

# Кадры волнуют всех

Персонал – наверное, самый важный ресурс любой компании. Особенно если основная задача этой компании – оказание услуг, да еще в таком непростом сегменте бизнеса, как деловые путешествия и MICE. Пара неверных шагов рядовых сотрудников могут привести к потере репутации и доверия клиентов, а ценнее этого ничего нет. Мы попытались разобраться, есть ли на рынке MICE и делового туризма кадровый голод, в чем его причины и как найти идеального кандидата на работу.

Подготовила Александра ЗАГЕР

## Сложно, но не голодно

Мнения относительно наличия или отсутствия в отрасли кадрового голода у экспертов разошлись. В связи с тем, что законодательно ни MICE, ни деловой туризм никак не определены, то и специальности такой – менеджер делового туризма и MICE – формально нет. Сейчас постепенно некоторые вузы стали выпускать специалистов если не такого профиля, то как минимум прослушавших специальный тематический курс. Однако специалистами назвать вчерашних выпускников сложно, ведь организация поездок – это, прежде всего, опыт и практика.

Оценивая кадровый рынок отрасли, Ассоциация Бизнес Туризма (АБТ) отмечает, что в нашей стране отрасль бизнес-туризма существует уже более 15 лет. К сожалению, до 2000-х годов индустрия не воспринималась как отдельный, самостоятельный вид бизнеса. В основном к ней относились, как к небольшому и очень узкому направлению в туристическом сегменте. Поэтому вполне очевидно, что специально кадры для этой отрасли никто не готовил. Всем, кто начинал путь в деловом туризме в это время, приходилось самостоятельно осваивать профессию, учиться на своих ошибках. В последние несколько лет ситуация начала меняться в лучшую сторону: в компаниях появились трэвел-департаменты, командировки перестали носить стихийный характер, а руководители стали всерьез подходить к вопросу формирования корпоративной трэвел-политики. Тут и возникла острая потребность в квалифицированных кадрах.

«Кадровый вопрос по-прежнему остается очень актуальным на рынке делового туризма и MICE. Многие вузы с хорошими программами и преподавателями занимаются подготовкой кадров. Но рынок и технологии не стоят на месте, да и реальность диктует свои правила, поэтому специалист с опытом работы, при этом знающий не одно направление, – ценность на рынке, – отмечает директор по развитию компании

«Демлинк» **Ирина Карнаухова**. – При этом требования к специалисту по деловому туризму и MICE отличаются. В идеале общее для всех – конечно, знание иностранного языка, различных стран и направлений, отельных цепочек, поставщиков, владение современными системами онлайн-бронирования. Требования к менеджеру по MICE еще выше: креативность, умение делать презентации, защищать проекты, работать со сметами и калькуляциями, обучаемость и многое другое. И здесь важен накопленный опыт и любовь к своей профессии».

По мнению директора по персоналу компании Continent Express **Елены Мозолевской**, актуальный рынок делового туризма и MICE испытывает весьма ощутимый кадровый голод. Причины этого во многом объективны: рынок деловых поездок находится на стадии формирования, это молодая индустрия. Ведь сегодня всё еще достаточно высокий процент компаний и в регионах, и в Москве не вполне понимают, какие задачи решает менеджер по бизнес-трэвел и чем занимаются сотрудники MICE-отдела. Да и сама аббревиатура «MICE» все еще требует расшифровки. Порой соискатели искренне ссылаются на MICE- и бизнес-трэвел опыт, если им приходилось заказывать билеты в театр для приезжей делегации. Люди просто не имеют объективных критериев профессионализма. «Кроме того, в нашей стране еще пока не сложилось понимание сервиса как бизнес услуги. Зачастую сервис воспринимается не как сложная проектная работа, а в ключе «чего изволите», – отмечает эксперт. Начальник кадрового отдела компания JTB Russia **Юлия Антонова** говорит, что на данный момент компании растят кадры самостоятельно, исходя из своих целей, соответственно своим стратегиям и задачам. Невозможно прийти в MICE-компанию и сразу подключиться к самостоятельному ведению проектов. Без понимания алгоритмов, тонкостей процессов, специфики формирования различных MICE-мероприятий качественного продукта не создать. Успешные



## Востребованные на рынке специалисты

- ✓ Менеджер проекта полного цикла
- ✓ Менеджер по продажам
- ✓ Менеджер по бронированию авиаперевозок
- ✓ Копирайтер, сценарист ивент-программ





«В нашей стране еще пока не сложилось понимание сервиса как бизнес-услуги. Зачастую сервис воспринимается не как сложная проектная работа, а в ключе «чего изволите».

менеджеры MICE-индустрии, как правило, – хорошие психологи и отличные коммуникаторы и переговорщики, готовые к доле риска и способные к самостоятельному принятию решений, сообразительные и с гибким мышлением. MICE – эмоционально затратная сфера, и остаются в ней особенные люди. Это уникальные специалисты, которые, можно сказать, олицетворяют мастеров, собирающих по отдельным крупницам захватывающую мозаику под названием «мероприятие». По мнению эксперта, в первую очередь кадровый голод обусловлен отсутствием специализированного профессионального образования в данной сфере. Туризм и сервис являются достаточно молодыми научными дисциплинами, и до MICE как отдельного направления преподаватели еще не добрались. Выпускники туристических вузов с теоретической базой не имеют представления о реальных требованиях MICE-индустрии. Поэтому основные игроки – это люди из разряда self-made man, которые прошли долгий путь и добились успеха благодаря исключительно практическому опыту.

Руководитель отдела персонала FCm Travel Solutions **Мария Лавринова** видит основную причину кадрового голода в том, что желающие начать карьеру в сфере делового туризма помимо получения высшего образования должны вложить силы и средства в дополнительное образование, как минимум изучить одну из ГДС – глобальных дистрибутивных систем, а также большинство агентств хотели бы видеть сотрудников с опытом работы. Не секрет, что профильные вузы не готовят специалистов по бронированию авиаперевозок, выпускники не знают ни одной системы бронирования, плавают в географии и не могут похвастаться хорошим уровнем владения английского языка. Это касается и государственных, и негосударственных вузов. Таким образом, для новичков существует определенный входной барьер, который нужно преодолеть на свой страх и риск, к тому же, даже овладев самостоятельно нужными практическими знаниями, соискатели без опыта работы могут претендовать лишь на начальные позиции в агентстве.

HR-директор UTS Group **Мария Машерова** считает, что на кадровом рынке вообще всегда присутствует потребность в профессиональных и качественных специалистах. MICE к тому же – это разноплановое направление деятельности, которое помимо профессиональных навыков требует высокого уровня концентрации.

Однако ряд экспертов полагает, что как такового кадрового голода на рынке нет. «Нам свойственно закидываться на собственной индустрии, ввиду чего создается такое впечатление. Оно усиливается отсутствием академической базы и возрастающими требованиями клиента к качеству обслуживания. Вследствие чего возникает ощущение кадрового го-

лода, которое я бы скорее охарактеризовал как «перегретость» рынка в целом», – говорит директор MICE в компании UNIFEST **Дмитрий Марьин**.

PR-менеджер Департамента по развитию бизнеса компании MICE **Екатерина Гусар** отмечает, что на рынке скорее есть нехватка людей с определенным опытом работы, со знаниями какой-то конкретной специфики проектов. Связано это с тем, что отрасль достаточно молодая, ее закономерное развитие и расширение требуют, соответственно, и новых кадровых пополнений, братья которым из других сфер достаточно проблематично, поэтому характерен скорее процесс «кочевания» от одного агентства к другому. Еще одна причина кроется в том, что работа в агентстве – это сложная работа, и потому многие рассматривают ее как некий промежуточный этап карьеры, своеобразную «закалку», и уходят затем «на сторону клиента» или в какие-то параллельные области. Когда ситуацию невозможно изменить в корне, нужно подлаживать что-то в собственных бизнес-процессах, подстраховывать возможные риски.

«В нашей стране десятки вузов готовят специалистов для туротрасли. Ежегодно они выпускают тысячи менеджеров по туризму и гостиничному хозяйству. Поэтому кадрового голода с точки зрения количества специалистов на рынке нет. Есть ли дефицит профессиональных кадров? Открываем портал HeadHunter. За два дня в январе свои резюме разместили более 100 человек, из которых процентов 80 имеют опыт работы в MICE или event от трех лет, – рассказывает генеральный директор компании RCS **Сергей Шаньгин**. – На мой взгляд, этого количества вполне достаточно для выбора. И это мы говорим лишь об одном, пусть и самом популярном кадровом интернет-ресурсе. А есть еще специализированные кадровые агентства, плотно сотрудничающие с MICE-компаниями. Поэтому претендентов на вакантные должности в Москве достаточно. Однако следует оговориться, что достаточно претендентов на должности MICE-менеджеров младшего и среднего звена», – отмечает эксперт.

### Срочно требуется

На любом рынке есть так называемые дефицитные профессии и, соответственно, специалисты. По мнению большинства экспертов, сейчас очень не хватает людей с опытом и «горящими глазами». Разброс специалистов, в которых нуждается отрасль, достаточно велик – нужны и менеджеры по проектам, и опытные продавцы, и сценаристы, и менеджеры по бронированию авиаперевозок.

«Особенно остро и в нашей компании, и на рынке в целом ощущается нехватка менеджеров проектов. Если операционисты уже успели приобрести опыт, необходимый для решения их профессиональных задач, то к

менеджерам проектов рынок предъявляет всё новые и новые требования. Ключевые качества такого специалиста: умение работать в стрессовой ситуации, контролировать время, навыки проектной деятельности. Можно идеально знать язык, можно проявлять чудеса усидчивости и исполнительности, можно быть эрудитом по странам и континентам и обладать безупречной грамотностью – и не быть хорошим проектным менеджером. Здесь крайне необходимо системное мышление, – рассказывает Елена Мозолевская. – Идеальный менеджер проектов – это специалист с хорошими коммуникативными навыками, клиентоориентированный, стремящийся к результату, умеющий планировать и контролировать все проектные процессы. Конечно, все эти способности могут быть наработаны при условии, что человек изначально обладает нужными качествами. Любые операционные компетенции – знание специфики отелей, бронирования, организации трансферов, деловых мероприятий – приходят с опытом», – подчеркивает эксперт.

Мария Лавринова отмечает, что сейчас очень не хватает специалистов по организации деловых поездок, точнее, специалистов по бронированию авиаперевозок. Юлия Антонова говорит о нехватке менеджеров среднего звена, сотрудников с опытом самостоятельного ведения проектов. Мария Машерова сетует на нехватку специалистов полного цикла, способных вести проект от подготовки презентации до его успешного завершения.

«Нацеленность на результат, высокий уровень ответственности, самостоятельность, умение и, главное, желание искать новые пути решений, стремление преодолевать трудности, получая при этом профессиональное удовлетворение, испытывая процессуальный интерес – всё это, казалось бы, базовый набор из резюме, однако на практике оказывается иначе. И мы бы не стали говорить, что это проблема индустрии в целом, это скорее общая тенденция, по крайней мере для определенной возрастной категории – молодежи», – отмечает Екатерина Гусар.

«Любой руководитель – кто реже, кто чаще – сталкивается с проблемой подбора персонала. И по собственному опыту могу сказать, что в течение от одной до двух недель можно найти хорошего менеджера по MICE на российские или международные проекты. Однако иначе дело обстоит с менеджерами по продажам. Бывает, что сотрудника на эту должность приходится искать месяцами, проводя по 20–30 интервью и перелопачивая массу резюме. Опытный специалист по продажам и работе с клиентами, знающий специфику MICE, – большая редкость. Тут могу посоветовать не бояться брать таких специалистов с хорошей школой и навыками из других сфер бизнеса, несмотря на отсутствие знаний и опыта работы в MICE-компаниях. Для этого звена сотрудников навыки продаж являются

определяющими, а что продавать – услуги или продукт – для профессионала не столь важно», – рассказывает Сергей Шаньгин. Не менее сложная проблема, по его словам, – найти опытного копирайтера, сценариста с креативным мышлением, понимающего особенности организации как российских, так и зарубежных мероприятий, способного разработать и защитить креативное наполнение, причем не только ивентов в чистом виде, но и конференций, запусков новой продукции и презентаций, что становится всё более востребованным клиентами.

Эксперт отметил также и проблему с руководящими кадрами среднего звена. Опыт показывает, что далеко не любой хороший менеджер может стать руководителем, также грамотно организовав и контролируя бизнес-процесс в подразделении, как он ведет свой отдельный проект. На практике приходится сталкиваться с тем, что многие претенденты на должности руководителей подразделений указывают эту позицию в резюме, но на интервью даже не могут четко сформулировать свое видение способов решения задач руководителя.

### Учиться, учиться и еще раз учиться!

Хороший менеджер – это практикующий менеджер. Можно знать и сдать всю теорию на «отлично» и не справиться с первым же реальным заданием, потому что есть вещи, о которых в учебниках не пишут. Поэтому многие компании приняли единственно правильное решение и обучают своих сотрудников сами или посредством специальных курсов и тренингов, или просто в процессе работы.

«Обучать мы готовы всегда. Ежедневная работа, общение с более опытными коллегами, разработка и анализ различных программ, участие в работе выставок и фам-трипах – это тоже обучение, причем наиболее эффективное. Если говорить именно о программах, то у нас это скорее тренинги, направленные на обучение правильному общению с клиентом, развитие стрессоустойчивости, телефонный этикет и т.д. Словом, всё, что связано с повышением уровня сервиса компании. Кроме того, надо учитывать, что требования к специалистам в разных компаниях – разные. У нас они достаточно высокие. Были случаи, когда менеджеры понимали в течение испытательного срока, что у нас им работать сложно. А вот те, кто остался, – на сегодняшний день коллектив единомышленников и специалистов самого высокого качества. Мы этим очень гордимся!» – рассказывает Ирина Карнаухова.

Елена Мозолевская говорит, что компания Continent Express рассматривает обучение специалистов как процесс необходимый и обязательный. Осенью минувшего года на учебной базе компании состоялся тренинг GBTA – российские специалисты из разных



Идеальный менеджер проектов – это специалист с коммуникативными навыками, клиентоориентированный, умеющий планировать и контролировать все проектные процессы.



Для новичков существует определенный входной барьер, который нужно преодолеть на свой страх и риск, к тому же, даже овладев самостоятельно нужными практическими знаниями, соискатели без опыта работы могут претендовать лишь на начальные позиции в агентстве.

компаний прошли обучение по одной из самых актуальных и востребованных в мире программ. Генеральный директор и основатель компании Станислав Костяшкин является и лектором, и автором обучающих программ в направлении бизнес-трэвел. Сотрудники компании имеют возможность пройти бесплатные тренинг-программы, необходимые для успешного решения актуальных бизнес-задач: это обучение тайм-менеджменту и навыкам продаж, коммуникативные тренинги, тренинги, направленные на формирование проектного мышления и управления бизнес-процессами.

О воспитании специалистов внутри компании говорит и Мария Лавринова: «У нас существует внутренняя программа для обучения специалистов «с нуля». Принимаем кандидатов без опыта работы и часто без знания систем бронирования и «растим» их внутри компании».

В компании JTB Russia обучение для сотрудников проводится на постоянной основе с учетом специфики работы и ведения бизнеса. Для этого используются различные инструменты: метод погружения, семинары, лекции. Для проведения семинаров по личностному росту и мотивации, коммуникациям и психологии приглашают специальных тренеров. В компании это считают более актуальным, чем стандартные тренинги по техникам продаж.

«Самой эффективной обучающей программой в области MICE является практическая работа. Ее в UTS много. Дополнительно мы обучаем наших сотрудников тайм-менеджменту, навыкам общения с клиентами и уверенного поведения, навыкам успешной презентации и эффективному личному управлению», – говорит Мария Машерова.

По мнению Дмитрия Марьина, основными задачами обучения сотрудников являются основы межличностных коммуникаций и проектное построение мышления.

Основной принцип обучения в компании RCS – «Делай, как я». Для этого новый сотрудник закрепляется за опытным менеджером и шаг за шагом перенимает у него все необходимые навыки. Что касается обучения в вузах, то Сергей Шаньгин подчеркивает важность и необходимость проведения семинаров с привлечением практиков рынка делового туризма и MICE.

Для того чтобы обеспечить отрасль молодыми кадрами и помочь специалистам, работающим в деловом туризме быть в курсе последних тенденций, Ассоциация Бизнес Туризма разработала ряд образовательных программ. Программа «Специалист в деловом туризме» готовит кадры для работы в сфере делового корпоративного туризма, а также позволяет расширить знания людей, уже работающих в данной сфере. Программа «Трэвел-менеджер» ориентирована на специалистов, ответственных за трэвел-менеджмент компании; ассистентов, участвующих в организации деловых поездок; HR- и административных менеджеров. Целью данной программы является предоставление слушателям необходимых знаний и информации для эффективного осуществления деятельности и оптимизации работы по организации деловых мероприятий и командировок.

В 2014 г. АБТ планирует расширить каждую из программ: по программе «Специалист в деловом туризме» – запустить обновленную систему дистанционного обучения, а по программе «Трэвел-менеджер» – добавить краткосрочные тренинг-программы как второй уровень дополнительного образования.



**Ксения БОЙКОВА,**  
генеральный директор Конгресс-бюро города Москвы

Сегодня на российском рынке индустрии встреч действительно существует проблема кадрового голода. В первую очередь это касается менеджеров по организации выставочных, конгрессных и других мероприятий. Также ощущается нехватка квалифицированных продюсеров и архитекторов деловых событий, специалистов, способных создавать привлекательные комплексные конгрессно-выставочные продукты на базе имеющейся инфраструктуры.

Это связано с тем, что молодежь в основном получает образование в области туризма и гостиничной инфраструктуры. Качественных учебных программ в сфере организации конгрессно-выставочных мероприятий, подкрепленных возможностью стажироваться в ведущих компаниях отрасли, катастрофически не хватает.

В связи с этим в течение этого года Конгресс-бюро города Москвы будет вести активное взаимодействие с представителями отрасли для выявления текущих кадровых потребностей и поиска возможностей на пути реформирования программ высшего образования в этой области.

Особое внимание мы собираемся уделить так называемой профессиональной переподготовке. В 2014 году Конгресс-бюро планирует провести не менее 10 мастер-классов ведущих специалистов как западного, так и российского рынка индустрии встреч.

Хочу отметить, что в конгрессно-выставочной отрасли работает большое количество замечательных специалистов, которые в основной своей массе не имеют профильного образования, однако обладают уникальным опытом. Мы убеждены, что их опыт обязательно надо использовать в процессе подготовки молодых кадров, причем не только в качестве принимающей стороны для практики студентов, но и как лекторов вузов и других учебных заведений.



**ACTIVE MICE MOUZENIDIS GROUP** – компания с многолетним успешным опытом организации мероприятий, с новыми взглядами и современными методами управления MICE-проектами. Основа нашей работы – креативные идеи, индивидуальный подход и качественный сервис.

Компания входит в греческий холдинг **MOUZENIDIS GROUP**, объединяющий 16 предприятий различного профиля. Уникальные ресурсы холдинга позволяют создавать безупречный формат обслуживания.

**Наши преимущества:**

- Собственные круглогодичные регулярные рейсы в Салоники, летняя полетная программа на курорты и острова Греции из более чем 35 регионов России и стран Восточной Европы.
- Собственная авиакомпания Ellinair.
- Индивидуальное бронирование авиабилетов или фрахтование отдельного воздушного судна для организации групповых авиаперелетов.
- Заказ эксклюзивного сервиса и услуги собственных VIP-залов в аэропортах Салоник, Афин, Москвы и других городов.
- Лидирующие позиции в сфере гостиничных услуг по всей Греции.
- Профессиональные дипломированные русскоговорящие гиды.
- Собственный транспортный парк, признанный лучшим в Греции.
- Предоставление визовой поддержки.
- Развитая сеть филиалов и представительств.
- Эксклюзивный сервис, контроль качества обслуживания на всех этапах поездки.



Мы приглашаем Вас в Грецию – европейскую страну с оптимальными условиями для MICE-туризма и незабываемых поездок: прекрасной отельной базой, развитой инфраструктурой курортов, современно оборудованными event-площадками, удобным авиасообщением, возможностями для мероприятий любой сложности, широким диапазоном ценовых предложений.

[www.activemice.com](http://www.activemice.com)