



Образовательную сессию под таким названием провела в декабре в отеле Radisson Blu Belorusskaya Ассоциация Бизнес Туризма.

Подготовила Александра ЗАГЕР



Модератор сессии Винфред БАРКСАЙТИС



Конференция вызвала большой интерес у корпоративных клиентов

Тревел-политика: как создавать, развивать и следовать

По мнению **Винфреда Барксайтиса**, модератора сессии из компании W&B Barczaitis gbr, тревел-политика является основой тревел-менеджмента. Доклады спикеров это проиллюстрировали. **Ирина Костюкова** из «Лаборатории Касперского» рассказала о своем опыте создания тревел-политики для российской компании. Она подчеркнула, что в создании тревел-политики должны принимать активное участие не только тревел-менеджеры, но и юристы, бухгалтеры, специалисты по кадрам, а главное – люди, которые часто ездят в командировки. С ней согласились и другие спикеры сессии. Ирина Костюкова также отметила, что важно состыковать глобальную и локальные тревел-политики хотя бы по основным пунктам. Не должно быть так, что люди, стоящие на одной позиции, в командировках жили бы в отелях разных категорий или имели бы принципиально разный класс перелета и обслуживания. Единственное, что привести к общему знаменателю очень сложно, – это размер суточных,

поскольку это во многом связано с локальными особенностями и нормативными актами. Кроме того, желательно, чтобы локальная политика не противоречила глобальной, за исключением тех случаев, когда речь идет о законодательных различиях и налоговых нормативных актах. Тревел-политика – это живой документ, он может и должен меняться с развитием компании. Если этот документ правильно составлен, то он делает бизнес-процессы, связанные с командировками, более прозрачными и привлекает сотрудников к дисциплине в планировании поездок. Кроме того, соблюдение тревел-политики помогает компании экономить тревел-бюджеты. Как правило, в документе прописаны разумные сроки подачи заявок на визы, покупку билетов и оплату гостиниц. Если это делать в последний момент, тарифы могут быть значительно выше. Разумеется, это не касается экстренных случаев, однако и они должны быть указаны в документе. Также из соображений экономической эффективности

имеет смысл дать право тревел-координаторам выбирать отели и билеты в соответствии с тревел-бюджетами, прописанными в документе. В «Лаборатории Касперского» помимо этого необходимо получить визу топ-менеджера, что также дисциплинирует сотрудников, потому что топ-менеджеру надо четко обосновать цели поездки и сделать это заблаговременно. **Татьяна Крайнова** из компании Chibo рассказала о внедрении тревел-политики и проблемах, связанных с несоблюдением основных ее пунктов. Одной из главных проблем, характерных для многих компаний, является несоблюдение сроков подачи заявки на командировки и связанные с этим сложности в их дальнейшей организации. В тревел-политике компании Chibo даны четкие инструкции по оформлению командировки – какие нужны чеки, документы, что должно быть в отчете, а также когда и куда он должен быть сдан. Кроме того, там прописаны единые требования для сотрудников одного уровня всех под-

разделений и филиалов компании, указаны бюджеты, в которые необходимо вписываться, а сам документ составлен с учетом требований штаб-квартиры и имиджа компании в целом. Среди основных нарушений и отклонений от тревел-политики Татьяна Крайнова назвала следующие:

- ✓ несвоевременные запросы на поездку;
- ✓ предоставление неполного пакета документов на поездку;
- ✓ отклонение от основных принципов тревел-политики;
- ✓ долгий процесс согласования поездок;
- ✓ форс-мажоры, связанные с погодными или иными катаклизмами.

Для того чтобы избежать или минимизировать последствия нарушений тревел-политики, Татьяна Крайнова рекомендует проводить дополнительные тренинги и собрания, разъясняющие ряд положений по командировкам, минимизировать срок сдачи отчетов по поездкам, отказываться в оформлении заявок на командировку, если сроки не соблюдены фатально. Она также согласилась с предыдущим спикером, отметив, что процедура дополнительного одобрения руководством поездки очень дисциплинирует сотрудников. О том, как создается и работает «Положение о командировании» в региональной компании крупного международного концерна, рассказала **Марианна Успенская** из компании Siemens. «Положение о командировании» и есть тревел-политика. Это доку-

мент, который должен содержать ответы на все вопросы, касающиеся командировок. Именно поэтому он должен разрабатываться и регулярно обновляться и дополняться коллегиально. Правила, прописанные в документах, едины для всех.

В компании Siemens есть внутренняя электронная система, т. н. «единый электронный тул», куда занесены отели всему миру, в которых сотрудники могут жить, не выходя за рамки тревел-бюджета. И только из этой базы тревел-менеджер и сотрудник, который едет в командировку, может выбрать отель. Исключение делается в том случае, когда у компании нет прямых договоров в городе командирования и нет корпоративной цены, или выбранный отель стоит дешевле, чем те, что есть в базе. Все билеты заказываются в одном тревел-агентстве, которое компания выбирает с помощью тендеров ежегодно.

Марианна Успенская также подчеркнула, что тревел-политику необходимо адаптировать к локальным условиям. Если, например, в Германии в тревел-политике компании есть пункт, согласно которому самолет по возможности заменяется поездом, то в России это невозможно в силу размеров страны. Также строго локализуется и

то, что касается нормативных актов – налоговых и бухгалтерских документов.

Также в рамках сессии была проведена презентация партнеров АБТ – компаний BizKomm, Carey, авиакомпании «Трансаэро».

Представители отеля Radisson Blu Belorusskaya рассказали о своей программе «Эволюция мероприятий». Концепция строится на трех основных принципах: Brain food («пища для ума»: в отеле

Одной из главных проблем, характерных для многих компаний, является несоблюдение сроков подачи заявки на командировки и связанные с этим сложности в их дальнейшей организации

подают только органическую здоровую еду, способствующую активизации умственной деятельности); Brain box (территория нестандартных мероприятий – это дополнительная опция к переговорным комнатам с нестандартным дизайном и необычной мебелью. Здесь можно сидеть не на стульях, а на специальных пуфиках, и писать прямо на стенах); третья составляющая концепции – ведение экологически ответственного бизнеса. В отеле есть бесплатный Wi-Fi, что позволяет сократить расход бумаги, здесь стеклянные столы, где не надо использовать скатерти, а следовательно, тратить воду на их стирку и т. д.



Презентация авиакомпании «Трансаэро»



Ирина КОСТЮКОВА, «Лаборатория Касперского»

ЭКОНОМИЯ ВОЗМОЖНА

Тот, кто уже на этапе планирования деловой поездки очень внимательно изучает цены, может дополнительно снизить расходы. До 10%, как показывает исследование CWT, опубликованное в немецком журнале BizTravel.

Сэкономить больше просто невозможно: к такому выводу пришли в аналитическом исследовании деловых поездок, проведенном организацией VDR – Der Verband Deutsches Reisemanagement e.V. – и опубликованном в июне. 90% опрошенных ответили, что в современных экономических условиях практически не остается лазеек для дальнейшей экономии. «Это ошибка», – возражает по этому поводу исследование, проведенное туроператором деловых поездок CWT – Carlson Wagon Travel. Это исследование называется Licht ins Dickicht («Свет в дебри») и предлагает 20 советов, с помощью которых менеджер по организации поездок может сократить ваши расходы по поездкам. BizTravel перечисляет важнейшие рекомендации:

- ✓ Торгуйтесь с авиалиниями о сокращении или освобождении от уплаты дополнительных сборов, например, за багаж и еду на борту. Они составляют порядка 6% от расходов компании по авиаперелетам, но только 55% всех менеджеров это учитывают.
- ✓ Торгуйтесь о скидках на топливные сборы. Они могут быть предоставлены на основе годового оборота в конце года.

Сборов на керосин согласно данным CWT с апреля 2011 года росли вдвое быстрее, чем цены на нефть.

- ✓ Проверяйте регулярно, правильно ли внесены в систему бронирования согласованные тарифы и скидки. Анализ конкретных примеров показал, что 6% этих тарифов были указаны некорректно или учтены слишком поздно. А это означает потерянную возможность сэкономить.
- ✓ Помните, очень важно, чтобы полученными вами тарифами и скидками действительно можно было воспользоваться. В противном случае уже сами переговоры о таких скидках являются пустой тратой времени. На наиболее часто бронируемых направлениях эти тарифы и условия должны быть в наличии для всех авиалиний, классов бронирования и согласно оговоренным срокам предварительного бронирования.
- ✓ Обязуйте ваших сотрудников бронировать поездки заранее. Чем раньше, тем лучше. Ведь тот, кто заранее выкупает билет, экономит больше всего, особенно на международных тарифах экономического класса. Как правило, 75% путешествующих бронируют примерно за две недели до поездки, а это значит, что они платят слишком высокие цены.
- ✓ Продолжайте договариваться о дальнейшем снижении тарифов для компании, если есть объемы. Даже если в краткосрочной перспекти-

ве бронирование по самым низким на данный день ценам и является более выигрышным. Впоследствии ваши усилия окупятся.

- ✓ Договоритесь с авиакомпанией о том, чтобы у вас был доступ к билетным тарифам других стран. Они в некоторых случаях ниже, чем немецкие. Однако не стоит забывать, что их использование без разрешения может иметь правовые последствия.
- ✓ Ясно и четко пропишите в ваших инструкциях по командировкам и деловым поездкам, каким каналом бронирования должны пользоваться путешествующие (например, онлайн, офлайн или через партнерское турагентство). Тем самым вы сможете лучше контролировать расходы, направлять поток на предпочтительных поставщиков услуг и в конечном счете укрепите ваши позиции при переговорах с ними.
- ✓ Уточните, начиная от скольких часов полета вы разрешаете бронирование бизнес-класса (например, от пяти или шести часов). А также обязуйте бронировать полеты с пересадкой, если они, например, дешевле на 200–250 евро и время на пересадку максимально составляет от 2 до 2,5 часов.
- ✓ Установите по аналогии с отелями максимальные ценовые границы для авиабилетов, чтобы побудить путешествующих бронировать билеты на более бюджетные авиакомпании. Эти лимиты должны быть установлены на определенные маршруты перелетов и постоянно контролироваться.
- ✓ Поощряйте своих путешественников по аналогии с тем, как это делают авиакомпании своими бонусными мильными программами. Например, за то, что они сильно заранее по низким тарифам или через правильный канал бронируют полеты. ■

Основные нарушения и отклонения от тревел-политики

- несвоевременные запросы на поездку;
- предоставление неполного пакета документов на поездку;
- отклонение от основных принципов тревел-политики;
- долгий процесс согласования поездок;
- форс-мажоры, связанные с погодными или иными катаклизмами.