трэвел-бюджета тратится на авиа- и железнодорожные билеты, 34% – расходы на проживание, 8% – другие сервисы. Поэтому при планировании бюджета на следующий год стоит обратить особое внимание на отельную программу, – заявила Мария Сергеева. – Чтобы определить сетку расходов, необходимо проанализировать реальные затраты за истекший период. Получив статистику, можно приступать к конструированию отельной программы». Эксперт добавила, что отельную программу всегда нужно составлять для людей. Сотрудник должен чувствовать внимание и заботу, тогда он будет хорошо и с удовольствием работать.

Анастасия Шальнова, выступившая с презентацией «Особенности корпоративного сотрудничества с авиакомпаниями на примере ОАО «Аэрофлот», представила различные типы договоров и формы сотрудничества, которые возможны при заключении корпоративного соглашения, а также структуру взаимоотношений между авиакомпаниями, агентами и клиентами, виды обязательств по договорам и управление ими. Спикер подчеркнула, что корпоративный контракт гарантирует специальные условия, скидки и бонусы в обмен на повышение лояльности.

Вторая часть образовательной сессии началась с выступления Марианны Успенской, которая представила доклад «Особенности договоров с ТМС: ключевые детали». Спикер отметила, что учесть все нюансы при заключении соглашения с поставщиками невозможно:

«Но мы должны стремиться учесть максимально возможное количество деталей. У каждой компании есть своя специфика, свои правила. Формулировки поправят юристы. Но первым делом именно мы, сотрудники, отвечающие за организацию бизнес-поездок, берем проект договора и начинаем вносить туда нужные правки. Юристы не могут знать тонкостей и деталей работы именно с трэвел-агентством, которые мы хотим учесть». Кроме того, г-жа Успенская дала практические рекомендации по составлению договоров с агентствами делового туризма.

Анжелика Снитко рассказала слушателям о том, как работать с MICE-агентствами: «Для чего нужно работать с MICE-агентством? В первую очередь это консолидация всех услуг у одного поставщика. Естественно, намного удобнее, когда есть один поставщик, с которым я заключаю контракт, по которому он будет оказывать свои услуги». Спикер выделила основные преимущества заключения подобных контрактов, а также привела основные параметры, на которые следует обратить внимание при выборе MICE-агентства.

В рамках панельной дискуссии участники образовательной сессии получили множество полезных рекомендаций и смогли задать вопросы. По единодушному признанию гостей, тема образовательной сессии очень актуальна.

«Сейчас руководство ставит перед нами задачу сократить расходы, но при этом мы не можем себе позволить держать «в черном теле» сотрудников. Единственный разумный выход — максимально использовать собственные ресурсы, планировать, анализировать. Участие в образовательной сессии помогло мне по-новому взглянуть на, казалось бы, очевидные вещи», – отметила **Кристина Кривцова** из компании Lamoda.

«Я абсолютно согласна с тем, что бизнес-трэвел – это сервис, но нужно всегда понимать две вещи: это сервис для людей, и в этой индустрии работают тоже люди. Нужно всегда думать о комфорте сотрудников, даже если необходимо экономить. И второй момент, договор – это зона повышенной ответственности, и иногда лучше сто раз проверить, дополнить, лишний раз спросить, чем получить большие проблемы», – подчеркнула **Татьяна Мощагина**, руководитель департамента по работе с клиентами компании UTS Group.

58%

трэвел-бюджета тратится на авиа- и железнодорожные билеты

34%

расходы на проживание

8%

другие сервисы

Источник: доклад руководителя трэвел-департамента ФК «Открытие» Марии Сергеевой

