

**Анализ опыта управления отношениями с корпоративными клиентами
в агентствах делового туризма (ТМС) на примере компании
«Continent Express»**

Никольская Е.Ю., кандидат экономических наук, доцент,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия

Дехтярь Г.М., доктор экономических наук, профессор,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия

Блинова Е.Н., магистрантка 2 курса,
Российский экономический Университет им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия

Аннотация. В статье определена научная роль делового туризма, рассматриваются тенденции развития делового туризма, проведен анализ методов управления отношениями с корпоративными клиентами, выявлены проблемы, предложены рекомендации для агентства делового туризма «Continent Express».

Ключевые слова: деловой туризм, корпоративные клиенты, отношения, управление, тенденции, роль в экономике, проблемы, сдерживающие развитие, корпоративные клиенты, рекомендации.

**Analysis of the experience of managing corporate relations in business travel
agencies (TMC) on the example of the company «Continent Express»**

Nikolskaya E.Y., candidate of Economic Sciences, Assistant Professor, Russian
Economic University G.V. Plekhanova, Moscow, Russia

Dekhtyar G.M., candidate of Economic Sciences, Professor, Institute of Public and
Private Sector Management of the Russian Presidential Academy of National
Economy and Public Administration, Moscow, Russia

Blinova E.N., master of 2 course, Russian Economic University G.V. Plekhanova,
Moscow, Russia

Annotation. The article defines the scientific role of business tourism, examines trends in the development of business tourism, analyzes methods of managing relations with corporate clients, identifies problems, offers recommendations for the business tourism agency Continent Express.

Keywords: business tourism, corporate clients, relationships, management, trends, role in the economy, problems constraining development, corporate clients, recommendations.

Актуальность

Важно отметить, что мировой опыт развития отельной индустрии доказал, что это не только мощный источник доходов туристской отрасли, вносящий значительный вклад в формирование и рост ВВП, но и сфера, решающая вопросы социальной политики. Гостиничная индустрия во всем мире активно способствует развитию делового туризма, поэтому проблема совершенствования управления отношениями с корпоративными клиентами становится одной из важных в настоящее время и требует дополнительных исследований.

Введение

Проблемам развития делового туризма в России и мире в научной литературе уделяется мало внимания, поэтому возникает необходимость глубокого изучения методов повышения эффективности управления взаимоотношениями с корпоративными клиентами в России. Поиском методов, влияющих на управление предприятий индустрии гостеприимства занимались такие ученые, как: А.Ю. Александрова, Н.А. Зайцева, Е.А., Е.Ю. Никольская, Попов Л.А., С.С. Скобкин и другие, на трудах которых базируется данная статья.

Целью исследования является: разработка рекомендаций по совершенствованию управления отношениями с корпоративными клиентами в агентствах делового туризма России, на основе анализа зарубежного опыта. Для решения поставленной цели необходимо научно обосновать роль делового туризма в экономике страны/региона; проанализировать зарубежный опыт по организации делового туризма, дать оценку уровню отношений с корпоративными клиентами в компании «Continent Express» и их лояльность, выявить лучшие маркетинговые методы и недостатки при работе с деловыми клиентами; разработать практические рекомендации по совершенствованию управления отношениями с корпоративными клиентами при развитии делового туризма.

Развитие делового туризма в настоящее время является очень актуальным, так как с каждым годом укрепляются деловые связи как между регионами внутри государства, так и между различными странами. Деловой туризм является связующим звеном в решении важнейших социально-экономических и политических вопросов. Он позволяет различным компаниям обмениваться опытом, передовыми технологиями, помогает найти новые рынки сбыта, а также приобрести партнеров.

Далее рассмотрим основные научные подходы к определению сущности понятия «деловой туризм» (таблица 1).

Таблица 1

Основные научно-теоретические подходы к определению понятия «деловой туризм»

№ п/п	Определение понятия	Авторы, источник
1	Деловой туризм – это временные командировки и поездки со служебными целями, включая участие в конференциях, конгрессах, выставках без получения доходов в месте командировки	Зорин И.В. и др. [4, с. 54]
2	Деловой туризм – это совокупность отношений и явлений, которые возникают при перемещении и местонахождении в рабочее время людей, основной мотивацией которых является посещение и участие в разного рода деловых встречах, конгрессах, конференциях, выставках, ярмарках и инсентив-мероприятиях в местах, отличных от их обычного места проживания и работы	Смирнова О.А. [6, с. 3]
3	Деловой туризм – это вид туризма, совершаемый представителями компаний (организаций) с деловыми целями, либо организация корпоративных мероприятий	Волкова Л.А. [2, с. 47]

4	Деловой туризм – это совокупность организационно-экономических и социальных отношений, возникающих в ходе поездки делового путешественника, совмещающего достижение профессиональных целей с отдыхом	Чимитдоржиева О.Г. [7, с. 90]
5	Деловой туризм – это предоставление деловым туристам различных удобств и услуг во время посещения встреч, конгрессов, выставок, деловых мероприятий, а также корпоративных поездок с целью повышения мотивации труда Business tourism is the provision of facilities and services to the millions of delegates who annually attend meetings, congresses, exhibitions, business events, incentive travel and corporate hospitality	ICAA (International Congress and Convention Association) [9, с. 31]

Таким образом, по данным таблицы 1 видно, что Зорин И.В. и Волкова Л.А. рассматривают деловой туризм в качестве поездки со служебными целями, а Смирнова О.А. и Чимитдоржиева О.Г. придают особое значение тем отношениям, которые возникают в ходе деловой поездки.

Представляется целесообразным рассматривать более широкий подход, который предложила Смирнова О. А.: «Деловой туризм – это совокупность отношений и явлений, которые возникают при перемещении и местонахождении в рабочее время людей, основной мотивацией которых является посещение и участие в разного рода деловых встречах, конгрессах, конференциях, выставках, ярмарках и инсентив-мероприятиях в местах, отличных от их обычного места проживания и работы».

Отличительной особенностью делового туризма является то, что он включает в себя множество мероприятий, связанных с деловыми поездками туристов, а именно: корпоративные встречи, мотивационные поездки, конференции (конгрессы), выставки. Данная совокупность мероприятий на сегодняшний день известна как MICE-туризм (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). Кроме того, деловые поездки за рубеж носят достаточно длительный характер и составляют в среднем 12-15 дней. Как правило, в течение этого времени туристы сочетают корпоративные встречи, конференции и выставки вместе с посещением театров, музеев, основных культурных достопримечательностей той страны, в которой они пребывают.

В Российской Федерации деловой туризм начал развиваться в начале 90-х гг. прошлого столетия, и в настоящее время полноценно представлен лишь в

Москве и Санкт-Петербурге. Это обусловлено тем, что данный вид туризма требует наличия высокоразвитой транспортной инфраструктуры, а также отелей, ориентированных на прием деловых туристов. По мнению зарубежных экспертов, к 2020 году количество международных деловых поездок и доля бизнес-туристов увеличится в три раза, с 564 млн. до 1.6 млрд. в год. В то время как в России, доля бизнес-туристов составляет менее 20% по состоянию на 2018г.

Вместе с тем, компаниям, занимающимся оказанием услуг по направлению «деловой туризм» в городе Москва, необходимо в системе корпоративного менеджмента учитывать наличие ряда проблем, оказывающих негативное влияние на перспективы развития данного вида туризма:

1. Высокая стоимость организации и проведения деловых мероприятий в гостиницах Москвы делает этот город менее привлекательным как для зарубежных, так и для российских бизнес-туристов.

Аренда конференц-зала в московской гостинице с целью проведения конференции на 100 человек стоит от 100 тысяч рублей в день и выше. При этом полная стоимость проведения конференции, включая затраты на оборудование залов, питание, обеспечение канцтоварами и парковочными местами, увеличивается в 2-4 раза, что негативно отражается на спросе на данные услуги и развитии делового туризма в целом.

К примеру, стоимость аренды основного конференц-зала в гостинице InterContinental Moscow Tverskaya, включая сопутствующие услуги, составляет 5 000 рублей с одного участника в день. Таким образом, проведение делового мероприятия с количеством участников 100 человек обойдется компании в 500 000 рублей в день.

2. Ограниченность ассортимента дополнительных услуг в большинстве гостиниц Москвы является препятствием на пути к устойчивому развитию делового туризма.

Для бизнес-туристов отель во время путешествия должен заменять собой привычный офис, где есть всё необходимое для решения повседневных

деловых задач: удобная офисная мебель, рабочий компьютер, принтер, сканер, высокоскоростной Интернет в любой точке гостиницы, мобильная связь и т.п. Кроме того, таким туристам требуются специально оборудованные комнаты для проведения видеоконференций, совещаний. Однако на сегодняшний день лишь малая часть московских гостиниц способна полностью оправдать ожидания бизнес-туристов. Большинство же отелей просто не готовы к принятию гостей такого уровня.

К примеру, гостиница «Татьяна», расположенная недалеко от центра Москвы и позиционирующая себя в качестве отеля бизнес класса, имеет всего лишь 1 просторный конференц-зал площадью 108 м² и 4 зала площадью 15-25 м². К тому же, рабочие помещения не оборудованы техникой, необходимой для проведения видеоконференций. Неудивительно, что ни одна крупная зарубежная компания не выберет этот отель в качестве места проведения деловых мероприятий, потому что он не сможет обеспечить гостей необходимыми дополнительными услугами.

3. Однотипность ин센сив-программ для зарубежных бизнес-туристов является сдерживающим фактором в развитии всего делового туризма Москвы.

На сегодняшний день на долю инсенсив-туров приходится всего лишь 3% от общего числа деловых поездок в Москву. Это обусловлено тем, что программы поощрительных поездок в российскую столицу являются однообразными и включают в себя стандартный набор опций: посещение Кремля, спектакль в Большом театре, ужин в ресторане «Царская охота», поездку в Звездный городок.

Проанализируем деятельность компании «Continent Express» по работе с корпоративными клиентами — ведущее российское агентство делового туризма. Компания создана в 1997 году и способствовала становлению и развитию Travel Management в России.

С момента основания Continent Express следует своему основному принципу — всегда ориентироваться на потребности клиента.

Continent Express достигает высокого качества обслуживания клиентов за счет использования целого ряда инструментов, технологий и принципов организации работы:

- полный спектр услуг делового туризма,
- профессиональный Account Management,
- автоматизированная система Data Consolidation,
- эффективное управление travel бюджетом клиента,
- высокопрофессиональные агенты,
- круглосуточное обслуживание (Continent-24),
- эффективное управление контрактами клиентов с авиакомпаниями

и отелями;

- простая и удобная система Онлайн Бронирования (ввод в 2012 году)
- собственная сеть региональных офисов.

Благодаря сотрудничеству с Radius Travel компания Continent Express имеет ряд преимуществ:

- Передовые информационные технологии
- Полный спектр услуг по всему миру
- Международное представительство на ведущих мировых рынках
- Доступ к лучшим ценам и ресурсам
- Поддержка 24/7 как в центральном офисе в России, так и в Северной

Америке, Европе и Азии

Компания Continent Express использует самые передовые технологии, чтобы обеспечить снижение travel бюджета клиентов и обеспечить максимальный комфорт в рабочих процессах для ваших административных и финансовых служб;

- Компания Continent Express учитывает, что нужно конкретной компании, и, в соответствии с этими требованиями, выстраиваем оптимальный процесс Travel Management;

- Компания Continent Express работает на конечный результат для клиента – это и есть основная ценность Continent Express.



Рис. 1 – Сегментация потребителей компании Continent Express

Клиентами Continent Express являются крупнейшие международные и российские компании, министерства, государственные учреждения и посольства.

Continent Express имеет большой опыт в работе с клиентами из разных областей бизнеса. Основу нашего клиентского портфеля составляют компании из фармацевтического, нефтегазового, инжинирингового и сервисного, промышленного, юридического и банковского секторов рынка.

Лояльность клиентов – 75% клиентов Continent Express сотрудничают с нами более 5 лет.

Устойчивые доходы. 86% объема продаж Continent Express принадлежит международным компаниям.

Для работы с корпоративным сегментом компания Continent Express предлагает следующие услуги:

– оформляет авиабилеты для корпоративных клиентов на международные и внутренние направления. У компании Continent Express заключены договоры со всеми основными авиакомпаниями, действуют предложения специальных тарифов. Участие в BSP предоставляет

неограниченный доступ ко всем международным, а работа с ТКП — ко всем российским авиакомпаниям;

– *осуществляет выпуск железнодорожных билетов по России и странам СНГ.* Билеты оформляются непосредственно в офисе;

– *бронирования отелей по всему миру*, а именно: специальные тарифы (со скидкой до 50% от официально опубликованной цены отеля); возможность бронирования последнего номера; возможность бронирования по специальным тарифам во всех глобальных гостиничных цепочках мира, в системе GDS; участие в программах поощрения гостей;

– *специальные цены и условия от авиакомпаний и отелей на групповые бронирования:* - бронирование группы от 10 человек; - специальные тарифы; - *гибкая система скидок за предварительное бронирование;*

– *услуги по заказу трансфера:* среднего, бизнес, премиум класса, микроавтобусов, автобусов различной вместимости. В настоящее время вы можете получить сервис одинаково высокого уровня по доступным ценам более чем в 150 городах, как РФ, так и зарубежья;

– *аренда (Chevrolet, Fiat, Hyundai, Ford, Mitsubishi, Mazda, Audi и др.) и классы (экономичный, компакт, средний, полноразмерный, премиум, бизнес) автомобилей.* Услуга бронируется через глобальную систему бронирования (GDS) и предоставляется в тех регионах, где она доступна;

– *эксклюзивный и индивидуальный VIP-сервис в 180 аэропортах мира.* В зависимости от аэропорта предоставления услуги мы предлагаем следующие категории VIP-сервиса:

Москва (Шереметьево, Домодедово, Внуково), Санкт-Петербург, Сочи, Киев, Рига, Франкфурт, Дубай, Алматы, Вена, Мюнхен, Хельсинки, Прага и другие.

- встреча у трапа самолета,
- доступ в VIP-зал,
- прохождение всех формальностей в VIP-зале, таких как регистрация, таможенный и пограничный контроль,

- предварительное бронирование мест в самолете,
- доставка пассажиров от/до самолета на отдельном VIP-транспорте (в случае остановки самолета на дальней стоянке),
- сдача/доставка багажа,
- предоставление дополнительных услуг.

Fast Track Барселона, Ницца, Париж, Женева, Цюрих, Ларнака, Мадрид, Пекин, Стамбул, Афины, Бангкок и другие.

Ускоренное прохождение формальностей в сопровождении VIP-ассистента. В некоторых аэропортах в стоимость услуги включена возможность посещения Бизнес-салона в транзитной зоне.

Meet&Greet Милан, Рим, Лондон и другие.

Сопровождение ассистентом пассажира в прохождении всех формальностей. По возможности ускоренное прохождение всех процедур. Опытный и внимательный сотрудник поможет со всеми формальностями, организует услуги носильщика, посодействует в особенных ситуациях (например, при вылете несопровождаемого ребенка или при перелете с животными).

– возможность заказать билеты на любое мероприятие в Москве, Санкт-Петербурге или в любой другой точке земного шара: концерты, театральные премьеры, спортивные турниры, популярные мюзиклы, новогодние елки, ...и многое другое.

Заказывая билет в Continent Express, компания, помимо билетов, корпоративные клиенты получают: гарантированный сервис, единый канал бронирования, консолидированную бухгалтерскую отчетность в едином формате, возможность различных способов оплаты.

Continent Express имеет собственную службу доставки, которая координирует и осуществляет своевременную доставку билетов и документов в офис клиента.

Служба 24 часа поможет корпоративным клиентам осуществить: заказ и выписку авиабилетов; внесение изменений в первоначальные бронирования

(отмена); координацию трансферов; заказ / изменение / отмену бронирования гостиниц.

Для оптимизации процессов Corporate Travel Management компания Continent Express предлагает своим корпоративным клиентам такие схемы работы как:

- Implant – выделенный тревел-консультант или группа консультантов в офисе клиента;
- Outplant – выделенный тревел-консультант в офисе Continent Express;
- Travel Desk – Travel Management Office в офисе клиента.

Для повышения качества обслуживания клиентов был создан Отдел обслуживания корпоративных клиентов (индивидуальный туризм) компании Continent Express (FIT), который должен взять на себя все заботы клиентов, освободить время клиентам, оптимизировать бюджет, выбрать интересный маршрут и предложить достойный уровень обслуживания.

Главными принципами работы отдела обслуживания корпоративных клиентов должны стать:

- высокий уровень и стабильность качества услуг,
- ориентированность на требования клиента,
- надежность,
- тщательный выбор отелей,
- компетентность
- профессионализм.

Таким образом, основой работы с корпоративным клиентом являются – персональный подход, максимальное удовлетворение всех его требований к отдыху, оптимизация бюджета.

Необходимо отметить, что конкурентными преимуществами работы компании Continent Express при работе с корпоративными клиентами являются: Философия по работе с корпоративными клиентами:

А) Надежность, проверенная корпоративным подходом (доверяя нам свой бизнес, Вы можете также доверить нам свой личный отдых);

В) Работа с тщательно отобранными партнерами по всему миру: прямые контракты с авиакомпаниями; бесплатный сопроводительный сервис: выезд нашего сотрудника для подбора тура и оптимизации маршрута, курьерские услуги.

С) При организации путешествий любой сложности и VIP-поездов, приобретения пакетных туров, визовой поддержки и услуг консьерж-сервиса по всему миру нужно лишь обратиться к специалистам Отдела обслуживания корпоративных клиентов компании Continent Express (FIT).

Д) Проведение тендеров с поставщиками. Проведение от имени клиента переговоров и тендеров с поставщиками (авиакомпаниями и отелями), получение максимально эффективных цен на услуги. Контроль исполнения и применения провайдерами цен клиента.

Е) Travel management. Профессиональное управление процессами организации, заказа и администрирования корпоративных поездок и связанных с этим вопросов контроля и оптимизации бюджета на поездки.

З) MICE management. Ежегодно компания организует более 2 500 мероприятий в России и по всему миру: конференции, посещение международных конгрессов, тренинги, круглые столы, деловые встречи, событийные и праздничные мероприятия.

В настоящее время можно выделить следующие перспективы развития делового туризма в городе Москва:

1. Укрепление деловых связей между Российской Федерацией и рядом зарубежных стран способствует увеличению количества служебных поездок, что положительно отражается на устойчивом развитии делового туризма Москвы.

В настоящее время Российская Федерация ведет активную внешнюю политику, устанавливая взаимовыгодные контакты со многими зарубежными государствами, среди которых особенно следует отметить Турцию, Китай, Индию, Иран, Финляндию. Власти РФ и правительства перечисленных государств подписали друг с другом ряд важнейших соглашений по

сотрудничеству в сфере бизнеса. В связи с этим уже сейчас участились деловые поездки представителей этих стран в РФ, в частности в Москву, которая является центром деловой активности государства.

2. Ежегодное проведение в Москве различных международных тематических выставок, конференций, форумов и конгрессов привлекает все большее количество бизнес-туристов, что позитивно влияет на развитие делового туризма в целом.

На сегодняшний день Москва является местом проведения большого числа разнообразных деловых мероприятий международного уровня. Бизнес-туристы со всего мира приезжают в российскую столицу, чтобы принять непосредственное участие в различных конференциях, форумах, выставках.

В сфере гостинично-туристического бизнеса наиболее известны такие деловые мероприятия, как международные туристские выставки «Путешествия и туризм» (MITT), Интурмаркет (ITM), Отдых (Leisure), Московская Международная ярмарка путешествий (MITF), Московская международная выставка делового и инсентив-туризма (MICE Forum), Ежегодный Деловой Форум гостиничного бизнеса, Международная выставка индустрии питания и гостеприимства «ПИР». Данные мероприятия ежегодно привлекают тысячи иностранных бизнес-туристов, которые приезжают в Москву как в роли непосредственных участников, так и в роли посетителей.

3. Расширение ассортимента дополнительных гостиничных услуг, нацеленных на удовлетворение запросов бизнес-туристов, способствует интенсивному развитию делового туризма в Москве.

Библиографический список

1. Никольская Е.Ю., Игнатьев А.А., Тенденции развития медицинского туризма в России // Российский экономический интернет-журнал. – 2019. – № 1.

2. Гадимова Ф.К., Никольская Е.Ю. Проблемы развития туризма: логистический объект. В книге: Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства, туризма и спорта // Сборник статей. Российский

экономический университет имени Г.В. Плеханова. Уфа, 2018. С. 45-50.

3. Никольская Е.Ю. Дехтярь Г.М. Тенденции развития туристического и гостиничного бизнеса в России // Российский экономический интернет-журнал. – 2019. – № 1.

4. Никольская Е.Ю., Пасько О.В., Тихненко А.А., Скабеева Л.И., Титиевская Е.М. Технологии гостиничной деятельности, М.: КноРус, 2018.

5. Джарруж Ж., Никольская Е.Ю., Попов Л.А., Романова М.М. Методы повышения контроля качества гостиничных услуг // Российский экономический интернет-журнал. – 2018. – № 1. – С. 13.

6. Зайцева Н.А., Ильина Е.Л., Никольская Е.Ю., Романова М.М. Оценка профессиональных квалификаций сотрудников индустрии гостеприимства, Москва, Русайнс, 2018.

7. Valedinskaya E.N., Astafeva O.A. Innovative methods for demand stimulation in tourism industry // Astra Salvensis. – 2018. – Т. 6. – № 5. – С. 613-626.

8. Гареев Р.Р. Кобяк М.В. Валединская Е.Н. Анализ эффективности трехступенчатой модели оценки впечатлений гостей на примере гостиничного предприятия «Орехово» // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2017. С. 229-233

9. Nikolskaya E.Yu., Pasko O.V., Volkova I.A., Anikina E.N., Lebedeva O.E. Modeling the competitive advantage of companies within the hotel industry in a region // International Journal of Engineering and Technology(UAE). – 2018. – Т. 7. – № 3.15. – С. 293-295.

10. Гареев Р.Р., Блинова Е.А., Романюк А.В. Инновационные технологии в туризме, М. РЭУ им. ГВ Плеханова, 2017. с. 84.