
MICE-индустрия и методические особенности подготовки кадров для крупных международных мероприятий

(на примере реализации рабочей программы кафедры иностранных языков делового общения РЭА им. Г.В. Плеханова)

Байбурова О.Р.,

доцент кафедры иностранных языков делового общения РЭА им. Г.В. Плеханова

В статье рассматриваются актуальные вопросы подготовки кадров для индустрии гостеприимства и, в частности, для MICE индустрии. Автор предлагает ознакомиться с опытом работы кафедры иностранных языков делового общения РЭА им. Г.В.Плеханова в свете подготовки России к Зимним Олимпийским Играм в Сочи.

Ключевые слова: деловой туризм, индустрия встреч, Олимпийские игры, подготовка кадров, повышение квалификации, обучение иностранному языку.

The author analyses compelling issues related to training of personnel for hospitality industry and for MICE industry in more detail. Higher educational institutes specializing on training students for hotel, restaurant and tourism industry have analyzed international and Russian peculiarities of modern curriculums and new approaches to development of personnel for the hospitality in changing environment

and globalization of the industry. In the following article we share the experience of student's training at Plekhanov Russian Academy of Economics for big international events and especially for coming Winter Olympic Games in Sochi.

Key words: business tourism, events industry, Olympic Games, training, further training, teaching foreign language.

Еще совсем недавно такие понятия как «деловой туризм», «индустрия встреч», «инсентив-туризм» практически всем нам были знакомы исключительно из учебников по гостеприимству. Сегодня же они становятся неотъемлемой частью ежедневной практики, и сугубо профессиональный термин MICE-индустрия¹ приобрел более широкую известность. В настоящее время объемы

¹ Аббревиатура MICE означает четыре направления делового туризма: Meetings – деловые встречи; Incentives – поощрительные туры (инсентив туры) для сотрудников, партнеров, клиентов; Conferences – организация конференций, участие в выставках; Events – организация корпоративных мероприятий.

турпотоков в РФ во многом увеличиваются за счет иностранных и российских бизнес-туристов. Судя по экспертным оценкам, в ближайшие десять лет мир ожидает буквально взрыв бизнес-туризма. В этом процессе надлежащее место должна занимать и наша страна, которая все больше включается в мировые экономические процессы, следуя общей тенденции глобализации.

Динамичный рынок MICE ежегодно обеспечивает 610 млн. деловых поездок и почти \$430 млрд финансового оборота. По прогнозам специалистов, к 2020 году этот показатель возрастет в 5 раз — до \$2 трлн в год.

Сегодня безусловными мировыми лидерами рынка считаются США, Великобритания, Германия и Австралия. Но к ним быстрыми темпами приближаются другие страны Европы, а также Южная Корея, Индия, Таиланд, Япония, Бразилия, Мексика и Южная Африка. Китай же, по прогнозам специалистов, к 2015 году вытеснит США из тройки лидеров. Российский рынок мероприятий и поездок «по делу» находится сегодня в состоянии активного развития и, согласно статистике, растет со скоростью 10–20% в год. При этом скорость роста одной из его составляющих — деловых поездок — превышает скорость роста самого сегмента и составляет 30%. К сожалению, стереотип о том, что MICE-индустрия заключается лишь в обслуживании деловых поездок и мероприятий — достаточно живуч. Поэтому сегмент этой индустрии в российском туристическом законодательстве до сих пор не выделен и не прописан, что препятствует созданию государственной программы поэтапного развития и стимулирования этого вида туризма.

А ведь если обычный турист тратит в нашей стране в среднем около \$300 в день, то MICE-клиент — тысячу и даже больше. И, как показывают маркетинговые исследования, в отличие от других видов турпоездок бизнес-туризм круглогодично обеспечивает загрузку гостиничных предприятий, что особенно важно в период низкого сезона. Во времена любых экономических спадов и кризисов сфера делового туризма страдает менее всего, а порой

даже увеличивает свои объемы. В среднем, обслуживание корпоративных бизнес-туристов приносит гостиницам до 40–50% дохода и значительно способствует повышению их конкурентоспособности. Такие показатели характерны именно для бизнес-отелей с развитой инфраструктурой соответствующих услуг. Деловые туристы стимулируют развитие сопутствующей сферы услуг, что создает новые рабочие места, способствует развитию малого и среднего бизнеса и отражается в виде доходных поступлений в бюджеты разных уровней. Именно на поступления от иностранных гостей приходится сейчас две трети российского рынка делового туризма. Неудивительно, что сегмент рынка бизнес-мероприятий и поездок не остается без внимания. В последние годы сформировался ряд специализированных компаний, работающих исключительно в сфере MICE. Их целью является успешное проведение любых корпоративных мероприятий. Кроме того, большинство уважающих себя и с уверенностью смотрящих в будущее туристических компаний открыли отделы, обслуживающие MICE-сектор. Россия обладает огромным потенциалом для развития MICE-индустрии. Но, к сожалению, этот потенциал только начинает обращать на себя внимание зарубежных деловых кругов. Специалисты считают, что России, подобно другим странам, необходимо организовывать региональные деловые центры, альтернативные Москве и Санкт-Петербургу, такие как Франкфурт, Барселона, Флоренция, Чикаго или Шанхай. Здесь особенно ощутима конкуренция со странами Восточной Европы. Никому из европейских MICE-компаний 10 лет назад и в голову не приходило организовывать поездки в Прагу или Будапешт. Сейчас эти города — настоящие Мекки бизнес-туризма.

Среди условий, при которых может иметь место успешное развитие делового туризма и индустрии MICE, особое место занимают высококласная гостиничная инфраструктура, предоставление необходимых условий для качественного проведения мероприятий, удобные конференц-залы, оборудование, бизнес-центры. И что наиболее важно — це-

ленаправленная и всесторонняя подготовка соответствующих кадров, умеющих понимать специфику и нюансы делового туризма.

Организации, координирующие работу индустрии гостеприимства, активно участвуют в создании базы для развития бизнес-туризма в нашей стране. Мы остановимся на проблеме подготовки кадров для МИСЕ индустрии. В последние годы уже сделаны определенные шаги. Например, Российская Гостиничная Ассоциация (РГА) выступает за участие в организации обучающих программ и непосредственную работу по подготовке кадров и повышению квалификации сотрудников, содействие в подборе персонала. Высшие учебные заведения, специализирующиеся на гостиничном и туристическом бизнесе, начинают анализировать зарубежный и отечественный опыт подготовки кадров и составляют свои программы обучения, учитывая изменяющиеся потребности рынка. В данной статье мы предлагаем ознакомиться с опытом работы кафедры иностранных языков делового общения РЭА им. Г.В.Плеханова. Перед ней была поставлена задача заблаговременно разработать программу подготовки наших студентов для участия в зимних Олимпийских Играх в Сочи. Современные международные соревнования требуют тщательной заблаговременной подготовки. В связи с этим были изучены исторические материалы по подготовке к крупным международным мероприятиям в нашей стране и за рубежом, в т.ч. проведению Олимпиады в Москве.

Проанализировав материалы печати тех лет, мы обнаружили, что одной из главных проблем проведения Олимпийских Игр руководители Оргкомитета «Олимпиада-80» считали подготовку и отбор людей. В различных сферах обслуживания потребовалось дополнительно подготовить 150 тысяч специалистов. Тогда эта проблема была во многом решена с помощью привлечения к работе на Олимпиаде студентов и преподавателей высших учебных заведений. Также привлекались специалисты многих предприятий, хоть немного владеющие иностранным языком. В основном они работали в отрядах по обслужи-

ванию гостей на добровольных началах во время каникул, отпуска или за отгулы на работе.

В современных условиях организаторы олимпиады также определенно столкнутся с проблемой привлечения большого количества обслуживающего персонала. Он будет нужен как в Сочи, так и в тех городах, куда захотят поехать гости Олимпиады после соревнований. В 1980 году, например, список городов, предлагаемых для посещения иностранцам, ограничивался популярным маршрутом Золотого кольца и порядка десяти крупных городов. Сейчас в условиях открытости страны мы должны быть готовы удовлетворить любые пожелания гостей. Необходимо подготовить обширную экскурсионную программу по всей стране. Очевидно, что большинство участников и гостей Олимпиады захотят посетить нашу столицу. Кроме того, можно предположить, что немалое количество официальных мероприятий перед открытием и после закрытия Олимпиады будет проводиться в Москве. Кто же будет обслуживать это огромное количество гостей? Несмотря на то, что количество персонала в индустрии гостеприимства с каждым годом увеличивается, профессионалов на момент проведения Олимпийских Игр определенно не хватит. Потребуется большое количество гидов, переводчиков, организаторов спортивных мероприятий, координаторов и дополнительных работников в отелях и турфирмах. Таким образом, участие студентов и преподавателей вузов в данной работе, очевидно, неизбежно. В частности, в РЭА большая ответственность будет лежать на кафедре гостиничного и туристического бизнеса. В связи с этим проанализируем потребности делового туризма вообще и условия успешной организации такого значимого события в истории нашей страны, как проведение Олимпиады.

Между массовым и деловым туризмом – значительная разница. Ординарные турфирмы зачастую полагают, что достаточно предложить клиенту пакет сервисных услуг по формуле минимум-минимум: аренду зала, кофе-брейки и аренду основного оборудова-

ния. В результате заказчик вынужден организовывать нужные ему дополнительные услуги самостоятельно, не имея возможности получить более выгодные цены за счет пакетирования. Между тем стандартный конференц-пакет, предлагаемый специализированными компаниями, включает в себя авиаперелет, трансферы, услуги по размещению участников, подготовку информационной и рекламной продукции, аренду конференц-зала и оборудования, питание и визовую поддержку. Зачастую в него входят развлекательные мероприятия, экскурсии, спортивные игры и, конечно же, гала-ужин. Перечень дополнительных услуг включает в себя логистику переездов, VIP-обслуживание, услуги переводчиков, кейтеринг, фото- и видеосъемку, создание интернет-сайта мероприятия с регистрацией участников и мультимедийных презентаций. Кафедра гостиничного и туристического бизнеса РЭА им. Г.В. Плеханова обучает студентов всем этим аспектам работы. Однако некоторые виды навыков требуют отработки не только на русском, но и на английском языке. Для этого кафедра иностранных языков делового общения проводит со студентами практические занятия, на которых они осваивают виды деятельности, необходимые для успешной работы в индустрии гостеприимства.

Согласно рабочей программе по английскому языку студенты III и IV курсов, обучающиеся по специальности 060800 «Экономика и управление на предприятии. Гостиничное, ресторанное и туристическое хозяйство», выполняют следующие проекты: «Разработка и проведение экскурсии по Москве», «Разработка тура и его презентация» и «Презентация проекта гостиницы или ресторана».

Подготовка к данному виду деятельности начинается на втором курсе. В соответствии с планом подготовки специалиста в области гостеприимства в рабочую программу по английскому языку включены следующие темы: «Историческое наследие: его роль в современном гостиничном бизнесе. Организованные туры и экскурсии. Мировые музеи и выставки. Описание достопримечательностей и му-

зейных экспонатов. Ознакомление с техникой проведения экскурсии в музее. Составление индивидуальных экскурсионных программ. Презентации экскурсионных туров. Деловые поездки. Организация деловой поездки. Способы повышения уровня обслуживания бизнес туристов. Организация и проведение конференций в гостинице. Составление рекламных материалов для выставок и конференций». Студенты на английском языке изучают фактический материал, расширяют свой словарный запас по теме и учатся профессионально представлять популярные туристические объекты.

На III курсе студенты выполняют групповой проект «Экскурсия». Всю подготовительную работу они делают самостоятельно и отчитываются перед преподавателем каждую неделю за определенный этап подготовки. На первой неделе после получения задания студенты определяют маршрут, целевую аудиторию, которой будет интересна данная экскурсия, и оптимальное количество туристов. Они сами объединяются в группы по 2-3 человека и распределяют между собой обязанности. На второй неделе студенты сдают преподавателю развернутый план презентации своей экскурсии. На третьей неделе группа показывает подготовленные рекламные материалы и другие наглядные компоненты презентации. На четвертой неделе студенты сдают полный текст презентации в письменной форме. После исправления ошибок и корректировки содержания каждая мини-группа репетирует свою презентацию вместе с преподавателем кафедры иностранных языков. Сама презентация проводится по мере готовности всех групп и оценивается комиссией в составе нескольких преподавателей кафедры иностранных языков, приглашенных представителей кафедры гостиничного и туристического бизнеса, а также представителей деканата. В будущем мы планируем приглашать преподавателей других вузов, ведущих подготовку кадров для индустрии гостеприимства, а также специалистов по повышению квалификации работников туристической и представителей отрасли. Наиболее успешно подготовленные

экскурсии мы планируем проводить на местности, чтобы студенты получали практические профессиональные навыки, выполняя этот вид работы. Известно, что одним из основных недостатков подготовки кадров для индустрии гостеприимства в российских вузах считается недостаточный практический опыт.

Проведение экскурсии на английском языке позволит студентам приобрести профессиональные навыки, обогатит их словарный запас по выбранной тематике на английском языке и расширит общий кругозор.

В отличие от стандартных, давно известных экскурсий, разрабатываются новые интересные маршруты, которые могут удовлетворить более широкие запросы гостей столицы. В этом году наиболее интересными были признаны следующие маршруты:

- Старый Арбат. Вехи разных этапов;
- «Высотки» Москвы: история существующих и нереализованных проектов;
- Коломенское;
- Кусково;
- Дарвиновский музей — инновационные методы в размещении экспозиций;
- Царицыно.

Победителем стала экскурсия одного дня в Царицыно с посещением музеев, прогулкой по парку, кормлением уток и ланчем на лужайке под открытым небом.

Не составит труда нашим студентам провести экскурсию и по известным достопримечательностям Москвы.

В последние годы студентам IV курса предлагалось также разработать тур в зарубежную страну. При этом они должны полностью проработать все детали путешествия, а именно — варианты транспортировки, размещение, экскурсионную программу, оформление страховки и визы. Предлагалось также просчитать стоимость тура и определить возможных клиентов, которым будет интересна такая поездка. Студенты распределяют между собой обязанности по подготовке тура и работают самостоятельно. Это позволяет им освоить навыки командной работы и проявить лидерские качества, что так важно для индустрии гостеприимства, т.к. конечный результат за-

висит от слаженности всего коллектива.

В будущем мы планируем предложить студентам разработать тур в российский город и, возможно, съездить группой по этому маршруту. Таким образом, к 2014 году мы накопим варианты интересных маршрутов по Подмосковию и другим городам России. Эти туры могут быть предложены гостям Олимпиады. При определенной поддержке ректората и студенческого совета вполне возможно организовать студенческую турфирму на время прохождения Олимпиады.

По специальности «Экономика и управление на предприятии. Гостиничное, ресторанное и туристическое хозяйство» на каждом курсе обучается порядка 50 студентов. Это совсем немного, если учитывать масштабы предстоящего мероприятия. Тем более что наших студентов будет целесообразно привлечь к работе в отелях и на предприятиях общественного питания. Следует учесть, что в Академии на других факультетах обучается много студентов, имеющих высокий уровень языковой подготовки. В связи с этим вполне целесообразно организовать обучение по цепочке. Студенты III, IV и V курсов, а также аспиранты кафедры гостиничного и туристического бизнеса, разработавшие интересные экскурсии на английском языке, смогут набрать себе учеников с других факультетов и подготовить их к работе на Олимпиаде. Количество людей, способных провести интересную познавательную экскурсию, в итоге многократно увеличится и позволит не отвлекать студентов от занятий на каждый день проведения Олимпиады. Штаб по координации обучения, базу данных и распределение студентов по экскурсиям могут обеспечить студенты старших курсов при помощи преподавателей кафедры иностранных языков делового общения и кафедры гостиничного и туристического бизнеса. Студенческий совет также сможет принять активное участие в осуществлении этого проекта. В РЭА им. Г.В. Плеханова накоплен большой опыт межкафедрального сотрудничества и реализации совместных проектов. В частности, на инженерно-экономическом факультете кафедра иностранных языков де-

лового общения и кафедры гостиничного и туристического бизнеса давно осуществляют подготовку специалистов по скоординированному межкафедральному плану. Ряд преподавателей кафедры иностранных языков имеет опыт работы в индустрии гостеприимства, некоторые прошли стажировку в иностранных вузах по специальности, успешно сдали там профессиональные экзамены и имеют опыт преподавания дисциплин туристического направления на иностранном языке. В свою очередь, ряд преподавателей кафедры гостиничного и туристического бизнеса читают лекции на английском языке, работают в

комиссиях по оценке студенческих проектов «Экскурсия», «Тур» и «Проект гостиничного и ресторанного комплекса». Обе кафедры регулярно участвуют в международных проектах и принимают у себя иностранных студентов и преподавателей. Полагаем, что стоит учесть опыт подготовки кадров в РЭА им. Г.В. Плеханова и привлечь наиболее квалифицированных преподавателей и перспективных студентов к подготовке зимних Олимпийских Игр в городе-курорте Сочи, а также других крупномасштабных международных мероприятий, проводимых в России.

Литература

1. Агавец В.У., Поликарпова Г.М. Олимпийские Игры. Из прошлого - в будущее. СПб.: ГАФК им. П.Ф.Лесгафта, 1996.
2. Джанджугова Е.А. Маркетинг туристских территорий. М.: Академия, 2006.
3. Игры XXII Олимпиады. Т.2. Подготовка и проведение. М., 1981.
4. Ланда Б.Х. Туризм и методика преподавания. Казань: КНПО ВТИ, 1996.
5. Методическое пособие к экскурсиям: «Москва – столица СССР, столица XXII Олимпийских игр», «Выставка достижений народного хозяйства СССР». М., 1979.
6. Юлгушев Р. Деятельность российских отраслевых объединений и компаний в индустрии MICE // Парад Отелей. 2005. № 5.
7. www.e-perspektiva.ru/knowledge/articles/38802/.
8. www.p5z.ru – официальный сайт гостинично-коллсантинового центра «Персона 5 звезд».
9. <http://www.ratanews.ru/news/>.