

Wellness & Spa
FOUR ELEMENTS
Borodino Club Hotel —
СТИХИИ УНИКАЛЬНЫХ
УДОВОЛЬСТВИЙ

Татьяна
Поберей:
Люди, которые
работают с людьми



- Пожалуй, лучшее SPA в России
- «Открой Приволжье»
- Британские страшилки
- Неделя хаускипера
- «Комфорт и уют — 2013»

ПЕРВАЯ ХАУСКИПИНГОВАЯ КОМПАНИЯ

АГОТЕЛЬ

Аутсорсинг и аутстаффинг



Мы возьмем на себя заботу о Вашем отеле,
чтобы Вы могли заняться тем, что действительно важно...
Своими Гостями

agotel@mail.ru
+7 495 988 39 78
ул. Ленинская слобода, д.19

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-45568 от 23 июня 2011 г.

Учредитель Екатерина Шулгина
Издатель ООО «Медиадом «Планета Отелей»



Главный редактор Сергей Шунин
hotelsmedia@mail.ru
shunins@yandex.ru
Обозреватель Андрей Алексеев
Редактор международных новостей Татьяна Редкова
Фотограф Александра Козлова
Корректор Рина Орлова
Рекламный отдел:
hotelsmedia@mail.ru
Отдел подписки
dostavka_po@mail.ru
Дизайн и верстка Марат Гилманов
ООО «ТЭК-Дизайн»
maratg70@mail.ru
www.make-vision.ru



На обложке
Татьяна Поберей, управляющий директор
отеля «Акварин»
Фото — Михаила Грушина

Фотобанк гостиничных интерьеров
предоставлен компанией
«Арт Мебель Отель»

За сведения, опубликованные в журнале,
редакция ответственности не несет.
При использовании материалов ссылка на
издание обязательна.

«Планета Отелей» № 4 (9) 2012 г.
Тираж 5 000 экземпляров
Формат С5 (170 x 224 мм)
Почтовый адрес редакции:
109263, Москва, а/я 23, Шунину С.А.



Дайджест-news

За рубежом

Новости компаний

Анонс

Новости	6
News	8
Бизнес-туристы растут. В цене	10
«Идеал Стандарт» укрепляет позиции	11
«Коммерц-Проект» идет в Сочи	11
«Конкуренция по правилам и без» и Бал отельеров	12
Equip'Hotel — 2012	13





Конкурс	«Комфорт и уют — 2012»	14
События	Русская неделя хаускипера	22
	Открываем Приволжье	24
Лица гостеприимства	Татьяна Поберей: «Бизнес для людей и с людьми»	26



Живой проект	«Грабли» для российских отельеров	30
	Пожалуй, лучшее SPA в России	32



Азбука управления	Бизнес-аттестация от АБТ	38
Дела столичные	Британские страшилки и реалии московского рынка	42
Современная сантехника	Мы выбираем?	48
Изнанка гостиничного бизнеса	Здесь барство дикое, без чувства, без закона...	54



Практикум	Агрессия и защита от нее	56
Страничка инвестора	Кому СНиП не писан?	62
	Всевидящее око	68
Люди профессии	Your made may day	72
Экскурсия	По Красному городу и окрестностям	74
Территория хаускипера	Работа горничной: от А до Я	78
NB	Подписка	80



КОММЕРЦ-ПРОЕКТ двери, мебель, интерьер

Двери для гостиниц нашего производства — это безопасность, долговечность, стойкость к повреждениям и привлекательность дизайна. Наши двери обладают высокой звукоизоляцией и повышенной пожаробезопасностью.

Гостиничные двери от нашей компании могут быть оснащены электронными замками различной модификации, доводчиками, автоматическими порогами и фурнитурой высокого качества.

Наши двери для гостиниц будут долго радовать Ваших гостей и служить вашему бизнесу.

Имеются все необходимые сертификаты.



Москва,
Волгоградский пр-т, д. 47
Бизнес-центр «Cube»

Тел./факс: (495) 991-93-55
(495) 988-64-72

e-mail:
7488947@mail.ru
info@procommerc.ru

www.procommerc.ru
www.vse-dlya-gostinits.ru

Второй Всероссийский конкурс «Комфорт и Уют» Весна — 2013



Медиадом «Планета отелей» объявляет о начале приема заявок на весеннюю сессию профессионального гостиничного конкурса «Комфорт и Уют — 2013»
Время проведения — февраль-апрель 2013

Номинации:

Гостиничный ресторан:

- лучший официант •
- лучший бармен •

SPA-отель:

- лучший администратор •
- лучший SPA-мастер •

К участию приглашаются гостиничные предприятия и партнерские компании, предоставляющие аутсорсинговые услуги по данным направлениям.

Прием заявок — hotelsmedia@mail.ru

Подробности — на сайте организаторов

www.миргостеприимства.рф

www.hotelsinfoclub.ru

+7 (926) 203 62 22

+7 (926) 717 08 28



Генеральный информационный спонсор — журнал «Планета отелей»



Лето пролетело. Позади остались теплые дни, напоенные ароматом степных трав, ласковым плеском морских волн под ногами, чистыми струями водопадов, кристально-холодными даже в самый жаркий день.

Лето пролетело. Тоскливые клинья улетающих журавлей отпевают последние погожие деньки.

Лето пролетело. Началась осень с увядающими листьями, солнцем, золотящимся в кружевах ясеней, и... работой на гостиничном фронте. Не успевшие прийти в себя после затишья сотрудники городских отелей принимают волны застоявшихся без командировок бизнес-гостей, а у курортных отельеров наступило относительное затишье.

Итак, чем же мы порадуем вас в этом осеннем номере? Поделится своей радостью — Первый Всероссийский гостиничный конкурс «Комфорт и уют — 2012» состоялся. «Прям кино-кино», — сказала о нем одна из руководителей московских отелей. И действительно, мероприятие получилось живым, ярким и... полезным. Чествование победителей состоится 28 сентября на выставке «Отель» в Крокус Экспо, Москва, а пока в рубрике «Конкурс» можете почитать — как все было.

Продолжаем следить за реализацией проекта Four Elements Borodino Club Hotel. Несмотря на сложности с ресурсообеспечением объекта, проект движется к логическому завершению: Ирина Бортякова, один из ведущих специалистов отдельной SPA-индустрии, уже приступила к оборудованию Wellness & SPA-центра.

Поговорим и о состоянии московского рынка, ценообразовании и путешествиях, строительстве и интернет-маркетинге, форумах и конференциях, тайнах профессии и людях, посвятивших жизнь гостеприимству. Пожалуй, в этом номере не будем говорить только об обязательной классификации — все, что можно, уже сказано, а впустую сотрясать воздух — не в наших правилах.

Приятного чтения!

Главный редактор «ПО»

Сергей Шунин

Хлебосольный Волгоград

25-27 октября в Волгограде — одном из городов, претендующих на проведение отборочных туров Чемпионата Мира по футболу 2018 г., — пройдет выставка гостинично-ресторанного сервиса. Как отмечают организаторы, это единственная в области бизнес-площадка для коммуникации профессиональных отельеров и рестораторов. Мероприятие призвано содействовать повышению культурного уровня обслуживания населения в кафе и ресторанах города, продвижению на региональный рынок новейшего оборудования для гостиниц и ресторанов, качественных продуктов питания и напитков, укреплению действующих и установлению новых взаимовыгодных связей и деловых контактов между производителями и торгующими организациями.



Имена — в отели

Интересное решение для увеличения номерного фонда приняло правительство Ленинградской области. Старинные здания: усадьбы Демидовых, Климова, Альбрехтов, имения Скреблова и Врангелей, Ропшинский дворец, дачу Боткина, расположенные вблизи Санкт-Петербурга и находящиеся в «плачевном» состоянии из-за нехватки средств, — решено передать в аренду предпринимателям для реставрации и переоборудования в отели, культурные центры и базы для любителей охоты и рыбной ловли.



Women's only!

Перешагнув границу России, мода на номера, которые сдаются исключительно женщинам, шагнула сразу на Урал. Недавно в екатеринбургских гостиницах «Вознесенский» и «Онегин» открылись апартаменты «Women's only». Множество неожиданных сюрпризов и приятных мелочей, букеты живых цветов, коллекции «женских» фильмов, книг и журналов, большое количество подушек на кроватях с балдахинами встречают путешественниц. Отметим, что переоборудование не сказалось на цене, а во всем мире подобные номера пользуются огромной популярностью.

Московский Сити-тур

25 августа по столице впервые проехали яркие красные даблдекеры, хорошо знакомые жителям практически всех европейских столиц. Двухэтажные экскурсионные автобусы начали курсировать по историческому центру Москвы: Кремль, Храм Христа Спасителя, ГМИИ им. А.С. Пушкина, Большой театр, другие знаменитые места. Это лишь один из трех запланированных маршрутов. Проект осуществлен компанией CitySightseeing (Испания) при поддержке Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы и Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города. Как отметил Энрике Умбарра, президент CitySightseeingWorldWide, «мечта о реализации проекта родилась в 2007 году, и сегодня она становится реальностью!».

Texcare Forum Russia

26-27 сентября в Центральном доме предпринимателя (Москва) пройдет Международный форум и VI съезд работников предприятий химчистки и прачечных. Текстильный сервис — новое для России направление бизнеса, и возможность собрать на одной площадке основных игроков рынка, обсудить проблемы отрасли станет знаковым событием для профессионалов рынка химической чистки, промышленной стирки и текстильного сервиса. Напомним, Texcare Forum Russia — дочерний бренд выставки Texcare International (Франкфурт), лидирующей в сегменте мероприятий, посвященных уходу за текстильными изделиями с 1956 года. На территории России бренд впервые был представлен в 2009г.

texcare
forum **RUSSIA**

26-27 сентября 2012 г.
МВЦ «Крокус Экспо», Москва

Международный форум современных технологий промышленной стирки, химической чистки, профессиональной уборки и текстильного сервиса

- ▶ 6-ой Всероссийский съезд работников предприятий химической чистки и прачечной индустрии «Обеспечение безопасности предприятий отрасли»
- ▶ Конференция «Проблемы развития аренды и проката номерного текстиля и униформы в сфере индустрии гостеприимства»
- ▶ Конференция «Современные тенденции развития рынка аренды и проката рабочей одежды»
- ▶ Мастер-классы по уходу за текстильными покрытиями

Официальные партнеры:



Туристов – миллиард!

По предварительным подсчетам Всемирной Туристской Организации, общее число путешественников в мире в течение текущего года достигает рекордной отметки в один миллиард человек. За первые полгода уже зафиксировано 467 млн. путешествий, что тоже является рекордной цифрой и превышает показатели предыдущего года на 5% (или 22 млн.).

Самый большой прирост (8%) показал Азиатско-Тихоокеанский регион, в основном за счет Южных и Юго-Восточных стран, а также возрождающегося после прошлогодней катастрофы туризма Японии.



Европа – самый посещаемый регион мира – несмотря на затянувшийся экономический кризис, тоже дала прирост в секторе туризма. Здесь в первой половине текущего года было зафиксировано на 4% туристических прибытий больше. Причем основной прирост пришелся на страны Центральной и Восточной Европы – 7%, что составляет резкий контраст с южноевропейскими и средиземноморскими странами, где прирост составил всего 1%.

**... и ночевки растут в цене**

Согласно последнему ценовому исследованию hotels.com Hotel Price Index (HPI), в первые шесть месяцев текущего года путешественники всего мира стали платить за одну ночевку в среднем на 4% больше, чем годом раньше. Рост этого показателя, который зафиксирован впервые за последние пять лет, демонстрирует, что экономическое восстановление мировой гостиничной индустрии прошло успешно. В течение первых шести месяцев 2012 года цены выросли во всех регионах: в Азиатско-Тихоокеанском на 6%, в Северной Америке на 5%, а вот в Латинской Америке, Европе и на Ближнем Востоке темпы роста цен не такие впечатляющие – 1% за год.

Бюджетные отели Ikea

Шведская компания по производству мебели для дома Ikea планирует развернуть по всей Европе сеть бюджетных отелей. Однако известно, что для гостиничного бренда название мебельного гиганта взято не будет и в мебелировке номеров не планируется использование предметов интерьера Ikea.

Предположительно, первый отель этой сети откроется в Германии в 2014 году. При этом Ikea планирует работать в партнерстве с одной из европейских управляющих компаний.

**В Москве – Delano**

В 2015 году Morgans Hotel Group откроет в Москве отель на 160 номеров под своим брендом Delano.

Планируется, что Delano Moscow расположится в деловом центре «Москва-Сити».

На Украине – Renaissance

Marriott International открывает свой первый отель на Украине под брендом Renaissance. Ожидается, что он расположится в здании бывшего Kiev's Leipzig Hotel, находящегося в центре города, в пешей доступности от площади Святой Софии.

Renaissance Kiev на 173 номера планируется открыть в середине 2013 года после переоборудования здания гостиницы, которое осуществляется силами Subsidiary Enterprise Grand Plaza.

Дорогой Стокгольм

С точки зрения стоимости размещения туристов, самой дорогой столицей Европы в этом году стал Стокгольм. Таковы результаты исследования, проведенного компанией CheapHotels.org, в котором сравнивались цены на гостиничные услуги 30 самых популярных европейских туристических столиц за период с июня по август 2012 года включительно.



В основу была положена стоимость самого дешевого двухместного номера в городе (считались только гостиницы категории не ниже 2*). Таким образом, цена в рейтинге отражает, какую минимальную сумму путешественникам пришлось потратить за размещение в некоторых европейских городах этим летом. Итак, границу в 100 евро за ночь перешагнули Стокгольм (111 евро), Эдинбург (109 евро), Венеция (103 евро), Цюрих (101 евро). Осло, Копенгаген, Лондон держали минимальные цены от 91 до 94 евро. Самые низкие цены оказались в Ницце (78 евро), Париже (73 евро) и Дублине (71 евро).

Бизнес-туристы растут. В цене

Татьяна РЕДКОВА

Отчет, опубликованный в августе одним из крупнейших мировых операторов корпоративного туризма Hogg Robinson Group, показывает, что из 50 самых дорогих городов мира 23 в текущем году продемонстрировали прирост цен. Возглавляют этот список Мехико с ростом в 20%, Сан-Франциско — 11% и Дубай — 10%.

С этим перекликаются и данные компании, обслуживающей гостиничные транзакции Pegasus Solutions. Согласно ее отчету, корпоративные тарифы по всему миру в июне 2012 года были выше, чем год назад, на 3%, а в Северной Америке рост составил 6%.

К сожалению корпорантов, рост цен пришелся на время, когда траты на деловые поездки были урезаны в попытках смягчить последствия экономического кризиса. Однако компании находят способы снизить свои расходы. Одна из тенденций — отказ от отелей класса «люкс» в пользу включения в тревел-политику размещения сотрудников в бюджетных отелях или апартаментах. Однако эксперты не рекомендуют в целях экономии бездумно направлять сотрудников в недорогие гостиницы, расположенные, как правило,



Корпоративные тарифы — те, что оплачиваются не клиентом, а работодателем, — за последнее время выросли по всему миру. В особенности это относится к странам Северной и Латинской Америки, Азии и Ближнего Востока, поскольку увеличивается количество путешествующих по этим направлениям с целью сбыть свой товар, встретиться с клиентами или партнерами.

на окраинах и в предместьях. Если отель слишком далеко от центра города, то путешественникам влетит в копеечку постоянное использование городского транспорта. «Золотая середина» — гостиница в разумной удаленности от центра, но удобно расположенная по отношению к узлам городского транспорта. Это может стать отличным решением, которое позволит сэкономить деньги.

Другой путь — заблаговремен-

ное планирование командировок сотрудников: раннее бронирование может сэкономить до 30% стоимости ночевки.

Повышение затрат на размещение сотрудников подтолкнуло компании уделять больше внимания программам лояльности отелей и сетей, а также более ответственно подходить к переговорам с гостиницами в борьбе за корпоративные тарифы. □

«Идеал Стандарт» укрепляет позиции

Представительство компании «Идеал Стандарт» в целях повышения качества работы с рынком, в том числе и гостиничными предприятиями России, создало собственную коммерческую структуру. По мнению Владимира Токаева, руководителя представительства «Идеал Стандарт» в России,

такой формат ускорит процесс работы с объектами и будет служить гарантом точного соблюдения сроков поставки и комплектации заказов. Кроме того, эта структура возьмет на себя функции гарантийного и постгарантийного обслуживания поставляемой продукции.

Напомним: Ideal Standard Interna-

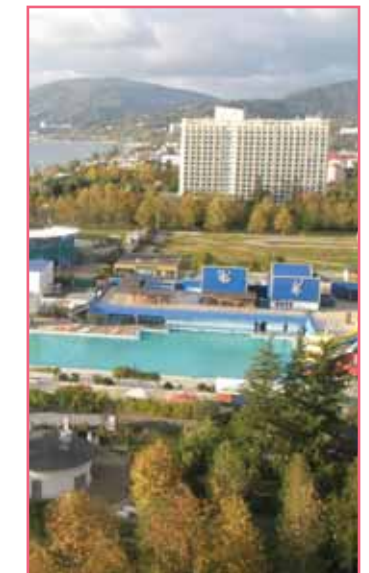
tional — один из лидеров мирового рынка профессиональной сантехники. Продукция представлена на рынках более чем 100 стран Европы, Ближнего Востока, Африки, Азии и Тихоокеанского региона, а также Центральной и Южной Америки. Представительство Ideal Standard International в России было открыто в мае 1996 года. □

«Коммерц-Проект» идет в Сочи

Компания «Коммерц-Проект» в партнерстве с ООО «Техносмарт» открыла представительство в Краснодарском крае. По словам Антона Цветкова, генерального директора «Коммерц-Проект», такой шаг был вызван ростом объема заказов на оснащение гостиничных объектов в крае, а также стремлением сделать работу с объектами Краснодарского региона максимально точной и оперативной. «Мы всегда заботимся о наших заказчиках и стараемся строить долгосрочные отношения, — отметил Антон Алексеевич, — мы хотим быть ближе к нашим потенциальным клиентам, чтоб они ви-

дели в нас не просто поставщиков, а партнёров, с которыми строится бизнес на доверии. Для большинства клиентов очень важно присутствие специалиста на объекте, эту миссию в Краснодарском крае мы доверили команде «Техносмарт».

Компания «Коммерц-Проект» была создана в 2006 г. В настоящий момент производит специализированные двери для гостиничных предприятий на собственных производственных мощностях (фабрики в г. Агрелевка и г. Подольск). С партнерством с компанией «Техносмарт» уже реализовано несколько успешных проектов на территории Краснодарского края. □



«Конкуренция по правилам и без» и Бал отельеров

«Аккорд Менеджмент Групп» и Медиадом «Планета отелей» объявляют о запуске совместного проекта «Конференции, семинары, тренинги». Первое мероприятие состоится уже 29-30 ноября в гостинице «Садовое кольцо» (Москва, проспект Мира, 14, стр. 2)

«Подходя к разработке концепции мероприятий, мы постарались избежать нередко встречающихся на рынке безадресности и «неочемности» конференций, — отмечает генеральный директор Медиадом «Планета отелей» Екатерина Шунина. — Именно поэтому при выборе: делать мероприятие практикоориентированным либо обобщающим, направленным, в первую очередь, на межпрофессиональное общение, — решили не идти на компромисс и организовать две различных по тематике и формату конференции», — делится Екатерина Васильевна.

Таким образом, первое мероприятие будет построено строго на обсуждении практических вопросов, подтвержденных реальным опытом действующих отельеров. Никаких изысков, не апробированных на практике.

Конференция профессионалов гостиничного бизнеса «Конкуренция — по правилам и без»

Время: 29-30 ноября 2012.

Место: Москва, гостиница «Садовое кольцо».

В программе:

29 ноября

I. Внутренняя конкурентоспособность

- Снижаем издержки: оптимизация бизнес-процессов, или на чем мы теряем деньги
- Система собственных стандартов — минимум приличия
- Время собирать камни, или контроль утечки средств
- Выращиваем персонал — опыт «Аккорд Менеджмент Групп»

II. Внешняя конкурентная борьба

- Охотники на персонал — что делать?
 - Каналы продвижения и продаж — сравнительный анализ
 - Отели и игры — взгляд юриста
 - Привлечение гостей в межсезонье — методики и практика
- III. «Вечер у камина».

30 ноября

Бизнес-семинары, тренинги и бизнес-симуляции по сессиям:

- Организация тренингов собственного персонала
- Методика разработки собст-



венных стандартов

- Экономика независимых и малых отелей
- Бизнес-симуляция: «Командное управление качеством».

«Уроки Евро — итоги 2012»

Второе мероприятие, назначенное на 14 декабря, рассматривается как подведение итогов года, возможность не только пообщаться за круглым столом конференции, но и в клубной обстановке бала отельеров. Поскольку конференции планируются организаторами как ежегодные, предусмотрен ряд ноу-хау, которые будут представлены непосредственно на мероприятиях. □



Equip'Hotel — 2012



Традиционно экспозиция выставки Equip'Hotel представлена пятью базовыми разделами. Все для кухни и разных форм массового питания, новое оборудование, аксессуары, посуда, а также кулинарные мастер-классы от ведущих французских и иностранных шефов можно будет увидеть в разделе «Кулинария и сервис». В рамках раздела «Гостеприимство и релаксация» ведущие производители оборудования, аксессуаров, расходных материалов представят свои новые коллекции, а признанные эксперты в рамках конференций ответят на вопросы, в частности, о технологии приема гостей, организации SPA-зон и предоставлении оздоровительных услуг в отелях.

В 2012 г. Equip'Hotel выводит на авансцену проектирование, дизайн и декор. Известные архитекторы из разных стран мира на площадках «Проектирование и дизайн» представят инновационные дизайнерские решения для индустрии гостеприимства, новые коллекции мебели, светильников, текстиля.

Раздел «Управление» представит

11-15 ноября в Париже пройдет выставка Equip'Hotel, уже более 50 лет являющаяся ключевым международным профессиональным событием для отельеров и рестораторов.

технологии в индустрии гостеприимства, IT-решения, оборудование, программное обеспечение, концепции сетевых отелей. Здесь же пройдут технологические конференции по основным темам: интернет для отелей и гостей, системы бронирования и др.

Особое внимание — разделу «Чистота и гигиена»: современный подход к оборудованию, средствам, материалам, инновационные технологии, в том числе — нетоксичная аквачистка. Кроме того, участников и посетителей ждут «Студия глажки» в партнерстве с Electrolux Laundry Systems и тематические семинары: выведение пятен, мелкий ремонт рубашек и галстуков и др.

Выставка Equip'Hotel-2012 пройдет под покровительством Алана Дюкасса, одного из самых извест-

ных шеф-поваров современности. Как отметила директор выставки Коринн Минего, «это Шеф, Отельер, Предприниматель и Педагог с большой буквы, воплотивший в жизнь множество новаторских идей и блестящих концепций. Мы очень гордимся тем, что Алан Дюкасс присоединился к нам, и надеемся совместными усилиями заявить о значимости индустрии гостеприимства во Франции и во всем мире». □



Комфорт и уют — 2012



9 и 10 сентября в гостинице «Аквамарин», Москва, состоялся практический этап Первого Всероссийского профессионального гостиничного конкурса «Комфорт и уют — 2012». За победу боролись более 30 представительниц гостиничных и аутсорсинговых предприятий России.

Что нужно для хорошего конкурса? Не так и много: участники, готовые «биться» за честь родного предприятия, авторитетное жюри, имеющее возможность досконально оценить усилия каждого из них, место для показательных выступлений и, конечно, зрители. Все это было на практическом этапе конкурса «Комфорт и уют — 2012».

Краткий инструктаж жюри, подробный — конкурсанток (незнакомый отель, оборудование для уборки, химия...), и судьи со зрите-

лями проходят в конференц-зал, а участницы конкурса — в отдельную комнату: организаторы приготовили «сюрпризы», и чтобы все было в максимально равных условиях, на время конкурса участниц изолировали.

Первый пошел!

Краткая жеребьевка, транслируемая в общий зал, — и первая четверка отправилась «в номера». Дмитрий Печинский, эксперт клуба хаускиперов, был назначен на роль «министра-координатора». До-

ставка горничных до места работы и развод по номерам, как и своевременное прекращение их работы — в зоне ответственности Дмитрия.

Внимание на экраны. Первая горничная подходит к двери. Жюри и зрители слышат отчетливое: «Тук-тук-тук. Хаускипинг!», — участница приступила к испытаниям. Правда, некоторые горничные вошли без стука... и сразу приступили к уборке.

Но вот неожиданность — в номерах появляются гости отеля, «что-то позабывшие». Как вы понимаете, «нежданные гости» стали одним из испытаний. Их функции взяли на себя Андрей Галкин, главный редактор журнала «Реклама. Outdoor Media»; Александр Савельев, к.и.н., бизнес-тренер, консультант; Сергей Минабутдинов, редактор программы «Вести»; Мария Желнова, PR-директор «BOSCH СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ». Конкурсантки на неожиданную помеху реагировали по-разному, но в большинстве — очень четко и профессионально.

Кстати, при работе второй четверки горничных произошел казус: «гости» в один голос утверждали, что «нежданными» они уже не были. «Есть ощущение, что девушки были готовы к нашему появлению. Встречали с улыбкой, мол, нуно, что вы еще скажете», — делились «провокаторы». Как так, кто смог предупредить? Об этом же никто не знал, горничные не общались друг

Состав жюри подбирался таким образом, чтобы работу каждого конкурсанта могли оценивать три человека — эксперт «Первого клуба профессионалов гостеприимства» и два гостиничных специалиста широкого профиля, имеющих серьезную репутацию на рынке. Таким образом, в состав жюри вошло 12 человек. К сожалению, не все смогли посвятить конкурсу два дня, поэтому была предусмотрена возможность замены. Итак, конкурсанток оценивали:

1. Мария Мелентьевна Нестерук, профессор, главный эксперт по сертификации услуг гостиниц и тур. услуг Центра консалтинга и сертификации;
2. Марина Смирнова, старший вице-президент Jones Lang LaSalle Hotels;
3. Екатерина Гаранина, генеральный директор «Аккорд менеджмент групп», к.п.н., доцент;
4. Владимир Иванов, независимый эксперт гостиничного бизнеса, к.э.н.;
5. Наталья Николаевна Седова, директор колледжа гостиничного хозяйства «Царицыно», Заслуженный учитель РФ, к.п.н.;
6. Елена Устинова, начальник отдела сертификации услуг АНО «СОЮЗЭКСПЕРТИЗА» ТПП РФ, эксперт «Первого клуба профессионалов гостеприимства»;
7. Юрий Иванов, управляющий ГРК «Берлин» (на момент конкурса; в настоящее время — независимый эксперт);
8. Татьяна Волкова, генеральный директор УПЦ «Клининг Мастер»; эксперт «Первого клуба профессионалов гостеприимства»;
9. Екатерина Важенкова, начальник отдела гостиничного хозяйства Holiday Inn Simonovsky, эксперт «Первого клуба профессионалов гостеприимства»;
10. Светлана Мамченкова, начальник службы номерного фонда «Марко Поло Пресня», эксперт «Первого клуба профессионалов гостеприимства»;
11. Елена Иванова, директор Хозяйственной службы Lotte Hotels & Resorts, эксперт «Первого клуба профессионалов гостеприимства»;
12. Ольга Лебедева, зам. начальника службы номерного фонда «Марко Поло Пресня»;
13. Мария Желнова, представитель компании «BOSCH СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ»;
14. Артем Евдокимов, менеджер по работе с национальными ключевыми клиентами по Восточной Европе компании KIMBERLI-CLARK PROFESSIONAL*.





**ТАТЬЯНА
СУСОРОВА,**

*заведующая службой
гостиничных услуг отеля
«Акварин»:*

Возникло много вопросов: все гостиницы работают по разным стандартам, используют разные средства, — поэтому инструктаж был плодотворным. Все, конечно, волновались, то, что происходило, — это наш первый опыт. Надеюсь, он будет удачным, и дальше в разных отелях конкурсы будут проходить ежегодно. Будем повышать квалификацию.



**МАРИЯ
МЕЛЕНТЬЕВНА
НЕСТЕРУК,**

*профессор, главный эксперт по
сертификации услуг гостиниц и
тур. услуг Центра консалтинга и
сертификации:*

Я сделала вывод, что на самом деле служба хаускипинга — самая главная служба и лицо гостиницы. Большую часть времени гости проводят именно в номерах, и тот комфорт и уют, который вы создадите, запоминается гостю больше всего. Отрадно, когда гость звонит в службу бронирования и заказывает номер на том этаже, где работает горничная Мария Ивановна.

Хотелось бы, чтобы благодаря этому нашему начинанию работа продолжалась и дальше. Конечно,

**ТАТЬЯНА НАЗАРОВА, К.Э.Н., БИЗНЕС-ТРЕНЕР МЕДИАДОМА
«ПЛАНЕТА ОТЕЛЕЙ»:**

Для того чтобы горничные «не перегорели» в ожидании своих выступлений, организаторы предусмотрели бизнес-тренинги для конкурсанток, который мы проводили совместно с «Аккорд Персонал». Пока супервайзеры и горничные находились в тренинговом зале, они успели принять активное участие в тренингах и мастер-классах, обсудить достоинства и недостатки различных систем оценки и оплаты своего нелегкого труда и просто подружиться. Конкурс, конечно, стал испытанием: участницы серьезно подошли к делу, переживали и волновались, как перед сложнейшим экзаменом, их приходилось успокаивать и отвлекать. Интересно было узнать, какой видят свою профессию сами конкурсантки. «Хозяйка дома, радушно встречающая своих гостей», «сотрудник от которого зависит настроение гостя», «тот, кто сохраняет атмосферу тепла и уюта, чистоту и комфорт», — неполный перечень того, что было сказано. Каждое утверждение подкреплялось примером из личного опыта. За короткий промежуток времени общения с участницами конкурса мы буквально увидели огромное количество точных психологических портретов посетителей отелей. Интуитивно — а в основе интуиции, как известно, опыт — большинство горничных определяли возможные потребности гостей.

**ОКСАНА МАРКОВСКАЯ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
«АККОРД ПЕРСОНАЛ»:**

Я была очень удивлена и порадована тем, что увидела. У меня были интересные ощущения по поводу горничных: это инициативные люди, которые загораются от своей работы. Для них конкурс — лишь начало, старт. Практически все говорили: «Я хочу участвовать еще. Я бы сейчас многое сделала по-другому». То есть это стало платформой для их саморазвития, повышения самооценки, новых знаний.

Для горничных профессиональное общение с коллегами не менее важно, чем для руководителей гостиниц. Им было очень интересно, что происходит в других отелях, как работают коллеги. Информативным было и общение с супервайзерами. Когда они начали рассказывать о формах мотивирования в своих отелях, каждый спрашивал: «Это работает? А как вы делаете то-то и то-то?». Мне кажется, конкурс получился не только на уровне отелей — какой из них комфортней и уютней, не только на уровне руководителей, но стал площадкой обсуждения профессиональных вопросов, в том числе, и на уровне горничных и супервайзеров.

**СЕРГЕЙ ШУНИН, ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР МЕДИАДОМА
«ПЛАНЕТА ОТЕЛЕЙ»:**

Один из первых сложных вопросов организации конкурса: как можно сравнивать гостиничные предприятия между собой? Какой отель уютней — подмосковный SPA-отель, бизнес-отель в Красноярске либо в сердце столицы? Решение оказалось на поверхности — все мы знаем, что от персонала зависит все. Поэтому оценивался уровень персонала, который и обеспечивает гостям комфорт и уют. В 2012 году конкурс проходил в двух номинациях — «Лучшая горничная» и «Лучший супервайзер».

Но снова вопрос: конечно, по итогам работы можно оценить чистоту номера, профессионализм работы супервайзера. Но как оценить сам процесс? И был найден, наверное, революционный формат проведения конкурса: в номерах специалисты компании BOSCH СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ установили камеры видеонаблюдения, а в конференц-зале, где собрались жюри, зрители, представители гостиниц-участниц, — видеостену BOSCH, на которой демонстрировалось все, что происходило в номерах: как в гостевых комнатах, так и в санузлах. В итоге и жюри, и зрители могли наблюдать буквально за каждым движением конкурсанток.

с другом... Все выяснилось просто: пока работала первая четверка, остальные горничные прошли мастер-класс по общению с гостями.

Шайбу, шайбу!!!

Катарсис.... Этот прием широко

используется в режиссуре, заставляя зрителя «включаться», сопереживать герою. И не отрываться от сцены или экрана. На конкурсе и жюри, и зрители «включились» на первых минутах. «Ну кто же так делает?!», «Вон, вон мусор спрятан, ну



будем совершенствоваться, какие-то накладки будут исправляться. Но главное — я желаю вам здоровья, в сфере гостеприимства это самое главное. Потому что когда здоровье у нас с вами нормальное, то настроение тоже хорошее, мы идем на работу с улыбкой и очень рады тем гостям, которые хотят у нас останавливаться. Здоровья, удачи и успехов!



**ЕКАТЕРИНА
ГАРАНИНА,**

*генеральный директор
«Аккорд Менеджмент Групп»:*

Впечатления неожиданно хорошие. Я думаю, в следующий раз пройдет все «как по маслу», с учетом тех предложений, которые мы услышали от участников. И думаю, придет много гениальных идей по конкурсу «Комфорт и уют». Говоря же о своей компании — по итогам конкурса мы ввели в свои стандарты несколько новых правил. Например, не закрывать ящики после уборки в номерах.



**АРТЕМ
ЕВДОКИМОВ,**

*KIMBERLI-CLARK
PROFESSIONAL*:*

Безусловно, это один из способов нам, как производителям, еще раз показать свою продукцию и получить дополнительную обратную связь не-

посредственно от горничных и их руководителей, понять, удобно ли работать, услышать пожелания. Руководители хаускипинговых компаний отмечали, что хочется, сохранив высокое качество, повысить производительность работы. А это возможно только при использовании продуктов, технологий, решений от профессиональных компаний, производящих и поставляющих качественную продукцию для уборки номерного фонда. И для нас это один из основных моментов. Наши коллеги по химии уже давно проводят углубленные тренинги для супервайзеров и линейных сотрудников. И хотя представляемая нами продукция не такая сложная, но проведение подобных тренингов и с нашей стороны будет в помощь как самим гостиницам, так и аутсорсинговым хаускипинговым компаниям.



ГЕОРГИЙ НЕОПУЛО,

руководитель «Первой хаускипинговой компании АГОТЕЛЬ»:

Хорошие впечатления, мне кажется, важное дело делаем. Идея, которая давно витала в воздухе, наконец-то была реализована, и неплохо реализована. Для первого раза я бы сказал — великолепно. Сейчас мы отчетливо видим, что за 30-40 минут, которые выделяются стандартами, убрать номер, соблюдая все санитарные требования, невозможно. Это сказка. И хотя с те-

АНДРЕЙ АЛЕКСЕЕВ, ОБОЗРЕВАТЕЛЬ ЖУРНАЛА «ПЛАНЕТА ОТЕЛЕЙ»:

Конкурс удался. Вопреки известной присказке, «первый блин» вышел на загляденье. Профессиональное соревнование вылилось в захватывающее шоу. Когда конкурсанты приступили к заданию в номерах, судьи расположились в конференц-зале, буквально прильнув к экрану. Окружающая обстановка неувлимо напомнила знаменитый Центр управления полетами. Космос как предчувствие, говорят в таких случаях. Что это значит? Предельная сосредоточенность во время работы в режиме он-лайн. Поощрительные возгласы, вздохи разочарования, сдержанный смех. Всё внимание на экраны. Участники в то же время демонстрируют умения, работа кипит, неумолимо заканчивается контрольное время. Атмосфера накаляется, яростный азарт передается судьям. Каждый жест — точно выверенный или, напротив, неловкий — вызывают реакцию, схожую с поведением болельщиков во время лондонской Олимпиады. Финиш! Победители пока не названы, но проигравших, конечно же, нет. Выиграли все. Понятно, что возможность посостязаться с коллегами интересна сама по себе. Впрочем, куда важнее другое. Прошедший конкурс, как мне кажется, превратился в гостиничный тимбилдинг общероссийского масштаба. Впервые в новейшей истории «хранители очага» из разных регионов страны смогли, глядя друг другу в глаза, напрямую обменяться мнениями. По-своейски обсудить профессиональные проблемы, полнее ощутить значимость общего дела.



нагнись же пониже!» — вслух «подсказывали» и зрители, и жюри. Кульминацией стал «волшебный носок», повешенный коварным жюри на рожок прикроватного светильника — его не заметили две горничные, убиравшие номер, и почти не заметила супервайзер, проверявшая его.

Эмоции, советы «ну посмотри же!» — взрыв: обходя еще раз номер, супервайзер все-таки обнаружила зловещий носок! Пожалуй, такое бывает только на футбольных кубковых матчах, когда решающий гол забивают на последней секунде. «Прям кино-кино», — оценила руко-



реческой стороны технология правильная, по итогам мероприятия мы ее немного подработаем, иначе получается, что на деле происходят совершенно другие вещи, и они иногда проскальзывали на конкурсе. Второе — будем менять систему обучения. Я вижу, что наши сотрудники с большим опытом временами забывают те элементарные вещи, которым их учили в самом начале. Поэтому, видимо, обучение должно быть постоянным, даже для долго работающих горничных. Порой девушки, не так давно освоившие профессию, действуют четче и правильнее, чем те, кто проработал уже лет пять.

Очень понравилась ситуация с видеозаписью. Думаю, будем использовать этот показательный инструмент при обучении. Мы многое заметили. Например, далеко не все горничные после обработки поверхностей моющими средствами промывают их. А это может привести к аллергии у гостя, в крайних случаях — к химическому ожогу. Возможно, потребуется новое средство, которое позволит проводить дезинфекцию в один заход, безопасно. Или тряпки и губки, дающие возможность протирать разные поверхности. В теории у нас написано все правильно. На практике же не хватает карманов, чтобы разложить все тряпки, которые необходимы по технологии. Это и дорого, и неудобно. Может быть, сейчас нам удастся специально для гостиниц разработать такие технические решения, которые, упрощая процесс, будут позволять получать хороший результат.

«Нежданные гости»:

...У меня была легенда — потерял кольцо в номере, скорее всего, в ванной, попросил поискать его вместе со мной. Горничная поступила очень правильно: она даже не пустила меня в номер, а отправила на ресепшн, сообщив, что любую ценность, которая будет найдена, она передаст туда.

... Легенда: я гость, живущий в этом номере, и съезжать собираюсь только через час. Почему вы уже убираете и где вообще мои вещи? Девушка грамотно поступила: очень аккуратно, «волшебными палочками», выставила меня за дверь и сообщила, что пустить в номер не может.

...Легенда была такая: потерял золотую цепочку. Я врывался в номер, начинал ее искать под кроватью. Никто меня не выпроваживал, просто сказали, что мусор уже выкинули и ничего не находили. Затем отправили на ресепшн. Девушка, конечно, спросила карту гостя, но особых препятствий в поисках потерянных «драгоценностей» не чинила.

... В номер попасть так и не смог — горничная встретила прямо у дверей, видимо, слышала, как я отодвигаю тележку, и сразу же бросилась к проходу. Потребовала предъявить ключ — ключа у меня не было. Все вопросы мне было предложено решить через администратора.

...Я ворвался с легендой, что все-таки и хочу предварительно посмотреть номер. Было предложено предъявить ключ, когда его не оказа-



водитель одной из гостиниц-конкурсантов.

Теория после практики

После уборки номер проверялся сначала супервайзерами, а после — тройками жюри. Оценивалась как работа горничной, так и грамотность, доскональность действий супервай-

зеров. У последних была дополнительная творческая задача — украсить номер для романтического вечера, используя предоставленные организаторами элементы. В завершение испытаний горничные и супервайзеры отвечали на теоретические вопросы. А строгое и неподкупное жюри фиксировало каждый успех и



промах конкурсанток.

Все оценочные бюллетени были сданы, опечатаны и хранятся до награждения. Так что вопрос: «Кто победит?» — будет раскрыт только 28 сентября, на награждении, которое произойдет в завершающий день выставки «Отель. Оборудование и технологии» в Крокус Экспо.

После практических и теоретических испытаний состоялось оглашение победителей первого, организационно-управленческого этапа конкурса. Дипломами Первого Всероссийского профессионального гостиничного конкурса «Комфорт и Уют — 2012» за рациональную организацию и работу службы хаускипинг были награждены гостиницы Holiday Inn Simonovsky, «Садовое кольцо», Park Inn by Radisson SADU, «Корстон — Москва», Marriott Tverskaya, «Марко Поло Пресня», «Красноярск» (г. Красноярск).

Гостиницы и хаускипинговые компании, сотрудники которых успешно прошли все испытания конкурса,



были награждены Дипломами Первого Всероссийского профессионального гостиничного конкурса «Комфорт и Уют — 2012», а конкурсантки получили сертификаты о прохождении практикоориентированного курса «Оптимизация работы службы хаускипинга. Эффективные коммуникации и сервис». □

лось (мол, еще не получил), предложили пройти на ресепшен, получить...

...«Забыл в номере документы». Горничная пыталась меня вытеснить, я не поддавался и требовал свои документы. Сказать, где их искать, она так и не смогла.

...«Приехали раньше времени, мы пока бросим вещи, а сами пойдем где-нибудь посидим. Где у вас тут бар?». На такие наши реплики реакция была очень разная. В одном номере сказали, что ничем не могут помочь, предложили сдать чемодан в камеру хранения. В следующем: «Не знаю, какие здесь правила, чемодан можете поставить вон там, мне он мешать не будет». В третьем: «Подходите через 15 минут». Ключи мы крутили в руках, про карту гостя никто не спрашивал. В одном из номеров нас встретили у порога, сразу предупредили, что идет уборка, в номер не пустили и предложили оставить чемодан в камере хранения.

Русская неделя хаускипера

Всего же празднику 21 год — именно тогда, через три недели после развала Союза, в мировой индустрии гостеприимства стали отмечать неделю профессиональных хранителей гостиничного уюта. Можно сказать, для отечественных отельеров этот праздник символизирует начало строительства нового российского гостеприимства.

В отделах хаускипинга многих гостиниц, входящих в международные цепочки, чествовали лучших сотрудников. «Первый клуб профессиона-

лов гостеприимства» отметил неделю двумя событиями: совместным мероприятием с компанией ToGk — «Одной звездой больше», а также торжественным вечером, прошедшим в бард-клубе «У Борисовича». Собравшихся ждал банкет на открытой террасе, развлекательное шоу, розыгрыши, призы, праздничная ло-

терия и, конечно, дискотека. «Хаускипинг, вместе со всей индустрией гостеприимства, бурно развивается в России. Каждый из нас сможет добиться гораздо большего, делясь опытом с коллегами и помогая друг другу», — отметила президент Клуба Татьяна Киберева по завершению мероприятия. □

терия и, конечно, дискотека.

«Хаускипинг, вместе со всей индустрией гостеприимства, бурно развивается в России. Каждый из нас сможет добиться гораздо большего, делясь опытом с коллегами и помогая друг другу», — отметила президент Клуба Татьяна Киберева по завершению мероприятия. □

25-27 октября
ВОЛГОГРАД
Дворец Спорта

специализированная **Выставка**
ХЛЕБОСОЛЬНЫЙ
VOLGOGRAD

Комплексное оснащение предприятий индустрии питания
Оснащение гостиниц, пансионатов, туристических баз
Предприятия индустрии гостеприимства и сервиса
Комплексное оснащение торгово-развлекательных центров

В рамках выставки планируется широкая деловая программа:
конференции, семинары, круглые столы, мастер-классы, конкурсы.

ВЫСТАВКА
2012

ВЦ "ЦАРИЦЫНСКАЯ ЯРМАРКА"
400005, Волгоград, пр. Ленина, 65
Тел./факс: (8442) 26-50-34, 23-44-88

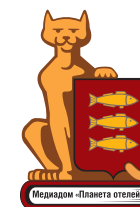
e-mail: nastya@zarexpo.ru
<http://www.zarexpo.ru>

Генеральные информационные партнеры:
EQUIPMENT CONSULTING
CATERING CONSULTING

Комфорт не бывает случайным



115088, Россия, Москва,
Ул. Шарикоподшипниковская, 13
Тел./Факс: +7 (495) 662 33 63
Моб.: +7 (915) 023 1718
info@comfortprofi.ru
www.comfortprofi.ru



Информационный партнер — Медиадом «Планета Отелей»

Открываем Приволжье



и включала более десятка конференций, мастер-классов, круглых столов. Одно из интересных мероприятий – конференция «Развитие событийного и фестивального туризма». Руководитель делегации Башкортостана Руслан Кинзиев рассказал о сложностях и удачных моментах организации республиканских мероприятий; возрождение этнокультуры стало акцентом выступления Евгения Смелова (Горномарийский район), познакомившего слушателей с певческим праздником «Пеледыш айю», и презентации Фестиваля «Земля предков» (Александр Луничкин, Килемарский район). Но, как отметил Руслан Кинзиев, «все мы дети», поэтому особый интерес вызвало выступление Ольги Лобастовой (Киров), поделившейся опытом проведения Всемирных сказочных игр. Шуточные спортивные соревнования по 7 видам сказочного спорта собрали в мае этого года в Кирове около 30 сказочных героев со всей России и из-за рубежа, а шествие сказочных героев было под стать Бразильскому карнавалу.

Конкурсы

Презентация регионов ПФО, «Собственный стиль» средства размещения, «Лучший репортаж», «Лучшая фоторабота» – далеко не полный перечень конкурсов, предложенных организаторами; в программе их было более 20.

Главному редактору «ПО» и автору данной статьи довелось уча-

было представлено на работавшей в течение двух дней выставке-ярмарке сувенирной продукции.

Конференции и мастер-классы

Деловая программа Фестиваля была ориентирована на актуальные для развития туризма в ПФО вопросы

«В осень 2012 года в уездный город Царёвококшайск прибыли гости из соседних земель: башкиры, удмурты, марийцы, русские, татары...». Наверное, примерно такими словами лет 150 назад написали бы местные газеты о событии, состоявшемся 7-9 сентября в столице Марий Эл — Фестивале туристических ресурсов «Открой Приволжье».

7 сентября Йошкар-Ола хлебом-солью и марийскими песнями встречала гостей из 13 регионов ПФО. Не с пустыми руками, как водится, приехали и гости: мед и арбузы, куклы в национальных костюмах и украшения из бересты, деревянная посуда, расписанная под малахит, валяные изделия – все это

НАША СПРАВКА:

Проект «Открой Приволжье» инициирован «Межрегиональной туристской ассоциацией «Приволжье», действующей при поддержке Аппарата полномочного представителя Президента РФ в ПФО с целью по-новому представить России и миру туристические ресурсы округа. Территория ПФО составляет 7,27% от территории Российской Федерации; это второй по численности населения федеральный округ после Центрального: здесь проживает 22,1% от общего числа граждан России.

Первый Фестиваль «Открой Приволжье» прошел в 2011 году в Нижнем Новгороде. В 2012 году гостей встречала Йошкар-Ола.

ствовать в жюри конкурса «Лучшая студенческая работа в сфере туризма ПФО». Ребята проходили три испытания, основным из которых была презентация разработанного турмаршрута из своего региона в Марий Эл. Команды из Пензы, Уфы, Оренбурга, Самары, Саратова и, конечно же, Йошкар-Олы представляли и защищали свои идеи. И если говорят: за молодежь – будущее, то в плане туризма это будущее понравилось. Занявшая первое место команда Уфы предло-

жила частично апробированный маршрут «Дорога легенд» – активный комбинированный тур по Башкортостану и Марий Эл. Путешествие по следам литературных героев Ильфа и Петрова представили саратовцы (2 место), а маршрут «Русская усадьба: настоящее в прошлом» – команда «Солнечный удар» из Оренбурга (3 место). Особый же интерес жюри вызвал проект флешмоб-тура «Отдыхай в России!», представленный пензенскими студентами.

Уфа ждет!

Консолидация усилий, обмен опытом – одна из задач Фестиваля. Регионы, приехавшие в столицу Марий Эл, показали себя во всем многообразии природных ресурсов и туристских возможностей. Жаль, что это смогли оценить лишь немногие пришедшие на мероприятие йошкарлинцы. А ведь жители – первые носители информации о своем крае, его памятниках и истории, именно они создают неповторимую атмосферу гостеприимства, которая так привлекает гостей в «раскрученные» туристские центры.

Куда отправится Фестиваль дальше? Организаторы решили: в следующем году гостей встретит Уфа, столица республики, ставшей абсолютным лидером по количеству наград в этом году. И очень хочется, чтобы мероприятие стало праздником как для всего ПФО, так и для самих уфимцев. □

РУСЛАН КИНЗИКЕВ, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ГОСКОМИТЕТА ПО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ И ТУРИЗМУ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН:

У нас в республике сложился профессиональный системный подход к туризму как отрасли. На Фестивале мы постарались показать, что Башкортостан уже сегодня делает в плане привлечения инвестпроектов, разработки долгосрочной целевой программы, работы туроператоров. Мы увозим конкретные предложения: с Ульяновской областью будем работать по съемке презентационных фильмов в стиле History, Самара предложила интересный момент по железнодорожным перевозкам. Фестиваль показал: у каждого региона есть своя «фишечка», которая уже разработана. Мы ими обменяемся, создадим «банк фишечек» и станем самым сильным в туристическом плане округом в РФ.



Татьяна Поберей: Бизнес для людей и с людьми



П.О.: Татьяна Владимировна, традиционный вопрос: как Вы пришли в гостеприимство?

Т.П.: Совершенно случайно. Через полгода после дефолта 1998 года я уехала из России — надо было решать, чем заняться. У меня гуманитарное образование, и начать работать в гостинице помогло владение английским и немецким языками, поскольку все компьютерные программы и общение с гостями в основном происходит на международных языках. Но я сама не ожидала, что это будет профессия на всю жизнь.

Мне посчастливилось начать буквально с нуля — в 1998 году я пришла клерком на ресепшен. Далее — от администратора до начальника смены, от главы департамента до директора отеля...

Работала в израильских частных и сетевых отелях; в городских

Роль «Гостеприимного спонсора» конкурса «Комфорт и уют — 2012» взял на себя отель «Аквармарин». Новый, неопробованный формат проведения мероприятия рождал массу организационных, порой неожиданных вопросов. И все они решались легко и быстро, буквально до возникновения. Признаемся: без Татьяны Суровой, Оксаны Быстровой и Александры Самсоновой практический этап конкурса вряд ли прошел без осложнений. О том, как удалось создать такую блестящую команду, а также о самом отеле мы беседуем с его руководителем — Управляющим директором Татьяной Поберей.

НАША СПРАВКА:

Отель «Аквармарин» расположен на набережной Водоотводного канала (Озерковская наб., 26). Внутренний дизайн отеля выполнен в стиле Арт-Деко: смешение элементов ампира, архаики и экзотики, смелое сочетание цветов и фактур в исполнении известного израильского дизайнера и архитектора Буки Цукера создает неповторимую для Москвы атмосферу отеля, наполненную несуетным ощущением уюта и спокойствия. Ландшафтный дизайн внутреннего двора гостиницы выполнен в общей стилистике всего проекта: цветники, газоны, декоративный пруд с небольшим островком, летняя веранда...



бизнес-гостиницах и больших курортных отелях на Красном море. Именно поэтому мне хорошо знакома специфика работы в отелях разного направления. Я считаю важным, когда руководитель знает работу изнутри: если мне говорят, что и как делается, сколько времени займет та или иная процедура, — я прекрасно представляю именно тот процесс, о котором идет речь, поскольку неоднократно делала это сама.

В каждой компании, где я работала, проводились тренинговые программы разных уровней сложности и длительности, но сейчас посчитала для себя необходимым получить полноценное гостиничное образование. Вторую академическую степень MBA я получаю в институте «Глион», Швейцария (Glion Institute of Higher Education Switzerland). Это одна из трех лучших гостиничных школ в мире, предоставляющих возможность учиться заочно.

П.О.: А что Вас так привлекает в гостиничной работе?

Т.П.: Гостеприимство — это очень динамичная отрасль. Здесь ничего не стоит на месте и один день нико-

гда не похож на другой, даже если ваш день включает повторяющийся набор действий: все равно гостиница живет своей жизнью, которой вы живете вместе с ней. Отель чем-то напоминает театр, и мы, общаясь с гостями и предоставляя им услуги, находимся на сцене. Здесь сразу виден результат любой работы. И когда вас это увлекает, трудно от этого отказаться и представить себя в другой роли.

П.О.: В августе прошел Первый Всероссийский гостиничный конкурс «Комфорт и уют». Что побудило Вас выступить «Гостеприимным спонсором» мероприятия?

Т.П.: Прежде всего, я вижу в этом именно профессиональный вклад нашего отеля в развитие индустрии. На мой взгляд, любой отельер, принимающий у себя мероприятие такого уровня, спонсирующий или помогающий его продвигать, должен чувствовать свою ответственность: если мы хотим, чтобы жизнь в индустрии развивалась, чтобы профессионалы общались между собой, держали руку на пульсе, такие мероприятия необходимы.

До этого 12 лет я работала за ру-

бежом, там существует масса гостиничных объединений на городском, федеральном уровнях. Они продвигают интересы индустрии, туризма в тот или иной регион, позволяя активно развиваться гостиничному бизнесу. У нас же пока есть только такие островки, как «Первый клуб профессионалов гостеприимства» для хаускиперов, есть мероприятия для сотрудников отделов продаж... Поэтому если можно внести вклад в построение здоровой, профессиональной жизни и атмосферы внутри отрасли, обменяться опытом, мы всегда рады поддержать новые начинания. Для нас, как для отеля, это был позитивный опыт, а также проверка наших профессиональных достижений.

П.О.: Вы достаточно успешно работали в Израиле. И сразу после кризиса решили вернуться в Россию. Почему?

Т.П.: До открытия проекта «Аквармарин» я участвовала в запуске трех новых отелей, последний из которых Crowne Plaza City Center: он интересен тем, что расположен в небоскребе одного из самых известных бизнес-центров Тель-



Авива, аналогичном зданиям Москва-Сити. И когда мне предложили запустить первый проект нашей компании в Москве — гостиницу «Аквамарин», я согласилась: мне нравится открывать новые гостиницы, видеть, как они завоевывают свое место на рынке, и когда это происходит достаточно быстро, всегда очень приятно. Безумно жаль с ними расставаться, но я люблю работать над новыми проектами, ведь они такие разные!

П.О.: С какими трудностями пришлось столкнуться при открытии «Аквамарина»?

Т.П.: Это всегда исключительное событие: абсолютно пустое здание, неотделанное, нештукатуренное, приобретает формы, очертания и запускается в работу. Глобальных трудностей не было — в отеле была собрана сплоченная команда профессионалов с большим опытом работы и обширным багажом знаний, поэтому почти все проходило в плановом режиме.

П.О.: После стольких проектов что Вы можете сказать об «Аквамарине»?

Т.П.: Прежде всего, это мой первый опыт работы в Москве. Хочу отметить, что ситуации на российском и израильском рынках гостиничных услуг несколько отличаются. Израильские отели, как правило, активно работают на всех направлениях: бизнес-поездки, внутренний и международный туризм, в то время как Москва, в большей степени, развивается за счет деловых поездок.

Именно эклектичный городской стиль воплотил в проекте «Аквамарин» наш дизайнер господин Буки Цукер, дополнив современный интерьер экстравагантными деталями, что нравится нашим гостям. Небольшой номерной фонд помогает сосредоточиться на каждом из гостей, учитывать их вкусы и предпочтения. Для нас главные приоритеты — безопасность, чистота, уютная располагающая атмосфера.

И могу сказать, что одинаково комфортно чувствуют себя все гости: как остановившиеся на пару дней, так и живущие месяц и более. Люди приезжают в гостиницу с определенными ожиданиями, и наша задача — оправдать их.

Все знают — хорошее имя очень тяжело заработать и легко потерять. Я считаю, сейчас у нас сложилась серьезная деловая репутация. Несмотря на то, что мы бренд молодой и нас окружает большое количество конкурентов, мы уже стали достаточно узнаваемыми и заняли устойчивую позицию на рынке.

Сейчас в гостинице проходят небольшие изменения: мы обновили брендбук отеля, чтобы акцентировать внимание на нашем деловом стиле, с октября месяца будем рады представить программу лояльности для гостей. И пусть мы не обладаем мощными ресурсами сетевых отелей, но мы более гибкие и активные, умеем подстраиваться под потребности наших клиентов и оперативно реагировать на изменения.

П.О.: А какая среднегодовая загрузка «Аквамарина»?

Т.П.: И ежемесячная, и среднегодовая загрузка отеля нас вполне удовлетворяет. Мы пользуемся данными глобальной статистики, и могу сказать, что свою долю рынка выбираем полностью. Видимо, я в какой-то степени максималист, и всегда хочу слышать: «Как — чтобы «да»?», а не «Почему — «нет»?», поэтому, несмотря на позитивную динамику загрузки, хочу видеть немного больше.

П.О.: Татьяна Владимировна, на Ваш взгляд, изменилась ли работа отелей с широким внедрением интернет-технологий?

Т.П.: Сейчас очень большое значение приобрел такой фактор, как «влияние клиента» — люди открывают форумы, общаются. И любой из нас, заказывая отель через сайт, в первую очередь посмотрит, что о нем пишут в форумах. И первостепенное значение приобретают не физические характеристики отеля: площадь номеров и их состояние, близость к пляжу или центру города, — а то, что другие посетители думают и говорят о нем. И вполне естественно, что гости представляют собой большую определяющую силу. Таким образом, все большая часть общения отеля с гостями перемещается в электронную плоскость.

Вместе с тем, без сотрудников, которые наполняют гостиницу атмосферой, любой, даже самый технологичный отель, — не более чем четыре стены. Гостиница — это бизнес для людей и с людьми, он строится на человеческих отношениях.

П.О.: Говоря о людях: каким руководителем Вы себя считаете?

Т.П.: Считаю себя, может, немного нетипичным руководителем: я стараюсь вникать во все детали и следить за всеми текущими процессами в каждой службе отеля, таким образом я могу поделиться своим опытом с руководителями подразделений и учусь сама у своих сотрудников, ищу всегда что-то новое и пытаюсь совершенствоваться как

профессионал. Помимо конечных результатов, мне интересен сам процесс.

Думаю, что я достаточно демократичный руководитель — всегда готова выслушать человека, имеющего свое мнение и умеющего его аргументировать. Я всегда за конструктивный диалог. Мне импонируют новые идеи, технические новинки, я не боюсь изменений, нововведений. Могу оперативно принимать решения, и это не вызывает у меня сложностей. Но я хочу, чтобы люди, которые работают в моей команде, знали и понимали, зачем они здесь находятся, сами думали и умели брать на себя ответственность. Вот с этим в России, на мой взгляд, есть трудности: руководитель в пределах своей компетенции всегда имеет определенную свободу действий, но, к сожалению, зачастую довольствуется шаблонными решениями и не пытается двигаться вперед к достижению лучших результатов. Я — командный игрок, поэтому для меня важно, чтобы меня окружали единомышленники, которые любят свое дело и болеют за него.

П.О.: Татьяна Владимировна, а каким Вы видите свое личное будущее?

Т.П.: Считаю, мне повезло в жизни: я испытываю большое удовольствие от работы, она мне очень нравится. Хотя порой нет ни праздников, ни выходных — ведь работа отеля не останавливается ни на минуту. Для того, кто один раз попробовал, отказаться от такого драйва невозможно. В отношении будущего



— я не сторонник загадывать и строить долгосрочные планы. В профессиональном отношении вижу себя в гостиничном консалтинге. Интересно было бы снова участвовать в открытии нового отеля, потому что это всегда — рождение.

Как бы то ни было, давайте не будем загадывать надолго вперед. Пока я продолжаю свое профессиональное обучение и точно знаю, что приложу все усилия и полученные знания, чтобы вывести отель «Аквамарин» на лидирующие позиции. □



«Грабли» для российских отельеров



Мы продолжаем следить за созданием амбициозного проекта — загородного Four Elements Borodino Club Hotel. Изначально заявленный на конец сентября, его запуск переносится на начало весны 2013. И причин этому немало: сложность согласований, противоречивые требования нормативов, низкое качество подготовки рядовых строителей... Но все их можно объединить в одну большую причину — российская действительность. Впрочем, все, кто пытался построить отель, не по наслышке знакомы с теми «граблями», на которые сейчас активно наступают создатели Four Elements Borodino. Слово — Николаю Хлыстову, руководителю проекта строительства отеля.

Продолжаются строительные работы на объекте: завершается отделка фасадов зданий жилого и оздоровительного корпусов, административных помещений. Закрываем тепловой контур: устанавливаем окна, двери. В активной фазе находится монтаж инженерных сетей, водозаборного узла, очистных сооружений. По ресторану тоже не все просто. Сейчас можно сказать, что его, наверное, было проще снести и отстроить заново, чем стараться переделать наследственные «болезни» того здания, которое нам досталось.

Сейчас мы заканчиваем монтаж энергоцентра, пожалуй, одного из наиболее важных на данный момент объектов: скоро начнутся морозы, и тепло необходимо. Продолжается проработка вопроса проектирования и выборки земельных участков для проведения на объект природного газа, но, как я уже говорил, сервитутов в районе как таковых не предусмотрено, поэтому мы продолжаем договариваться с собственниками земли. Уже сейчас очевидно, что до холодов мы эту работу не завершим, поэтому устанавливается хранилище сжиженного газа. Скорее всего, эту зиму будем работать на привозном газе.

Как обычно бывает в проектах, сроки неизбежно сдвигаются, и здесь мы оказались в общем тренде. Немного затянулся вопрос с модельным номером. Сейчас он находится в процессе детальной доработки: ведется описание стандартов оснащения, подбор материалов, доработка некоторых дизайнерских решений, потому что при воплощении видения дизайнера в реальной обстановке возникает необходимость определенных корректировок. Думаю, на конец октября модельный номер будет готов, и мы получим реальное воплощение продукта, который можно предлагать рынку.

Мы задумались о брендинге SPA-центра, ведем переговоры с интересными нам компаниями. Пока могу сказать, что интерес обоюдный, и есть ощущение того, что SPA-центр, работающий под одним из наиболее авторитетных брендов мира, сможет стать серьезной «фиш-



кой» в структуре объекта. Кроме этого, ведется комплекс работ по маркетингу и ценообразованию: заявляем об объекте в СМИ, участвуем в профильных выставках.

В целом ощущения от процесса реализации проекта неоднозначные. Он получается более масштабным и затратным, чем мы ожидали. С одной стороны, в проекте много

проблем, связанных с внешними факторами, но уже есть позитивные ощущения от того, что продукт вырисовывается не на бумаге, а в формате, его можно посмотреть, «пощупать». Вырисовываются контуры номеров, гостевых зон, и мы понимаем: то, что планировали сделать на этапе рисунков, получается. И получается хорошо. □



Wellness & SPA FOUR ELEMENTS: пожалуй, лучшее SPA в России



П.О.: Ирина Сергеевна, что будет входить в SPA и Wellness-центр Four Elements Borodino Club Hotel?

И.Б.: Наш многофункциональный комплекс — трехуровневое здание, переходом связанное с гостиничным корпусом — включает в себя полный комплекс услуг для развлечения и оздоровления гостей. На первом уровне размещена развлекательная часть: боулинг, игровые автоматы, бильярдная комната, бар. На втором находится Wellness-центр, включающий комплекс из пяти бассейнов, аквагорки, термальной зоны с турецкой парной (хамам) и финской сауной, бар, многофункциональный зал, в котором можно заниматься всеми видами спорта: теннис, волейбол, баскетбол. Мы также планируем использовать его для проведения конференций, выставок и других деловых мероприятий. Здесь же расположены сквош, детский клуб и два конференц-зала. На третьем уровне — тренажерный зал и SPA. В отдельном стоящем здании, на границе леса, размещен комплекс русских бань.

П.О.: А что бы Вы назвали «изюминкой» комплекса?

И.Б.: Достаточно сложно выделить что-либо одно. Оборудование, которое мы закупает в многофункциональный центр, не просто хоро-

шего качества — мы выбираем лучшее из предложений мирового рынка. Поэтому все, начиная с бассейнов, заканчивая SPA-центром и банями, — уникально, и очень немногие отели не только в России, но и в мире могут предложить что-либо подобное.

Например, комплекс из пяти бассейнов. «Флагманский», если можно так сказать, 25-метровый бассейн с выплывом на улицу будет работать круглогодично. По Подмоскovieю подобных бассейнов я не знаю. Для детей, думаю, самым любимым будет бассейн с аквагоркой высотой 3,5 метра. В отделке бассейнов мы решили отойти от ставшего уже обыденным ровного голубого фона — каждая чаша сделана в индивидуальном дизайне, и ожидаем, что гостям будет приятно и интересно отдыхать в Wellness-зоне.

П.О.: Ирина Сергеевна, а как будет осуществляться водоподготовка: у нас СанПиНы до сих пор обязывают пользоваться хлоркой, и ее запах — большой вопрос для многих бассейнов?

И.Б.: Действительно, требования российского законодательства предусматривают использование хлора, но привычный для общественных бассейнов «хлорный» запах — результат передозировки реагентов и некачественной очистки воды. Всем привычный запах общественных бассейнов является не от очищающих веществ на основе хлора, а от хлористых соединений с органическими загрязнениями бассейна.

НАША СПРАВКА:

Бортякова Ирина Сергеевна, директор Wellness & SPA-центра в FOUR ELEMENTS Borodino Club Hotel. В 2001 году окончила Воронежскую Государственную Медицинскую Академию им. Бурденко, лечебный факультет. В SPA-индустрии с 2005 года, руководила SPA-центром в подмосковном загородном отеле. Практикующий преподаватель Международной Академии SPA Эстетики.



У нас собственная скважина, поэтому вода в FOUR ELEMENTS Borodino Club Hotel изначально имеет высокие показатели. Тем не менее, мы уделили много внимания водоподготовке — она будет осуществляться на немецком оборудовании. Система очистки бассейна комбинированная: вода обеззараживается ультрафиолетом, далее консервируется с использованием хлора. Кроме того, применены фильтры для очистки воды нового поколения — не обычный кварцевый песок, как принято в большинстве бассейнов, а специальный абсорбент, эффективно устраняющий органические примеси. Соответственно, вода будет очень чистой и комфортной для гостя, и

запаха «хлорки» в наших бассейнах не будет. Дозировка реагентов осуществляется автоматическими станциями, кроме того, ежедневно будут проводиться контрольные пробы.

Нашей задачей было, исходя из требований российских нормативных документов, создать абсолютно безопасные и комфортные для гостей бассейны. И я думаю, нам это удалось.

П.О.: Но вернемся к Wellness-центру...

И.Б.: Кроме бассейнов, в Wellness-центре замечательная термальная зона с неповторимым дизайном, разработанная компанией Klafs. Турецкая парная (хамам) рассчитана на одновременное по-



сещение 8-10 гостей, причем из нее сделан вход в отдельный кабинет, где на подогреваемом столе из мрамора возможно выполнить индивидуальные процедуры (турецкий мыльный массаж, пилинг рукавичкой Кессе и др.). Рядом расположена финская сауна. Ее возможно использовать и как парную: на каменку можно будет подлить воду. При этом сауна не подменяет русскую баню с веничками — она у нас также имеется. После парения неотъемлемой процедурой является охлаждение тела: в душевой зоне наши гости смогут принять контрастный душ или посетить процедуру «душ Шарко».

При Wellness-центре есть бар, где гости могут попить чай, кислородный коктейль, отдохнуть. Для занятий профессиональным спортом гостям предлагается зал для игры в сквош, спортивный зал для игры в теннис.

На третьем уровне располагаются SPA-комплекс и круглосуточный фитнес-зал — в него предусмотрен отдельный вход.

Непосредственно SPA-комплекс получился просторным и интерес-



ным по наполнению. Мы постарались собрать самые востребованные сейчас услуги: это, прежде всего, массажи, талассотерапия, бальнеотерапия, косметология. Будет кабинет маникюра-педикюра,

В FOUR ELEMENTS Borodino Club Hotel я вижу реальную возможность осуществить свои желания по созданию SPA-комплекса мечты. Чтобы гость чувствовал эффект от каждого посещения, получил конкретный результат и обязательно вернулся еще, все должно быть сделано грамотно с медицинской точки зрения, хотя мы не медицина.

парикмахерский зал. «Изюминка» SPA-комплекса — отдельная восточная комната с грязевой баней Расул (максимальная влажность 100% и температура 40-48 градусов), подогреваемой мраморной кушеткой, на которой проводятся восточные процедуры, и зоной отдыха с удобными

лежаками. По сути, в этом кабинете совмещена турецкая парная и возможность индивидуального проведения длительных SPA-ритуалов, рассчитанных на два-три часа: сначала прогрев, потом пилинг, массаж, обертывание. Здесь же гости смогут посидеть, отдохнуть, никуда не спеша попить чай и насладиться собственным состоянием после процедуры. Для всех гостей SPA перед процедурами есть возможность посетить римскую баню (Caldarium) — с невысокой температурой (58-60 градусов) и подогреваемыми эргономичными сиденьями. Ее возможно также использовать и как соляную — мы предусмотрели возможность применения различных добавок и солей. Конечно же, в нашем SPA есть уютная зона релаксации. Отсюда открывается великолепный вид на отель и лес. В теплое время года открыт выход на SPA-террасу, где можно полежать в шезлонгах и принять солнечные ванны.

П.О.: Вы обещали рассказать про бани...

И.Б.: В отдельно стоящем строении, на границе леса — чтобы гости чувствовали себя свободно, — расположены настоящие русские бани с дровяными печами. Конечно, любая баня славится своей парной — над ними мы поработали отдельно. Площадь их больше двадцати квадратных метров, высокие потолки — в них легко дышится, пар будет «легким», гостя смогут попарить сразу два банщика в четыре руки. Кроме того, у нас будут предусмотрены традиционные русские банные уходы, включающие в себя

пилинг, обязательный массаж после парной, питание кожи — думаю, что любители бани оценят по достоинству наши старания, и не только россияне, но и иностранные гости: финны, шведы.

Оборудована закрытая от других посетителей отеля терраса, где в теплое время можно посидеть на свежем воздухе, а зимой прыгнуть в снег. Есть комната отдыха с камином, где приятно попить чай, заказать легкие закуски из ресторана.

П.О.: Ирина Сергеевна, а как будут подбираться процедуры для гостей?

И.Б.: Я работаю в SPA-индустрии уже семь лет и столкнулась с тем, что очень часто гостю навязываются фиксированные пакеты услуг, сформированные программы. Когда человек покупает такой пакет или программу, оказывается, что не все нужно и подходит. На мой взгляд, это неправильный и вредный подход.

Я считаю, что во главе подбора процедур и уходов должен стоять индивидуальный подход. Когда гость приходит в первый раз, необходимо выслушать его пожелания, он должен быть увиден и услышан как Человек, Личность, а не очередной клиент. И уже в зависимости от того, что бы он хотел получить, на какой результат рассчитывает, какое у него сегодня настроение (даже от этого многое зависит!), мы подберем процедуры, составим индивидуальную программу. На этапе регистрации будет заполняться форма, фиксирующая, что гость любит, что нет, на что у

него аллергия, есть ли противопоказания к тем или иным процедурам, каковы особые пожелания (например, не любит ходить к массажисту-женщине или не любит термоодеял, закрытого пространства).

Наши процедуры не будут лечебными, наша направленность — восстановление физического состояния и нервной системы, а также профилактика. Конечно, нельзя сказать, что мы будем заниматься лечением души, но один из наших приоритетов — восстановление прекрасного душевного состояния гостя.

П.О.: А на какой косметике предполагаете работать?

И.Б.: Косметика, которую мы будем применять в SPA-центре, должна иметь многолетнюю историю, не менее 10 лет, и имя на рынке: на гостях мы эксперименты ставить не будем. Кроме того, она в

обязательном порядке должна быть сертифицирована в России. Сейчас мы ведем переговоры с Thalion — это всемирно известная компания, которая занимается добычей и переработкой водорослей и всего того, что дает нам океан. Профессиональная косметика Thalion, на мой взгляд, одна из лучших в мире по эффективности, поэтому мы заинтересованы эксклюзивно работать под этим брендом.

П.О.: А как же так называемые народные средства: кедровая крошка, отруби и другое?

И.Б.: Да, такие «средства» — кедровая пыль, гречишный массаж и водоросли, которые набухают, когда на вас их накладывают, — присутствуют на нашем рынке. Но на вопросы: «Какое содержание в кедровой пыли полезных веществ?», «Какие испытания прошел этот препарат?», «Где сертифицировать?» — ответа нет. И гарантиро-





вать, что после этих «народных» и «проверенных» препаратов я не нанесу гостю вред, никто не может.

В SPA-индустрии уже появились стандарты, которые строго прописаны и должны обязательно соблюдаться. Каждый используемый препарат должен пройти лабораторные исследования, иметь сертификат. Я никогда не буду использовать вещества, которые не были протестированы и которые, подчеркну, не дадут конкретного гарантированного эффекта.

Говоря о косметике, на которой мы планируем работать: я видела,



как она добывается и производится, как ведется переработка, упаковка, проходят лабораторные исследования; знаю, что добыча водорослей происходит на экологически чистой территории, находящейся под охраной ЮНЕСКО. Зная, как работает эта косметика, я могу рекомендовать гостям выполнить процедуры и быть уверенной за результат.

Мы сделали много: грамотно разработали планировку, дизайн, купили качественное оборудование, вложили во все это очень небольшие средства — и после этого работать на трехкопеечной косметике? Да, она принесет львиную долю прибыли, но уважающие себя люди таким SPA пользоваться будут недолго. Есть имидж компании, есть ответственность перед гостями, которые позволяют заработать доброе имя. И испортить его кедровой пылью или гречихи шелухой я не позволю.

П.О.: Ирина Сергеевна, а как планируете решать вопрос с персоналом?

И.Б.: Все, о чем я говорила: оборудование, косметика, наши планировки,

отделка, красота — да, это все очень важно, в SPA не бывает мелочей. Но еще более важны те люди, которые будут работать. Потому что, могу уверенно сказать, приезжают не в SPA-комплекс, а к специалистам. И кроме того, что эти люди должны быть доброжелательны, открыты, радушны, — необходима команда профессионалов. Все специалисты SPA-комплекса будут дипломированными, с медицинским образованием. У нас сильное российское медицинское образование...

П.О.: До сих пор, невзирая на реформы в образовании?

И.Б.: До сих пор: медицина стоит немного в стороне от реформ. Я по образованию врач, и не понаслышке знаю, как преподают и что происходит в наших институтах. Я работала и со специалистами «старой школы», и с молодежью. Отличия есть, но не в уровне обучения, а в мировоззрении и отношении к гостям. Старшее поколение очень грамотно, но не всегда клиентоориентировано. Молодежи, конечно, не всегда хватает опыта и практики. Однако все это исправляется и зависит от руководителя — если он

нацелен на создание команды и достойного отношения к гостям.

Сейчас не редкость, когда массаж делают люди, не имеющие медицинского образования. Мало того, они еще и преподают различные экзотические массажи... Но классику никто не отменял. У нас есть классическая российская школа массажа, которая востребована, причем не только нашими, но и иностранными гостями — для компаний, имеющих под своим брендом SPA-комплексы, российские физиотерапевты на вес золота.

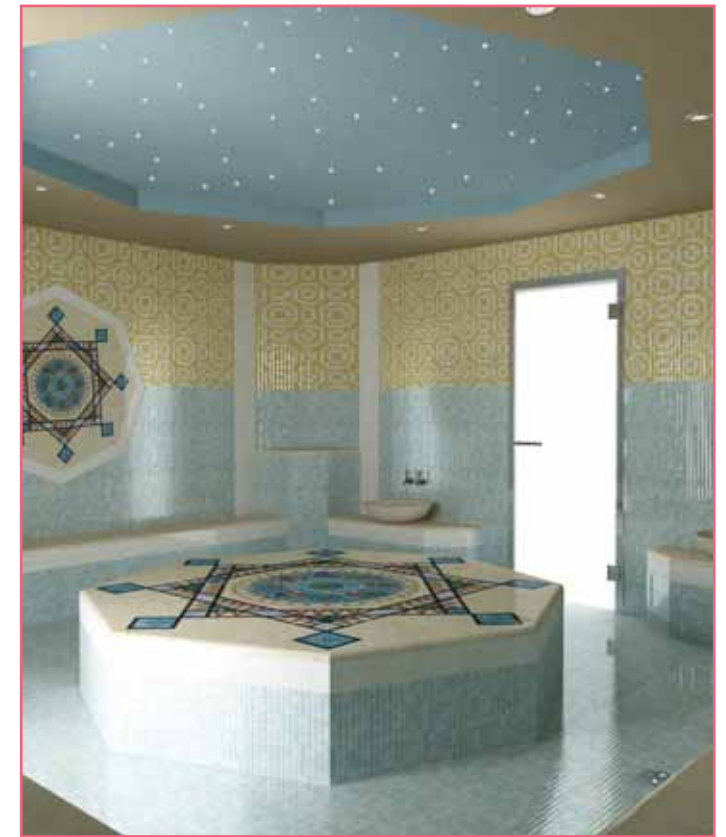
П.О.: Но где вы таких людей возьмете? Все говорят: «У нас будут профессионалы, клиентоориентированные и т.д.». Но посмотрите на рынок...

И.Б.: Да, хороших профессиональных специалистов в SPA-индустрии тяжело найти. Но это не первое место моей работы — у меня есть люди, которых я знаю как высококвалифицированных специалистов и хочу привлечь для работы в новый проект. Он будет для них интересен тем, что в Wellness- и SPA-комплексе все сделано для удобства не только гостей, но и персонала. Безусловно, достойная оплата труда, соцпакет, уверенность в завтрашнем дне имеют немаловажное значение, но у каждого из нас есть мечта — работать в том месте, которое нравится, где есть возможность выполнять свою работу качественно. И когда косметолог заходит в просторный кабинет с большим окном, а не в «подземелье», когда у него стоит прекрасная кушетка, которую не надо во время процедуры поддерживать ногой, когда нет необходимости работать на «гречневой шелухе» или «кед-

ровой крошке», а есть возможность использовать качественную косметику, когда он может расти как специалист и выполнять свою работу с душой, — тогда даже наша удаленность от Москвы значимой роли играть не будет. К тому же правильный график работы, продуманное комфортное проживание сотрудников на территории отеля в административном корпусе очень важны. Могу уверенно сказать — открытия нашего объекта уже ждут много специалистов, в каждом из которых я уверена.

В нашем отеле разработана

концепция индивидуальной работы с гостем, начиная с порога, что позволяет отойти от общей стойки ресепшн и изначально стереть грань между гостем и отелем. У нас просторные номера, чистый воздух, отличный ресторанный комплекс, и в свободное время гости смогут прийти к нам, в SPA. Все это создаст тот комфортный отдых, к которому мы все стремимся, и я рассчитываю, что гости будут возвращаться к нам в отель и в Wellness & SPA FOUR ELEMENTS, потому что мы — это единое целое. □



Бизнес-аттестация от АБТ



Менее года назад Ассоциация бизнес туризма (АБТ) запустила программу «Аттестация Бизнес- и Конференц-отелей», которая, в отличие от ряда систем классификации, сложно приживающихся на гостиничном рынке, вызвала живой интерес у отельеров. Причина, на наш взгляд, очевидна — гостиница, успешно пройдя такую аттестацию, сможет более уверенно позиционироваться в сегменте бизнес-туризма, а значит, деньги и время, потраченные на получение сертификата АБТ, принесут конкретный результат. Впрочем, более подробно и о самой программе аттестации, и о механизме ее прохождения — **Вадим Зеленский, председатель АБТ.**

П.О.: Вадим, в России действует система классификации отелей. В чем была цель введения программы «Аттестация Бизнес- и Конференц-отелей»?

В.З.: Существующая система классификации оценивает комфортность отеля с точки зрения среднестатистического туриста, требования деловых путешественников она не

учитывает. Далеко не в каждой гостинице есть качественный высокоскоростной интернет, хороший прием мобильной связи основных операторов в номерах и лобби, банкомат, а в номере не всегда найдутся простые, но необходимые вещи — гладильная доска, утюг, фен. Каждый, кому часто приходится ездить по делам компании, знает, как сложно найти гостиницу, в которой командированному сотруднику будут предоставлены комфортные условия для качественного выполнения его служебных обязанностей вне офиса. Поэтому Ассоциация Бизнес Туризма поставила перед собой задачу выявить отели, наиболее подходящие для размещения деловых путешественников. Тревел-менеджер каждой компании, являющейся участником АБТ, должен знать, куда он отправляет своих сотрудников, и быть уверенным в том, что они получат сервис соответствующего качества. Польза от Аттестации для самих отелей очевидна — программа помогает заявить о себе корпоративным покупателям и увеличить сегмент международных бизнес-путешественников в общей доле клиентов.

Наша программа — это добровольная аттестация на соответствие гостиницы требованиям, которые предъявляет деловой путешественник. Она была разработана совместно с представителями крупнейших российских и иностранных корпоративных заказчиков. Ее

стандарт включает в себя 345 критериев для оценки бизнес-отелей и 55 дополнительных — на категорию «Бизнес- и Конференц-отель» (программа присваивает отелям не «звезды», а одну из двух категорий — «Бизнес-отель» или «Бизнес- и Конференц-отель»). Процедура проведения аттестации включает в себя несколько шагов: подача заявки, заключение договора, подготовительные работы, инспекция. Если суммарная оценка, полученная гостиницей, превышает 75%, АБТ принимает решение о выдаче аттестата.

П.О.: На какие отели программа ориентирована в первую очередь?

В.З.: Целевой аудиторией программы являются трех-пятизвездные (либо сравнимого уровня комфортности) независимые отели и трех-четырёхзвездные отели российских и международных гостиничных цепочек. Программа нацелена на отели России и стран бывшего СНГ, а также на иностранные отели с MICE-специализацией, заинтересованные в привлечении российских инсентив и конференц-групп.

П.О.: Кто проводит инспекцию отелей?

В.З.: Инспекторы АБТ — это независимые эксперты в области гостиничного хозяйства или индустрии делового туризма. Все они имеют как минимум пятилетний опыт работы на руководящих позициях в отрасли. Для осуществления аттестационной проверки АБТ инспекторы проходят специализированный подготовительный курс.



Во время инспекции отель оценивается с точки зрения клиента. Внимание экспертов АБТ сконцентрировано на зонах, важных для постояльцев и посетителей. Осматривается здание и прилегающая территория, лобби, коридоры и лифты, гостевые номера, рестораны, бары, бизнес-центр, конференц-залы, переговорные комнаты, фитнес-центр. Инспектор оценивает внешний вид и состояние каждой зоны, ее материально-техническое оснащение, набор предоставляемых услуг, уровень их качества.

Представитель Ассоциации заполняет форму, в которой содержатся все критерии. При этом разработчики Программы «Аттестации Бизнес- и Конференц-отелей» постарались максимально объективно подойти к оценке отелей. Так, инспектор в большинстве случаев не проставляет баллы, а только фиксирует наличие или отсутствие различных элементов — мебели, систем, инвентаря, услуги и др. Качество же составляющих оценивается по трехуровневой шкале: неудовлетворительно (0), удовлетворительно (1), хорошо (2).

Критерии различаются по степени своей «весомости». Есть обязательные — такие, как наличие Wi-Fi или хотя бы проводного интернета, — а есть факультативные. К ним, например, относится наличие ресторана при отеле. Соответствие такого рода параметрам, разумеется, дает гостинице меньше «очков», чем исполнение «весомых» требований.

П.О.: Что получают отели, прошедшие аттестацию?

В.З.: Аттестат АБТ, который является официальным независимым





подтверждением того, что гостиница соответствует критериям, предъявляемым бизнес-путешественниками к средствам размещения. Кроме того, аттестованные отели получают дополнительные каналы дистрибуции в рамках партнерства Ассоциации Бизнес Туризма с HRS.com, возможность быть представленными на специализированных выставках, в которых принимают участие АБТ, а также статус «Приоритетного поставщика» для корпоративных покупателей.

П.О.: Значит ли статус приоритетного поставщика то, что корпоративные покупатели при формировании тревел-политики будут выбирать именно аттестованные отели?

В.З.: Безусловно, гарантировать это не может никто. При выборе отеля, кроме соответствия его требованиям бизнес-туристов, клиенты учитывают многие факторы: расположение, ценовую политику, корпоративные стандарты. Однако, по словам многих тревел-менеджеров, при прочих равных условиях наличие у отеля аттестата может положительно повлиять на выбор именно в его пользу. Поэтому мы всегда обращаем внимание отельеров на то, что аттестат может стать хорошим маркетинговым инструментом, если его грамотно использовать.

П.О.: Выдав отелю аттестат, Ассоциация в дальнейшем как-то контролирует качество его работы?

В.З.: Да, на вручении аттестата взаимодействие АБТ с отелем не заканчивается. В течение трех лет Ассоциация может организовывать через представителей корпоративных клиентов дополнительную проверку гостиницы методом «Тайный гость» (mystery guest). О проведении такой «анонимной» инспекции отельера не уведомляют. И если во время нее обнаруживаются несоответствия выданному аттестату, Ассоциация имеет право приостановить его действие или даже отозвать.

П.О.: Какова стоимость проведения аттестации?

В.З.: Она зависит от количества номеров в гостинице и составляет от 30 тыс. рублей для категории «Бизнес-отель» и от 45 тыс. рублей для категории «Бизнес и Конференц-отель». Аттестат выдается сроком на три года. Отдельно оплачивается стоимость проведения инспекции, которая также зависит от номерного фонда гостиницы и начинается от 15 тыс. рублей. В 2012 году все отели, проходящие одновременно с Аттестацией государственную сертификацию звездности, получают скидку

в размере 50% на прохождение инспекции в рамках Программы. Таким образом, для отелей, получивших «звезды» в этом году, проведение инспекции в рамках аттестата начинается от 7,5 тыс. рублей.

П.О.: Кстати, а сколько отелей аттестовано к настоящему времени?

В.З.: Свыше двадцати. Среди них — «Холидей Инн Сущевская», «Холидей Инн Лесная», «Савой», «Marriott Тверская», «Бородино», «Аминьевская», «Ирис-Конгресс отель» и другие.

П.О.: Вы назвали только московские гостиницы...

В.З.: В столице находится наибольшее количество отелей, рассчитанных на бизнес-аудиторию, и поэтому здесь интерес к аттестации наиболее высок. Однако в регионах также заметен рост готовности отелей к участию в Программе. В первую очередь активны города, в которых запланировано проведение крупных международных мероприятий: Казань, где в следующем году пройдет Универсиада; Сочи, принимающий зимние Олимпийские игры 2014 года; Самара, ставшая одним из российских городов, выбранных для проведения Чемпионата Мира по футболу в 2018 году. Кроме того, существует ряд городов, деловая активность в которых отмечается не только во время проведения масштабных мероприятий. Это Новосибирск, Екатеринбург, Ростов-на-Дону. Кстати, именно в Ростове расположена первая региональная гостиница, получившая наш аттестат, — «Вертол Отель». □

Направления роста ваших инвестиций



Одна потрясающая конференция...

- 450 делегатов - руководителей и менеджеров верхнего звена
- 70 выступлений экспертов отрасли
- Бесчисленные возможности для делового общения!

« Единственная в России ежегодная возможность пообщаться со всеми значимыми фигурами рынка развития гостиничной недвижимости России и СНГ, ДЭВИД ДЖ. ХОРН, ДИРЕКТОР ГОСТИНИЧНОГО НАПРАВЛЕНИЯ, DTZ »

Не пора ли и Вам присоединиться?

15-17 ОКТЯБРЯ 2012 Г., ГОСТИНИЦА «РАДИССОН РОЙАЛ», МОСКВА

ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕСЬ СЕЙЧАС!

www.russia-cisconference.com или по телефону +44 (0)1462 490609

ОРГАНИЗАТОРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

bench **QUESTEX**
EVENTS HOSPITALITY+TRAVEL

Russia & CIS
Hotel Investment Conference

15-17 October 2012
Radisson Royal Hotel, Moscow

СПОНСОР-УЧРЕДИТЕЛЬ

Jones Lang LaSalle Hotels

ПЛАТИНОВЫЕ СПОНСОРЫ

The Carlson Rezidor Hotel Group

Corinthia Hotels

Horwath HTL Hungary & Russia

ЗОЛОТЫЕ СПОНСОРЫ

ACCOR

AECOM

Airportcity Saint-Petersburg

Argentina National Institute of

Tourism Promotion

AZIMUT Hotels

Cushman & Wakefield

Deloitte

DLA Piper

Ernst & Young

Hilton Worldwide

HVS

IHG

Interstate Management Services, Inc.

Marriott International, Inc.

Orient-Express Hotels

Salans

Schneider Electric

Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc.

WATG

Wyndham Hotel Group

Компании-спонсоры, подтверждающие свое участие по состоянию на 13 августа 2012

Британские страшилки и реалии московского рынка



Андрей АЛЕКСЕЕВ

Британцы пугают, а нам не страшно

Десять лет подряд — правда, с небольшими перерывами — иностранные СМИ объявляют московских отельеров «чемпионами мира по накачиванию ценовых мускулов». У российских обывателей такие сообщения обычно вызывают смешанные чувства. Оптимисты искренне радуются: «Москва бьет с носка». Пессимисты негодуют, мол, кому — рекорд, а кому удар по родному карману. Что касается профильных экспертов и журналистов, то обычно они объясняют ставшее уже привычным ценовое чемпионство Москвы двумя ключевыми причинами. 1. В последнее время в Москве возводятся, по преимуществу, отели 4*-5*, в которых стоимость проживания не может быть низкой по определению. 2. В то же время ветхие и недорогие средства размещения закрываются; новые бюджетные гостиницы почти не строятся.

Это здоровое, на поверхностный взгляд, мнение, давно пропало нафталином. Оно, пожалуй, было справедливым в 1990-е гг., однако уже в середине нулевых годов вызвало у экспертов серьезные со-

мнения. Нынешние реалии свидетельствуют о несколько иной расстановке сил. Главное то, что в Москве, в условиях шаткого равновесия спроса/предложения, по-прежнему, ощущается дефицит гостиниц любой категории. И все же трудно не заметить, что в перспективе девелоперы настроены на создание, прежде всего, недорогих отелей. Конечно, «четверки» и «пятерки» по-прежнему появляются на московском рынке. Но многие были задуманы и спроектированы в докризисные времена. Ныне они вступают в строй по инерции, набранной в доисторическую эпоху. Что касается рынка бюджетных отелей, то мало-помалу он насыщается, конкуренция растет. Хотите — верьте, хотите — нет, но в Москве можно найти приличный постой по вполне умеренным ценам. Самый экономичный вариант — проживание в хостелах. Они, строго говоря, считаются внекатегорийными средствами размещения, но имеют самое непосредственное отношение к гостиничному бизнесу. Сегодня в Москве насчитывается около 70 хостелов. В условиях жесткой конкуренции их владельцы, перманентно отслеживая конъюнктуру, не позволяют себе уходить в резкий ценовой отрыв. Отсюда — весьма похожие прейскуранты. В многоместном номере (8-10-12 мест) сегодня можно разместиться примерно за 500 рублей. Но есть варианты куда более привлекательные. В полноценном хостеле имеется хотя бы один двухместный номер, стоимостью порядка 2,5-4



тыс. рублей. Проживание в такой комнате и по уровню комфорта, и по бюджету вполне соизмеримо с постоем в традиционной гостинице 1*-2*. Чтобы не быть голословным, сошлюсь на цены хостела «Da!» (16 номеров), который открылся несколько недель назад, на Старом Арбате. Стоимость размещения здесь — 550 руб./чел. в многоместной комнате и 2,4 тыс. руб. за двухместный номер.

Пустячок, а неприятно

Итак, перекосы на столичном

рынке сглаживаются, ниша недорогих объектов размещения постепенно заполняется. Откуда тогда взялся пресловутый рекорд, неизбежно спросите вы. «А был ли мальчик?» — могут переспросить наблюдатели. В смысле — рекорд. Даже поверхностное знакомство со столичными реалиями подводит к мысли, что, скорее всего, его не было. Или, точнее, «судьи» пользовались негодными измерительными приборами. Дело в том, что журналисты, публикуя сенсационную новость, обычно не вникают в



Средняя стоимость проживания в Москве, составляющая £260 (около 13 тыс. руб.), является абсолютным ценовым рекордом. Не только российским, но и мировым. Об этом сообщается в пресс-релизе британской маркетинговой компанией Hogg Robinson Group (HRG), распространенном в середине августа. Спустя примерно неделю новость перепечатали ведущие СМИ мира, включая российские. Проведя собственное журналистское расследование, обозреватель «ПО» Андрей Алексеев пришел к выводу, что зарубежная информация не соответствует действительности. А если и соответствует, то применительно только к незначительному сегменту рынка.



вон! Подводя окончательный баланс, сделаем единственно возможный вывод. Некоторые московские «пятерки» и «четверки», входящие в глобальные сети, действительно выставляют стоимость проживания выше, чем аналогичные отели Азии, Америки и Европы. Вот и весь сказ. Причем здесь самые дорогие гостиницы мира?

Если бы публикация британских исследователей была академическим трактатом, научное сообщество немедленно изгнало бы их из своих рядов. Но учеными мужами они себя, скорее всего, не считают, так же, как, впрочем, и своих читателей-клиентов. Для кого тогда они работают? Надо думать, для участников рынка, то есть для нас с вами. А зачем это нужно нам? Для того, чтобы ознакомиться с существующими или едва намечающимися трендами. Полученные знания помогают иногда по-новому взглянуть на собственную ценовую политику, спрогнозировать планы на будущее. В нашем случае, ориентироваться на исследование британцев не стоит. Ну а они пусть пишут — бумага все стерпит.

Существует, к сожалению, другая сторона медали. Результаты сомнительных исследований, попав в СМИ, сначала воспринимаются как сенсационная новость. А затем, спустя несколько недель, становятся общим местом — «всем известным фактом». Поэтому московские отельеры и слышать — далеко не всегда справедливо — бессовестными шкуродерами. Гостиничный бизнес Москвы, в связи с этим, несет имиджевые по-

методику расчета, которую применял исследователь. Случается, они даже первоисточник не указывают. Однако в нашем случае доподлинно известно, откуда растут уши — из Британии. Более того, специалисты весьма уважаемой компании Hogg Robinson Group поясняют, что они оперировали не с потолка взятыми цифрами, а средней стоимостью проживания. Средней! Если это действительно так, получается, что без £260 (13 тыс. руб.) в кармане среднестатистический гость столицы должен испытывать сложности с суточным размещением. Рано или поздно он, конечно, подберет необходимый вариант, но сколько сил на это будет потрачено, сколько нервов!

Не будем, однако, паниковать вместе с британцами. Потому что информация, пришедшая с берегов Темзы, — откровенная фальшивка. Только не подумайте, будто англичане злонамеренно врут. Просто есть в их расчетах одна любопыт-

ная заковыка. Суть заключается в том, что большинство иностранных маркетологов, изучающих гостиничный рынок России, принимают во внимание только те отели, которые входят в глобальные сети. Другие для них не существуют в принципе. Официально об этом не говорят. Впрочем, специалисты прекрасно осведомлены о маленьких хитростях больших знатоков. Что из всего этого следует? А вот что. По статистике, в глобальные сети входит 65% пятизвездных отелей Москвы, 43% четырехзвездных и 3% трехзвездных. Таким образом, почти все отели средней и бюджетной ценовой категории не попали в поле внимания иностранных экспертов. Примерно половина московских «четверок» тоже «оказалась вне игры». Ну а 35% неисследованных «пятерок» в такой — в общем-то, непрозрачной — истории могут, наверно, показаться чем-то вроде досадной соринки. А значит, с глаз долой — из сердца

тери. Город теряет привлекательность важного туристического направления. И всё из-за одной «кривой» цифры...

Правильные цифры

Пока массовый читатель (он же — потенциальный клиент отелей) поглощает низкопробные фальшивки, жизнь не стоит на месте. На гостиничном рынке Москвы происходят вполне реальные, а не выдуманные истории. По официальным данным, число иностранных граждан, посетивших столицу в первом полугодии нынешнего года, составило около 2,2 млн. человек, что превышает, хотя и ненамного, прошлогодние показатели. В то же время постояльцы, прибывшие из отечественных регионов, в статистические сводки, как и прежде, увы, не попадают. Однако, как следует из личных наблюдений столичных отельеров, российский поток также обнаружил склонность к увеличению. В результате положительной динамики, совокупная заполняемость столичных отелей повысилась на несколько пунктов. Как следует из отчета компании Knight Frank, загрузка отелей 3* составила в первом полугодии 63%, 4* — 67% и 5* — 62%. В эти же временные сроки средняя стоимость размещения вышла на уровень \$175.

Рост, по сравнению с прошлогодними показателями (в рублевом эквиваленте), составил 10%. Увеличилась соответственно и доходность среднестатистического номера (RevPar) — \$110. По этим операционным показателям Москва занимает пятое



место в Европе, уступая лишь Парижу, Лондону, Риму и Амстердаму. Вместе с тем, загрузка отелей российской столицы далеко отстает от большинства ведущих городов Старого Света. Все это говорит о том, что владельцы и управленцы московских отелей обеспечивают высокий уровень доходов за счет перманентного повышения цен. Особенно он заметен в гостиницах высшей ценовой категории (это наблюдение вновь заставляет признать, что рынок отелей 4*-5* до конца еще не сформирован). Есть, впрочем, и другая, мало афишируемая причина: зарплата российских отельеров в целом (и московских, в частности) существенно уступает вознаграждениям европейских коллег. Отсюда — источник дополнительного дохода. А если уж быть совсем точным, то, конечно, не дохода, а прибыли.

Затишье перед бурей

Какие еще подвижки происходят на гостиничном рынке Москвы? Про-

шедшим летом чиновники и бизнесмены успели обнародовать кучу «долгоиграющих» планов. Интересных и разных. В целом же нынешний год проходит как-то без затей. Тихо и вяло. Новые гостиницы практически не появляются. Ценовых революций, кажется, не предвидится. Неспешный ход событий дает еле заметные всходы. В нынешнем году открылось всего две гостиницы. И обе с сильным опозданием: их выхода на рынок ждали еще в прошлом году, о чем мы своевременно сообщили читателям





(см. ПО, 4(5), 2011/12). Как бы то ни было, в первом квартале на Смоленской площади распахнул двери отель Mercure Arbat 4* на 109 номеров, а летом — «Азимут Отель Москва» 3* (начало Варшавского шоссе), располагающий 134 номерами. В нынешнем году ожидалось открытие еще трех отелей — Novotel 4* на 350 номе-



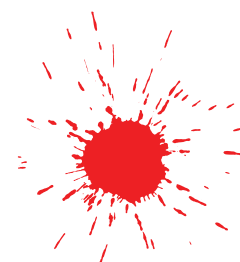
ров в составе ММДЦ «Москва-Сити», Kempinski Hotel Nikolskaya 5*, 210 номеров, (на пересечении Лубянской площади и Никольской улицы), а также отель Rezidor в составе гостинично-делового центра «Парк Победы» (ул. Василисы Кожинной). Однако сегодня (по состоянию дел на сентябрь) все идет к тому, что до конца нынешнего года будет введен в строй только Novotel. Открытие остальных объектов переносится на более поздние сроки. Таким образом, всего в нынешнем году будет открыто 3 отеля. Если наш прогноз окажется верен, 2012 г. может войти в историю как антирекордный. Причины понятны и уважительны. Строительство или проектирование всех новоиспеченных отелей происходило в разгар кризиса. Сегодня приходится пожинать его последствия. Если не случится форс-мажорных обстоятельств, уже в 2013 г. нормальная динамика открытий будет восстановлена. Отдаленные перспективы также внушают сдержанный оптимизм. По приблизительным прикидкам (существуют разные методы подсчета), сегодня в

Москве работает около 330 отелей (приблизительно 100 тыс. номеров). Столичные чиновники полагают, что к 2025 году их число может быть удвоено. По данным Москомстройинвеста, «в настоящее время в стадии строительства находятся 32 отеля, на 53 объекта выданы градостроительные планы земельных участков, по 61 гостинице документы разрабатываются, 18 участков под возведение отелей власти выставляют на торги». 17 процентов от общего количества новых гостиниц появится в Центральном административном округе. Предполагается также активизировать строительство в «новой» Москве — той части области, которая была присоединена к городу два месяца назад. Здесь будет создано 14 тысяч гостиничных мест. Власти рассчитывают, что реализация планов позволит увеличить турпоток с 4,3 до 14,8 миллиона человек. Как представляется автору этих строк, особый интерес вызывает проект гостиницы Delano 5* (150 номеров), которая расквартируется в 85-этажном (!) небоскребе. К его строительству в деловом центре «Москва-Сити» приступает девелоперская компания Capital Group. Новый комплекс — с его ресторанами и барами, фитнес и SPA-центрами, кинозалом и открытыми теннисными кортами — должен открыться в 2015 году. Если многообещающий проект будет реализован, Delano в буквальном смысле слова возвысится над всеми отелями Москвы. А пока главным «дядей Степой» столицы остается Triumph Palace Boutique Hotel, расположенный в одноименной высотке. □



ООО «ТЭК Дизайн»
тел.: +7 903 740 0125,
e-mail: design@make-vision.ru
WWW.MAKE-VISION.RU

ДИЗАЙН • ВЕРСТКА • ПЕЧАТЬ



Несмотря на бурное развитие техники, печатная продукция по-прежнему остается основой рекламной кампании практически любой фирмы. А современные возможности печатного производства и прежде всего цифровой печати дают возможность изготовить необыкновенно красивые и запоминающиеся рекламные материалы и деловую полиграфическую продукцию. Услуги оперативной полиграфии и в том числе цифровой печати доступны как никогда. Заказывая полиграфическую продукцию, хочется быть уверенным в том, что она будет работать, а не окажется в мусорной корзине.

Мы выбираем?



Как из чудного проекта сделай чудной? Отдать выбор оснащения и, в частности, сантехники в руки подрядчиков — уверен Владимир Токаев, руководитель представительства «Идеал Стандарт» в России. И действительно, как часто встречаются достойные отели с несурзадной, копейечной или, наоборот, безумно дорогой сантехникой, не предназначенной для гостиничной эксплуатации. А собственник на вопрос «Почему?» пожимает плечами: «Строители так поставили». Впрочем, слово ведущему рубрики.

Кто принимает решение?

Когда я начинал работать в «Идеал Стандарт», меня представили очень интересному человеку —

Зигмару Дернэру. Это был хороший специалист, долгие годы занимавшийся проектным бизнесом в рамках «Идеал Стандарт». Он вел

аналог CRM, но делал это вручную. И в его разработке был определен круг лиц, которые принимают решения при выборе сантехники. Оказалось, в той или иной мере участниками процесса принятия решения являются 12 сторон. Нам было важно это понять, поскольку от каждого участника шли ответвления на другие проекты, и если бы мы тесно работали с каждым из них, получалась бы своеобразная «цепная реакция» на другие проекты.

Эта модель была построена для западных заказчиков. Что касается России, процесс примерно такой же, но количество сторон, принимающих решение, меньше. И самое главное для поставщика — понять, от кого в итоге зависит принятие решения. Казалось бы, все ясно, — заказчик. Но всегда ли именно он принимает решение?

Его величество Архитектор

Конечно, самым важным участником принятия решения является архитектор проекта. Именно он еще на стадии «П» создает первичное представление о проекте, без особой детализировки прописывает количество, точки размещения и подключения сантехнических приборов (мы сейчас говорим только о сантехнике, хотя, отмечу, это касается и всего остального оборудования).

Прошедший экспертизу проект попадает заказчику, он осуществ-

НАША СПРАВКА:

Владимир Токаев, кандидат технических наук. Защищался по направлению технология тугоплавких и неметаллических материалов. С 1976 по 1996 год работал во ВНИИ строительных материалов и конструкций им. П.П. Будникова (ВНИИСТРОМ) в качестве инженера, научного сотрудника, заведующего отделом. Занимался пуском керамических заводов, разработкой новых способов утилизации промышленных отходов в керамике, вопросами сыпучести. В московском представительстве Ideal Standard International — с момента его открытия (1996 г.). Занимал позиции технического директора, руководителя проектного направления. В настоящее время — глава представительства.



ляет тендер по выбору генподрядчика. Генподрядчик, получив проект, обращается либо к уже известным субподрядчикам, либо проводит тендер на субподрядные работы, в частности, установку сантехники. И когда выбраны генподрядчик и субподрядчик на те или иные работы, проект переходит на стадию «Р» — рабочей документации. На этой стадии делается более конкретный выбор того сантехнического оборудования, которое будут использовать на объекте.

Как правило, в проекте принимают участие консультанты. У нас очень часто эту функцию выполняет будущий оператор — гостиничная управляющая компания, которых сейчас в России достаточно много. Если гостиница строится под какой-либо международный бренд, сеть имеет свои прописанные требования, которые передаются архитектору, а иногда — дополнительно и дизайнеру внутренних интерьеров, который привлекается помимо архитектора. Не секрет: многие операторы имеют перечень брендов,

которые они рекомендуют для использования в своих отелях. Отмечу, что список этот не столь обширен и чаще всего сводится к пяти-шести брендам: Villeroy & Boch, Duravit, Ideal Standard, Keramac — говоря о керамике. В проектах, которые делают турецкие компании, — конечно, Vitra. Вот, в принципе, и все.

В проектах, осуществляемых за счет государственных средств, на сегодняшний день проводится выбор продукта на основании тендеров. Тендеры — хороший инструмент, но мой опыт показывает, что редкий тендер полностью соответствует тем целям, которые были заявлены.

Стоит сказать, что в России всего с десяток крупных международных компаний, которые занимаются разработкой гостиничных архитектурно-дизайнерских проектов. В таком случае именно ди-

зайнер прописывает каждый элемент внутреннего убранства и оснащения гостиницы, номера и, в том числе, сантехники.

Итак, когда детально прописано, какая именно сантехника будет устанавливаться в гостинице, обращаются к компаниям-поставщикам, которые высылают свои предложения. Следующий этап — собранные предложения попадают на стол заказчику либо его представителю, и здесь, кроме чисто дизайнерских особенностей и вкусовых пристрастий архитектора, вступает в силу фактор цены. Если цена представляется очень высокой и превышает лимиты, заложенные в проект либо находящиеся в голове заказчика, начинается процесс замены.

От кого зависит, как она будет осуществлена? Наверное, в большей степени от архитектора или дизайнера, поскольку на основании замечаний заказчика он делает выбор. И естественно, здесь может быть заменен какой-то элемент, вся сантехника либо бренд производителя.

И этот процесс, на мой взгляд,

**НАША СПРАВКА:**

Компания Ideal Standard International (штаб-квартира в Брюсселе, Бельгия) — один из лидеров мирового рынка профессиональной сантехники. В штате 18 000 сотрудников, продукция представлена на рынках более чем 100 стран Европы, Ближнего Востока, Африки, Азии и Тихоокеанского региона, а также Центральной и Южной Америки. Компания производит дизайнерскую санитарную керамику, мебель для ванных комнат, смесители, высокотехнологичное гидромассажное оборудование под брендами Ideal Standard и Jado, а также локальными торговыми марками Armitage Shanks, Porcher, Ceramica Dolomite, Vidima и Incesa Standard. Представительство Ideal Standard International в России было открыто в мае 1996 года.

наиболее правильный: итоговое решение принимает заказчик, но очень внимательно прислушиваясь к мнению архитектора либо дизайнера, уполномоченного на проведение таких работ.

Генеральный подрядчик

Может быть и другая схема. Отметим: генподрядчик также участвует в принятии решения, а порой принимает его самостоятельно. По ряду объектов в Сочи мы сталкивались с тем, что генподрядчик самостоятельно и очень скрупулезно подходил к выбору сантехники. Хотя при этом у них имелись специализированные субподрядные организации.

Я рассказываю о практике «Идеал Стандарт», когда мы работали с компаниями, сотрудники которых очень хорошо знают рынок, цены, понимают то, что нужно. И здесь иногда появляются такие документы, как сравнительные таблицы, в которые вносятся предложения различных сторон, принимающих участие в про-

екте: архитектора, генподрядчика, субподрядчика. Такой документ ложится на стол заказчика, и он, сравнивая внешний вид и характеристики предложенных решений, принимает то либо иное из них. Или он может сказать, что ему нравится внешний вид одного из решений, но хотелось бы что-то подобное, но за другую цену.

В гостинице надо иметь в запасе штук десять душевых леек, комплектов смесителей. Отель — место общественного посещения, и приезжающие люди ведут себя по-разному...

В этом случае решение также принимается заказчиком, но здесь уже генподрядчик участвует в этом процессе и влияет на итоговое решение.

На откуп?!

Есть случаи, когда заказчик вообще не участвует в принятии реше-

ния, и оно оказывается в ведении субподрядчика. Тот, имея какие-либо пристрастия, сложившиеся отношения с конкретным поставщиком, продвигает бренд, который ему известен, с которым он уже работал и который представляется ему соответствующим итоговому видению заказчика.

В основном это происходит на проектах недорогих гостиниц, когда для заказчика безразлично, что стоит, главное, сколько стоит. На мой взгляд, такой подход в корне неверный, но он также имеет место быть на рынке. Здесь возможны варианты, о которых мы уже говорили в предыдущих материалах: субподрядчик даже может купить что-то на рынке и поставить на объект, а мучиться с этим придется собственнику отеля, потому что запчасти, гарантийное и сервисное обслуживание к такому товару обычно не прилагаются.

Я всегда советую обходить подобные ситуации, когда решение принимает третья сторона, исходя исключительно из собственных интересов.

ВЛАДИМИР ТОКАЕВ:

Серьезные архитектурно-дизайнерские компании очень скрупулезно подходят к выбору каждой детали оснащения. Сейчас мы работаем с гостиницей в Шереметьево, дизайн разрабатывала немецкая компания, и процесс выбора умывальников длится уже несколько месяцев. Был запроектирован один — не понравился заказчику. Заменяли. Не понравился. Заменяли на третий. Сначала речь шла об овальных формах. Сейчас рассматривают прямоугольный, встроенный сверху, соответствующий размерам номера: если поставить слишком большой умывальник, столешница будет смотреться несоизмеримой с ним. И наоборот. Здесь должны быть правильные пропорции, и это задача профессионала, понимающего, что такое форма, размер, что такое координированный дизайн.



Даже для крайне бюджетных проектов, без привлечения специализированной компании либо консультантов не сложно найти достойную и технологичную сантехнику. Принимая решение сам, заказчик может сравнить предложения и цены, которые существуют на рынке, — сегодня это сделать очень просто. Все есть в интернете. Можно задать артикул интересующего продукта и, рассмотрев несколько вариантов, выбрать по предложенной цене или надежности компании. Когда предложение идет от прямого производителя без дополнительных посредников — это, на мой взгляд, правильный подход: производитель рекомендует определенного поставщика, который поставит заказчику товары по специальным ценам.

Форс-мажор

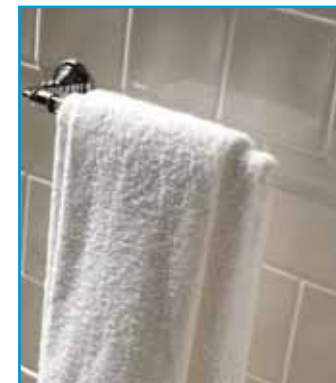
Бывает, что на финальном этапе, после всех согласований, обсуждений и принятия определенного артикула сантехники выясняется, что на нее балансом не осталось денег в бюджете.

Но даже в этом случае не стоит бежать на рынок. Есть масса решений. Это нормальный процесс, и в разумных пределах всегда можно найти вариант, который удовлетворит заказчика, но за меньшие деньги. Особенно, если для поставщиков значимо участие в данном проекте. Как мы, например, делали на Олимпийских объектах.

Очень опасно в целях экономии выходить за рамки профессиональной продукции для оснащения. Вне зависимости от того, на чем вы пытаетесь сэкономить — на мебели, дверях, сантехнике — в итоге это выйдет дороже. Китай сейчас делает много клонов, которые хорошо выглядят, но ведь после установки на них не только смотреть будут, но и пользоваться ими. И как они себя поведут в условиях интенсивной и достаточно жесткой гостиничной эксплуатации — вопрос непредсказуемый. Ставить технику, которая будет работать два-три месяца, на мой взгляд, как минимум странно. А что дальше делать? Менять на то же самое? Моя позиция как специали-

ста — этого делать нельзя. Никогда. 15 лет в этом бизнесе дают определенное основание так говорить: я не лоббирую «Идеал Стандарт». Я продвигаю продукцию компании, но никому ее не навязываю. Есть и другие достойные бренды. Но когда принимается неправильное решение, которое гарантированно приведет к большим затратам и проблемам — это мне кажется неразумным.

В отеле наших друзей в отсутствие гостя прорвало шланг на смесителе и залило два этажа.





**МИНИМАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ
К ГОСТИНИЧНОЙ САНТЕХНИКЕ:**

- соответствие гостиничным технологиям: безопасность, повышенная прочность, долговечность, удобство уборки;
- наличие на рынке официального представительства производителя, т. е. возможность замены и поставки запчастей;
- прочность фирмы производителя и поставщика — нужна уверенность, что и через десять-двадцать лет у этой же компании можно будет приобрести эту же продукцию в случае внеплановой замены;
- экологичность;
- экономия ресурсов.

Конечно, они получили страховку, может, это и не так плохо — планировали делать ремонт, а его уже оплатили. Но время простоя и головную боль, которую они «приобрели», никогда не покроет экономия на дешевых смесителях.

Вместо итога

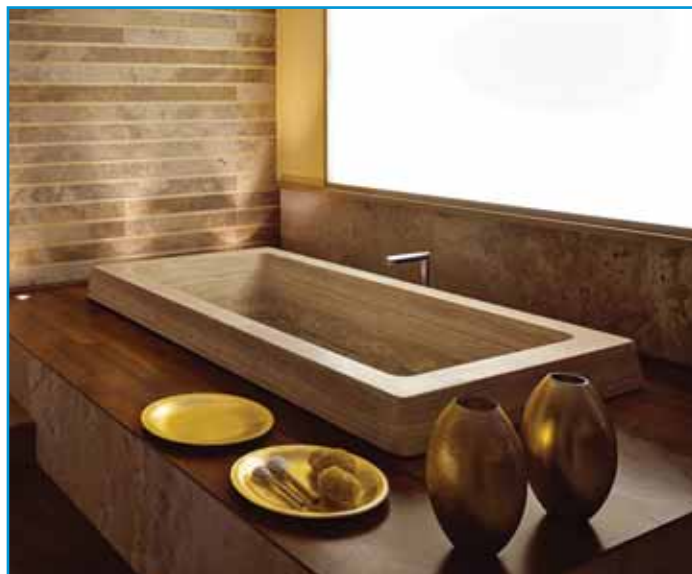
Из списка лиц, принимающих решение о покупке сантехники для объекта, только две категории связаны с его дальнейшей эксплуатацией — это консультанты в лице будущей управляющей компании и сам собственник. Остальные при выборе исходят из собственных приоритетов: архитектор и дизайнер выбирают красоту, часто абстрактную, генподрядчик и субподрядчик — технологичность и простоту установки. А страдает от результатов неправильного выбора заказчик. Чудес не бывает — если поставлено ненадежное, нетехнологичное в эксплуатации оборудование — оно о себе обязательно «напомнит».

Повторюсь — слушаться только дизайнеров (или строителей) — не самый правильный путь. В одной из гостиниц Сочи была установлена итальянская

сантехника бренда, не присутствующего в России. А в гостинице срок жизни самой лучшей сантехники предсказать невозможно. Разобьют гости унитаз и что делать? Везти багажом из Италии? То же самое со смесителями.

Хотя стоит отметить, что рынок сильно изменился в профессиональном плане. Лет 15-20 назад по пальцам можно было пересчитать проекты,

которые грамотно реализовывались. Сейчас большая часть делается грамотно с точки зрения сантехники. Люди стали опытными, они знают, что есть на рынке, что ставится. Они много ездят, видят примеры в лучших отелях мира, интуитивно чувствуют, что правильно, что нет, прислушиваются к профессионалам — процесс выбора стал цивилизованным. □



STRADA



Компания Ideal Standard International является крупнейшим в Европе производителем сантехники, в том числе, для гостиниц и офисных помещений. Широкий ассортимент продукции включает в себя санитарную керамику и смесители, мебель и аксессуары, а также системы гидромассажа, акриловые ванны и поддоны. Продукция, не только класса люкс, но и базового сегмента, отличается техническим совершенством и запоминающимся дизайном.

Представительство Ideal Standard International в России:

Россия, Москва ул. Шаболовка, д.31, корп. Г, 2-й этаж
Тел. +7 (495) 234-26-83, Факс +7 (495) 234-26-93

www.idealstandard.ru



Подсказано жизнью

Здесь барство дикое, без чувства, без закона...



Сложно писать о месте, откуда ушел. Читателя сразу появляются сомнения в искренности автора и упреки в предвзятости. Да и у самого автора постоянно возникают мысли: нужно ли, ведь меня уже там нет; уходя, уходи, а они, оставшиеся, пусть живут, как могут и как заслуживают... Но... можно забыть и простить многое, однако есть вещи, переступить через которые нельзя. Как и молчать о них...

«Новая метла»

Кафедра «Организации и технологии в гостиничном бизнесе» существует в ИТиГе с 2006 года. Молодая, по-своему амбициозная, она объединяла преподавателей, так или иначе связанных с отель-

ным бизнесом. Не все всегда было гладко, но жизнь есть жизнь, и кафедра росла. Правда, пятилетний юбилей прошел как-то незаметно — менялось руководство. В феврале 2012 года руководить кафедрой была назначена Лилия Духовная,

Екатерина ШУНИНА

К. пед. наук, доцент

кандидат экономических наук, доцент. Человек, казалось бы, опытный, за успехи грамотой ректора награжденный. Понятно, что, как говорят в народе, «новая метла метет по-новому», однако не задолго до этого у руководителя: студенты-старшекурсники (автор работала с ними) до конца учебного года — а многие и до этого сентября — так и не знали, что выпускающую кафедру возглавляет новый человек; и с преподавателями стали возникать конфликты, да не с одним, а с разными. Итогом тому стал уход (с различными формулировками) четырех педагогов, три из которых — кандидаты наук: одна с опытом профессиональной деятельности в гостинице, другая — не первый год работающая по различным международным проектам (под ее руководством, кстати, и студенты выезжали в европейские страны), ну а третья — автор статьи, также не один год работающая в гостиничном бизнесе, да и с педагогическим стажем без малого в четверть века. К слову, на сайте кафедры в разделе «События» практически половина мероприятий — дело их рук.

«Мне право такое дано...»

Кульминация произошла в июне на заседании кафедры: двух преподавателей (из тех самых) не поставили в известность о дате ее проведения, и они же стали ее главными «героями». «Эта мерзавка...» — кричала в присутствии коллег заведующая кафедрой в адрес непришедшей. И летели подбитыми птицами документы, и молчали зрители. Автору «повезло»: «мерзавкой» не называли, а просто отметили, что преподаватель она нерадивый, работающий хуже всех... Вопрос: как произошло, что ведущий — в течение двух с половиной лет — преподаватель кафедры стал вдруг худшим, — повис в воздухе... Хотя не совсем так. «Вы же знаете, — прокомментировала позже ситуацию одна из топ-менеджеров вуза, — преподавателей у нас оценивают не по их педагогическим заслугам, а по сданным методическим разработкам».

«Мне право такое дано!» — объясняла свою политику в численности и снятии надбавок сотруднику кафедры заведующая. Кстати, в результате этой «политики» ранее высокооплачиваемые специалисты (по меркам вуза) стали получать меньше горничной.

«Мне право такое дано!» — так и просится: казнить и миловать. Господь с Вами, Лилия Леонидовна, никто не собирается ущемлять Ваших, освященных ректором, прав. Но кто Вам дал право людей оскорблять, публично унижая их и огульно обвиняя? Усомнились в представленных документах? А как

же презумпция невиновности? Да и банальные нормы морали и ответственности еще никто не отменял (даже в рамках отдельно взятой кафедры).

Очень неприятно описывать скандальную ситуацию, но еще неприятней, что коллеги ее принимали молча. Помните, у А. Галича: «И не веря ни сердцу, ни разуму, для надежности спрятав глаза, сколько раз мы молчали по-разному, но не против, конечно, а за!». Нет, одна из коллег попыталась вступить — сейчас она без работы: вовремя закончился контракт. «Где теперь крикуны и печальники? Отшумели и сгнули смолоду...»

Ergo

В Концепции развития кафедры «Организация и технологии в гостиничном бизнесе» на 2011-2015 годы сказано (www.itig.ru/cathedra/hotelbusiness/): «...миссия кафедры состоит в следующем: удовлетворение потребности гостиничной индустрии в высококвалифицированных специалистах; содействие формированию новой модели специалиста для гостиничной индустрии» (отдел практики в институте закрыт уже второй год, аналогичной структуры на кафедре нет — да и не может быть; инициатива автора по организации постоянных экскурсий на гостиничные предприятия и отраслевые выставки была оценена только студентами); «формирование условий, обеспечивающих полное раскрытие способностей каждого сотрудника кафедры» (изложенное выше



как-то диссонирует с данным положением); «стимулирование индивидуального и совместного творчества в области образования и науки» (ну, а о творчестве преподавателей и о том, чем они вынуждены заниматься, чтобы не оказаться «за бортом», мы уже писали — см. ПО № 3(4), 2011).

Итог. Спасибо, Лилия Леонидовна. Мы ушли и нам хорошо. Студенты «выплывут» и забудут вуз. А те, кто остался... По Сеньке и шапка...

От редактора. Казалось бы, частная ситуация. Новый руководитель, передел сфер влияния в рамках одной кафедры, — ничего такого, о чем стоило бы говорить. Беда в другом: в результате участвовавших в последнее время «частных случаев» вузы покидают мыслящие преподаватели, имеющие не только педагогические способности, но и знающие отрасль. Навскидку легко можно назвать с десяток таких специалистов, покинувших вузы за последние два-три года. □

Агрессия

И защита от нее



Гости бывают разные. Под этой фразой готовы подписаться сотни отельеров, но... тот же гость, сколь бы он не был неуравновешен, неправ, несдержан, в лице сотрудника отеля всегда рассчитывает на понимание, доброжелательность и спокойствие. Как не поддаться провокации и не впасть в агрессию в непростых условиях отельной повседневности? Об этом — психолог Евгений Тарасов.

А далеко не все знают, что, кроме хорошо известных, т. н. безусловных рефлексов — самосохранения, пищевого и полового (продолжения рода), — у человека имеются еще два не слишком-то приятных инстинкта: агрессии и аутоагрессии (т. е. агрессии, направленной на самого себя). Первый проявляется в раздражительности, конфликтности, злобности, вандализме, драчливости, но самое главное — в военных действиях (которые являются крайним проявлением агрессивности). Ну, а инстинкт аутоагрессии может выражаться в рискованных занятиях экстремальными видами спорта (то же скалолазание, авто- и мотогонки, прыжки с парашютом, слалом, сплав по горным рекам, бокс...), а также в курении, алкоголизме, употреблении наркотиков и просто в нездоровом образе жизни. Самым страшным его проявлением является суицид, т. е. самоубийство.

В «норме» в человеке («цивилизованном», воспитанном) проявления этих инстинктов не только уравновешены, но и «микшированы», т. е. «задавлены» воспитанием. Однако даже при хорошем воспитании могут в определенных

ситуациях «вылезать» те или иные их признаки. И даже вроде бы самый «защищенный» человек в некоторых сложных обстоятельствах способен «сломаться», став жертвой одного из этих инстинктов (чаще всего подобное происходит с людьми, у которых слаба психологическая защита). Здесь мы поведем разговор о таком инстинкте, как агрессия.

Знать в лицо...

Современные психологи различают следующие виды агрессии:

1. Эмоциональная, проявляющаяся в криках, слезах, в страстном, зачастую с трудом сдерживаемом желании высказать в лицо «противнику» все, что думаешь о нем, а то и просто «стереть его в порошок» и т. д.

2. Вербальная — «нападение» словом — от уничижительного высмеивания до ругательств, оскорблений и издевательств. Увы, последствия ее могут оказаться куда более разрушительными, чем даже последствия «махания кулаками», т. е. драки.

3. Физическая — это уже и есть «рукоприкладство». Увы, даже в нашем вроде бы цивилизованном обществе есть еще немало число людей, считающих кулак главным аргументом в любом споре и любой ссоре.

4. Предметная агрессия: при ней человек предпочитает давать волю этому скверному инстинкту, вымещая зло на той же кухонной посуде (путем разбивания тарелок) или же на мебели (ломая ее).

5. Внутренняя агрессия характерна для людей, в общем-то, неплохо контролирующих себя,

внешне — владеющих собой, не дающих выхода своим эмоциям (не говоря уже о действиях). Вот только у этой категории людей агрессия уходит на уровень подсознания, а это опасно в первую очередь для них самих (впрочем, иногда и для окружающих, поскольку может прорываться порой через «цензуру сознания» в виде вроде бы немотивированных поступков и действий).

6. Ну, а самоагрессия наиболее коварна, поскольку от нее человек обычно не защищается, а потому столь ужасны для него бывают ее последствия.

Агрессия — это деструктивное поведение, наносящее вред не только объекту нападения, но и самому источнику этой агрессии. И в наши дни считается, что любые виды агрессии нельзя подавлять, нельзя загонять их внутрь. Ведь если не давать агрессии выхода, то мощный выброс адреналина из надпочечников в кровь при ней может давать опаснейшие подскоки артериального давления, головные боли, даже нарушения сознания. В общем, подобного рода неотреагированные агрессивные эмоции могут вызывать не только инфаркты, инсульты, но даже онкологические заболевания!

Вот только живем мы в достаточно цивилизованном обществе, и потому, если по любому поводу начнем «разряжаться», агрессивно набрасываясь на своих «оппонентов», а тем более — на врагов или, как минимум, круша в доме всю мебель, ни к чему хорошему это не приведет. И вряд ли повысит настроение и



решит проблему. А потому не лучше ли научиться управлять своей агрессивностью? Как? Для этого существует несколько достаточно несложных приемов и правил.

Побеждаем самоагрессию

Попробуйте «принять» свою агрессию, скажите себе: «Да, я тоже, увы, бываю злым, меня могут рассердить и вывести из себя некоторые вещи. Я имею право сердиться, но не более того».

После этого постарайтесь выразить свои чувства адекватными

Знаете ли...

Если вы решили пойти в ресторан, то это не повод оставлять дома любимую собаку. В ресторане Дороти Моор, помимо обычного меню, подают и перечень лакомств для четвероногих друзей: коктейли, особенные закуски, десерты. Предприимчивая американка открыла свое заведение в 2005 году и назвала его «Обеденная собака», ориентированное на хозяев и их питомцев.



словами, тем самым подавляя проявление «гневного выброса» в самом его зародыше. Не позволяйте ему превратиться в скандал или, напротив, в подавленную агрессивность. К примеру, если кто-то из коллег по работе сделал в ваш адрес обидное замечание, не молчите, но и не начинайте «сходу» кричать и размахивать кулаками. Постарайтесь как можно спокойнее и подчеркнуто вежливо сообщить ему: «Вообще-то твои (ваши) слова меня обижают, напрасно ты (вы) стал(и) говорить со мной в таком вот тоне». Для верности «прикройте» при этом внутренней улыбкой и поглядите на обидчика как бы свысока.

Для интеллигентного, воспитанного человека такой вашей «отповеди» может оказаться достаточно и он «отстанет». Если же этого не произойдет, то не стоит лезть в драку! Уж лучше выразиться неловко, а еще лучше выместить свою злость на неодушевленном предмете. К примеру, можно отшвырнуть книгу или ту же авторучку. Ну а дома — поколотить... нет, не посуду, а подушку.

ВАШ ИНСТИНКТ АГРЕССИИ

Предлагаемый тест поможет разобраться, насколько вам присуща агрессия, с тем, чтобы вы задумались и начали учиться владеть собой в той или иной стрессовой ситуации.

За ответ «да» Вам полагается 5 баллов, а за ответ «нет» — 0.

Легко ли Вас вывести из терпения?

Уверены ли Вы в приоритете грубой силы над логикой?

Трудно ли Вам удерживаться от ссоры, если Вы с кем-то категорически не согласны?

Любите ли Вы хотя бы иногда делать что-то назло другим?

Бываете ли Вы грубы?

Начинаете ли Вы стучать кулаком по столу, если вас что-то выводит из себя?

Считаете ли Вы, что окружающие завидуют вам?

Есть ли в Вашей жизни кто-то, кого вы по-настоящему ненавидите?

Нравится ли Вам зло высмеивать людей?

Признаете ли Вы возможность физических наказаний детей?

Бываете ли Вы неприятны окружающим?

Любите ли Вы смотреть фильмы ужаса, боевики, триллеры?

Впадали ли Вы когда-нибудь в такую ярость, что разбивали или ломали какие-либо предметы?

Считаете ли Вы, что применение смертной казни в нашей стране следует снова разрешить?

А можно просто выскочить из кабинета либо из комнаты и, побегав по лестнице между этажами, покричать, поругаться с воображаемым оппонентом. Можно также, написав обидчику письмо с выражениями ярости и всего того, что вы думаете о нем, нарисовав на этом же листе бумаги ехидно улыбающиеся рожицы (быть может, даже оплевав письмо), разорвать его на мелкие кусочки и довершить это дело, спустив обрывки в унитаз.

Многим удается достаточно быстро прогнать свою агрессию с помощью громкого пения. К примеру, если дома вас «достал» кто-то из родственников, начните голосить

слова знаменитой «психотерапевтической» песни, гласящей, что «Нам песня строить и жить помогает! Она, как друг, нас зовет и ведет!..»

Держать удар!

Однако, кроме сдерживания собственной агрессивности, нужно уметь еще и защищаться от различного рода ее проявлений со стороны окружающих. А зависит такое умение от особой «внутренней стойкости», от той «толстокожести», которая и определяет во многом уровень нашей психологической защищенности. Вот несколько действенных приемов самозащиты от проявлений чужой агрессивности.

КЛЮЧ:

Если в сумме у Вас оказалось от 0 до 25 баллов, то, по-видимому, Вы относитесь к разряду доброжелательных людей. Вы склонны верить в благородство окружающих, в доброту, любовь и справедливость. Правда, Вам, быть может, не дано легко привлекать других к реализации ваших целей, и ваше умение владеть своими эмоциями и чувствами нередко сочетается с недостаточной уверенностью в себе, подчинением мнению окружающих, поэтому Вы можете становиться объектом чьей-то агрессивности. Не позволяйте же другим садиться Вам на шею! Повышайте степень самооценки. Укрепляйте не только свое тело, но и свой дух!

Если же Вы набрали от 30 до 70 баллов, то Вы явно склонны к агрессивным выпадам и к потере самоконтроля (и чем больше сумма набранных баллов, тем эта склонность выше и проявляется чаще). Содержание и форма Ваших высказываний, а также сопутствующие им жесты, мимика и т. д. нередко свидетельствуют о намерении жить, не сдерживая своих инстинктов, а то и прямо навредить другим, душевно ранить их. Так называемое резание правды в глаза часто означает, опять-таки, проявление Вашей агрессивности. То же самое и с вашими негативными оценками знакомых и даже близких Вам людей. Подумайте, так ли уж конструктивно Ваше поведение, так ли уж обязательна Ваша резко наступательная позиция, и не опасна ли она не только для объектов Вашей агрессии, но и для Вашего собственного (не только нервного) здоровья?



вами и легко ранимыми людьми являются те, у кого снижена степень самооценки. Но ведь вы — БОЛЬШОЙ и СИЛЬНЫЙ ЧЕЛОВЕК, а потому с определенного момента вы уже просто не замечаете не только насмешки и «шпильки», отпускаемые в ваш адрес, но и любые агрессивные выпады. А еще лучше — даже сами находите в подобных «наскоках» на вас нечто забавное и смешное («Ай, моська, знать, она сильна, что лает на Слона!..»).

В общем, хотя некоторые слова и способны ранить, но ведь это же не пули, против них не нужно натягивать бронезилет. Если вам не удастся поначалу не обращать внимания на «жалящие» или «ранящие» слова или вы еще не умеете отражать их «оружием смеха», то можно прятаться от них за «толстой стеклянной стеной».

2) Этот простой, но чрезвычайно эффективный прием усиления психологической защиты нужен и полезен практически любому из «живущих среди людей». С его помощью можно ставить надежный заслон, который будет предохранять, защищать вас от эмоциональных ударов, возводя своеобразную стену между вами и не-



1) Неплохо вообразить себя настолько сильным и настолько большим, что до вас просто «не доходят» никакие обиды и огорчения. Ко-

нечно же, в первую очередь следует учиться игнорировать, не замечать мелкие уколы самолюбия.

Вспомните о том, что обидчи-

гитивно, а может быть, даже агрессивно настроенными людьми. Эта «стена» особенно важна и нужна в тех случаях, когда вы неадекватно и даже болезненно реагируете на травмирующие вас выпады.

Из каких же материалов можно возвести эту «ограду»? Только не удивляйтесь — из стекла! Да-да, вы должны представить себе, что между вами и вашим обидчиком, вашим противником по «выяснению отношений» вырастает большая стена из толстого, но прозрачного стекла. Ваш «визави» что-то там такое говорит неприятное, быть может, даже обидное для вас, но вас это вовсе не трогает, ведь вы не слышите ни одного его слова! А потому теперь они на вас никаких не действуют. И вы, уже не теряя выдержки и самообладания,

НАША СПРАВКА:

Тарасов Евгений Александрович, врач-психотерапевт высшей категории, психолог. Врачебную (психиатрическую) практику начинал в Чечне; более 16 лет проработал в психосоматическом отделении (неврозов и пограничных состояний). В качестве психолога проработал более 14 лет в Московской Службе социально-психологической помощи для молодежи (Служба Доверия), автор 25 книг по проблемам общей медицины и практической психологии. Издавался в России, США, Великобритания, ФРГ, Израиле и других странах.

не утрачивая ясности ума и спокойствия духа, не даете никаких реакций на это его «выступление» и не поддаетесь ни на какие его провокационные жесты. Вы не стремитесь (как это почти всегда случается при ожесточенных «выяснениях отношений», ссорах и конфликтах) отвечать «ударом на удар». В общем, «спрятавшись» за такой, только что выстроенной вами необычной стеной и заглушив голос своего «визави» с помощью психологических «берушей», вы сумеете переломить ситуацию в свою пользу, сохраняя свои нервы и свое здоровье в должном порядке!

3) И еще неплохо «провентилировать» свои эмоции. Как сказал один из современных остроумцев, «Слово не воробей: обгадит — не отмоешься!». Да еще, добавим, после иного слова остается такой душок, что хочется включить вентилятор, чтобы прогнать этот «психотравмирующий след».

В общем, если ваша память застревает на произошедшем, раз за разом оживляя обидевшее, расстроившее или просто испугавшее вас, то не стоит сразу же глотать транквилизаторы или даже антиде-

прессанты. Лучше «провентилируйте» свои эмоции. Для чего попробуйте представить, что вы распахиваете дверь, через которую врывается сквозняк. Вот он начинает продувать все, даже самые отдаленные, самые глубинные закоулки вашей души, выметая из нее тяжелые переживания, унося куда-то вдаль обидевшие вас слова. Старайтесь помочь этому сквозняку быть более сильным и более действенным: вдох — сквозняк врывается внутрь вас, выдох — он выметает из вас все дурные мысли и чувства.

Ну а для усиления очищающего действия этого «сквозняка» попробуйте наполнить его теми запахами — моря, хвойного леса, свежескошенной травы, преющей или сгоревшей осенней листвы, — которые ассоциируются у вас с чем-то успокаивающим, умиротворяющим, благостным или же радостным, и тогда вы сможете быстро убедиться в том, насколько эффективен этот не совсем обычный метод!

В общем, перефразируя одно известное выражение, можно смело сказать: «Не так страшна агрессия, как ее малюют!» □

Знаете ли...

Все больше известных актеров присоединяют к своим «киношным» титулам звания «ресторатор» или «отельер». К примеру, более 20 ресторанов по всему миру (бренды Nobu и Ago), в частности, и в Москве, открыл оscarоносный Роберт Де Ниро. Он же, совместно с Фрэнсисом Фордом Coppолой и Робинсом Уильямсом владеет рестораном «Рубикон» в Сан-Франциско, коллекция вин которого в различные годы достигала 1700 наименований, что не удивительно: сам Coppола, будучи владельцем трех отелей в Калифорнии.



**XII ВЫСТАВКА ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА
ФЕСТИВАЛЬ КУЛИНАРНОГО ИСКУССТВА**

ЮЖНОЕ ГОСТЕПРИИМСТВО • 2013



**28 февраля–2 марта
г. Кисловодск**



КОМПЛЕКСНОЕ ОСНАЩЕНИЕ:

- санаториев, пансионатов, отелей и частных гостиниц;
- ресторанов, кафе, баров, пиццерий, кофейен и чайных домов.

ФЕСТИВАЛЬ КУЛИНАРОВ:

- соревнования поваров, кондитеров, барменов, бариста.
- Выставка «Арт-класс»;
- мастер-классы по карвингу;
- бармен-шоу.



Кому СНиП не писан?



Бесспорно, любой отель — это концепция, воплощенная сначала в чертежах проектной документации, а потом и в конструкциях. Казалось бы, все просто: собственные либо привлеченные специалисты «накреативили» идею, просчитали концепцию; проектная организация описала все это в рабочей документации, руководствуясь которой строители воплотили мечту инвестора в жизнь. Но, как показывает практика, редкий проект пройдет по этой тропинке, не растеряв изначально заложенных качеств и конкурентных преимуществ. О прозе строительства отеля — Виктор Цветков, главный инженер Four Elements Borodino Club Hotel.

П.О.: Виктор Михайлович, нет ли одного отельера, который был бы доволен процессом строительства своего отеля. В чем, на Ваш взгляд, основные причины проблем строительного периода?

В.Ц.: Основная причина, на мой взгляд, это человеческий фактор. Очень непросто собрать команду специалистов, которые способны сделать объект таким, как его задумали. Мой строительный опыт начинался, когда состав проектной документации строго регламентировался и контролировался государственными органами надзора, и я помню проекты, которые мы получали раньше. Это были более подробные документы, где прописан каждый узелок, каждый шаг строителя. Сейчас же проектировщики выпускают некое видение со ссылкой на стандарты, СНиПы и аналоги, которое в процессе реализации приходится домысливать.

Но большинство строителей на исполнительном уровне — люди неквалифицированные, и лишь немногие понимают, что такое стандарт, где его взять и как применить. Если в проекте что-то упущено, недоработано, то строитель, из-за отсутствия необходимого чертежа, додумает все сам и сделает по своему разумению. А получится... то, что получится. Буквально вчера при обходе объекта увидел, как делают разводку канализации. Казалось бы, что проще: рабочие устанавливают так называемый «прямой выпуск» — к канализационному стояку под 90 градусов подходит выпуск от унитаза. Конечно, вода пойдет по такому пути,

но есть два аспекта: звук падающей воды и в перспективе — возможное засорение. Если установить косой отвод, этого можно избежать. Но строители этого, как правило, не знают или не хотят знать — это может знать только эксплуатационник, который несколько лет своими руками почистил такие отводы и в итоге заменил их на то, что нужно. Проектировщик такие «мелочи» в рабочей документации не прописывает, рассчитывая, что это должен знать строитель. Таких примеров масса.

Чтобы отель отвечал всем требованиям и нормам, нужно, чтобы проектировщики знали подобные тонкости, причем не понаслышке. Но проектные организации не имеют сотрудников, специализирующихся на гостиничном направлении. Они проектируют то, на что есть спрос, — магазины, офисные центры, жилье. Трудно найти специалиста, который бы на уровне проектного дела все продумал и занес на бумагу так, чтобы в отеле не пересекались люди и машины, отдыхающие и сотрудники, — то есть то, что на самом деле должен делать архитектор.

П.О.: Если предположить, что удастся найти профильного архитектора и получить подробную, идеально прописанную документацию...

В.Ц.: В Four Elements Borodino Club Hotel пошли по этому пути: разработка проекта была доверена шведской компании. Объект застроен через целый ряд решений, описывающих не только то, как он будет выглядеть, но и абсо-



лютно все, вплоть до стула, светильника. Конечно, сразу по этой разработке строить отель было нельзя — в России другие нормы проектирования, требуется другая рабочая документация. Но эта работа позволила уже отечественной проектной организации создать пакет документов в соответствии с российскими нормами.

П.О.: То есть, имея на руках досконально проработанную документацию, Вы сняли часть проблем?

В.Ц.: Именно — часть. Даже сейчас приходится до 50% документов изменять, пересогласовывать. И хотя мы к этому все привыкли, так не должно быть. Проектная документация должна выдаваться с минимумом неточностей. Конечно, ошибки возможны — над документами работают люди, но эти ошибки не должны быть грубыми, в отступление от концепции.

Второй момент после проектирования это, безусловно, строительство. Далеко не секрет, что все мы ограничены бюджетом и, чтобы не

потерять объект в целом, приходится от чего-то отказываться, что-то упрощать, находить материалы, которые есть на рынке, и желательнее подешевле. С этим можно мириться, но до определенного предела. В реальности в 50% случаев материалы приходится сортировать, возвращать поставщику и не соглашаться с его доводами. В Four Elements Boro-





dino система очень простая: строители заключают договор на поставку и обязательно письменно согласовывают каждую позицию со мной. Я еще раз проверяю, правильно ли проектировщики указали данный вид оборудования, правильно ли строители его заказывают или делают это в обход проектировщиков. А может быть, и те и другие ошибаются.



На объектах обязателен постоянный контроль: бывает, что поставляется продукция, не соответствующая описанию, — к сожалению, недобросовестность поставщиков встречается нередко... И пока сам не помотришь, не потрогаешь своими руками, трудно оценить, даже если сертификат качества в наличии. К примеру, есть и бетон, который идеален по внешнему виду, но после заливки — не знаю, как они это делают, — при испытаниях дает только 50% прочностных показателей. Приходится его разбивать и заливать по новой. Безусловно, такой брак выявляется и не допускается, — но издержки и затраты растут.

П.О.: *Получается, если бы Вы не отследили, на перекрытиях объекта был бы залит некачественный бетон. А как же система контроля со стороны государства?*

В.Ц.: Она осталась в виде одного инженера-инспектора районного архитектурно-строительного контроля, который не может разорваться на несколько десятков объектов, нахо-

дящихся в его ведении. Большую роль сегодня играет собственник — насколько он переживает за объект и своих будущих гостей. Если цель — строительство с последующей продажей, то никто сильно не переживает. Если же объект, как Four Elements Borodino, строится для себя, тогда собственник сам вводит контрольные структуры на своем предприятии. У нас, к примеру, на объекте буквально живет, кроме меня, главного инженера, технадзор. Его задача — не допустить брака вследствие незнания, оплошности, а где-то и умышленных действий, которые вольно или невольно позволяют себе строители. Без этого нельзя. С утра и до поздней ночи технадзор занимается решением вопросов то с каменщиками, то с сантехниками, то с электриками — по ходу дела приходится все время подстраиваться и что-то менять. Это жизнь, к которой строители уже привыкли, но так в принципе не должно быть.

П.О.: *Если допустить, что эта работа не будет проведена: к чему в итоге приведет то, что отель построят так, как его «видят» строители?*

В.Ц.: Приведу пример из своего опыта. Несколько лет назад я был приглашен в один подмосковный отель на стадии завершения, когда готовность строительных объектов составляла 95-99%. Велась внутренняя отделка, и все оборудование было уже установлено. Казалось бы, можно приглашать клиентов. Но при детальном обследовании обнаружилась масса грубых ошибок и непонимания строителями того, что

делалось. Пришлось вводить объект в эксплуатацию по временной схеме, приглашать не очень требовательных клиентов и снижать цену. Фактически в течение трех месяцев проводилась обкатка объекта и все «тонкие» места проявляли себя: ломались, не работали. Это приходилось срочно менять. В итоге понадобилось три года, чтобы в процессе эксплуатации привести в порядок или заменить основную массу узлов, которые были сделаны неправильно. Взять хотя бы такую «мелочь», как шаровые краны. Казалось бы, что проще: зашел на рынок, купил, поставил. Но наш сантехник привык этот кран ставить на паклю, наматывая сколько не жалко и затягивая большим гаечным ключом — кран в процессе эксплуатации лопается в месте резьбы. Итог — затопление номера со всеми вытекающими. И таких примеров масса.

П.О.: *Понижение сегмента клиента удалось отыграть?*

В.Ц.: Безусловно. Вернулись к тому гостю, на которого отель и рассчитывался. Но надо понимать, что уровень вандальности клиента с невысокой платежеспособностью заметно выше. Это было всегда, и, наверное, так будет и дальше: гость приезжает, чтобы сегодня погулять, а завтра... Поэтому нельзя опускать планку — иногда выгоднее вообще не заселять подобных гостей.

П.О.: *Виктор Михайлович, какие проектировочные решения в плане энергосбережения, отопления, вентиляции, разработанные для Four Elements Borodino, могут быть интересны отельерам?*



В.Ц.: Стандартная схема обеспечения объекта энергией и теплом предусматривает подстанцию и котельную. Но в Можайском районе — острый дефицит электроэнергии, и при тех лимитах, которые нам могли выделить, полноценная работа отеля была бы невозможна. Пришлось создавать собственный энергоцентр, работающий на природном газе, который будет обеспечивать отель не только энергией, но и теплом. Эта комплексная система максимально использует тепло сжигаемого газа. В нее также встроена большая хладомашина, позволяющая с помощью фанкойлов охлаждать воздух в гостевых номерах. Это не только сберегает энергию, но и позволяет получать сравнительно дешевую собственную энергию, а также высокий уровень комфорта в номерах, потому что фанкойлы — это бесшумные вентиляторы, которые постоянно освежают воздух в номере. Безусловно, предусмотрены все необходимые контроллеры, обеспечивающие

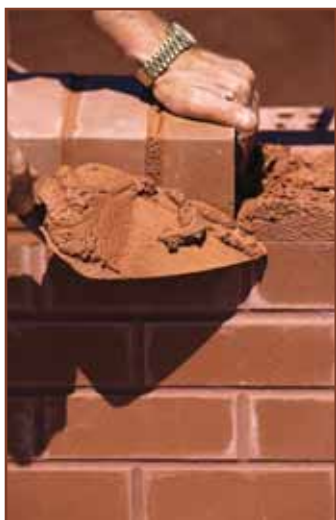
комфортность номеров по температурным показателям.

Но данный объект уникален не только с точки зрения энергоцентра. Любой отель — это, по сути, мини-город. В Four Elements Borodino есть свои артезианские скважины, насосная станция, система очистных сооружений и канализации. Применены очень интересные технологии по бассейнам. Пре-





дусмотрена система диспетчеризации — рабочее место за компьютером, куда будет собираться вся информация: как работает система отопления и вентиляции, что происходит на каждом участке инженерных систем. Сюда же сводится информация по охранной системе и видеонаблюдению, датчики пожарной системы, что позволяет максимально обезопасить гостей отеля.



П.О.: Удалось ли решить «газовый» вопрос?

В.Ц.: Энергоцентр объекта рассчитан на природный газ. Точка подключения к нему находится в трех километрах, в соседнем селе. Но для того, чтобы «привести» газ на объект, необходимо пройти ряд длительных согласований. Один из больших вопросов — согласование акта выбора земельного участка. Требуется, чтобы трассу согласовали все: начиная от физического лица, через огород которого она проходит, заканчивая дорожниками, владельцами РЭС, администрацией... Получил все подписи и печати — наступает этап согласования проекта, т. е. все по новой: те же физические лица, те же дорожники, владельцы РЭС, администрация... И если в первый раз все было согласовано, не факт, что те же люди поставят свою подпись снова. Вместе с физическим процессом прокладки трассы это потребует не меньше шести месяцев. И хотя по всем планам и графикам отель должен был открыться в этом году, из-

за газоснабжения событие переносится на весну 2013 г.

Чтобы вести отделочные работы, устанавливать дорогостоящее оборудование, необходимо тепло. Поэтому было принято решение установить собственные емкости сжиженного газа и запустить на нем отопительные котлы. Проект уже оформлен, и сейчас, чтобы подать тепло во все здания, горячую воду в бассейн, будем запускать энергоцентр.

П.О.: Как мы уже писали, прошедшая зима была очень тяжелой — сильные морозы, обрывы сетей электропитания. После запуска энергоцентра отель уже не будет зависеть от перебоев в электро- и газоснабжении?

В.Ц.: Я получал свой основной опыт в системе Министерства общего машиностроения. Космос, Космолев... И первое требование, с которым меня познакомили — объект должен быть живучим, как авианосец. Я запомнил это на всю жизнь и всегда старался строить объекты таким образом, чтобы, когда в руках эксплуатационника останется только свечка, инженерное оборудование будет работать хотя бы до тех пор, пока в плановом порядке его не переведут в режим остановки и консервации. В Borodino Club Hotel все сделано по этой схеме. Безусловно, создавать объект автономным на месяц — лишнее. Но трое суток бесперебойной автономной работы я гарантирую. И по электроэнергии, и по газу, и по воде, и по канализации. Все это проектом предусматривается и воплощается в жизнь. □



Exceptional Workplaces



НАДЕЖНЫЙ ПОСТАВЩИК РЕШЕНИЙ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГИГИЕНЫ.
Мы создали высококачественные и стильные решения для Вашей туалетной комнаты и позаботились о высоком уровне гигиены Ваших гостей и работников и экономии для Вашего бизнеса

www.kcprofessional.com
телефон: +7 (495) 725 43 83

Всевидающее око



Современные системы видеонаблюдения с функциями видеоаналитики в состоянии не только вести запись с камер и транслировать ее, но и решать множество задач без участия человека — например, подсчитывать число посетителей или подъехавших машин, сообщать оператору об оставленных вещах или пересечении границ контролируемой зоны. О возможностях систем видеонаблюдения — Евгений Стенин, менеджер по продажам компании «BOSCH. Системы безопасности».

«Аналог» или IP?

В небольших гостиницах система видеонаблюдения может включать в себя всего несколько камер (в фойе и наиболее критичных зонах) и один-два регистратора для записи видео. Стандартный вариант для такого случая — установка аналоговой системы видеонаблюдения. У этих систем

есть небольшие преимущества, такие, как относительно невысокая цена, но длина аналоговых линий связи ограничена, а при наращивании аналоговой системы видеонаблюдения значительно вырастет и общая стоимость проекта. Поэтому аналоговая система подходит только для гостиниц с небольшим числом камер.

Однако даже в системах небольшого масштаба все чаще применяются IP-видеокамеры, способные кодировать и передавать видеoinформацию по компьютерной сети на неограниченное расстояние и архивировать ее на системах хранения данных. Они позволяют записывать видеoinформацию в высоком разрешении, что помогает увидеть мельчайшие детали, использовать развитые функции поиска по архиву видеозаписи и широкие возможности интеграции. Поэтому общей тенденцией стал переход от аналоговых систем к цифровым сетевым IP-системам, и хотя ведущие производители выпускают оборудование для систем видеонаблюдения самых разных классов, сегодня они фокусируют внимание именно на таких системах. Современные IP-системы даже в небольших инсталляциях по цене догоняют аналоговые решения, при этом значительно привлекательнее их с точки зрения удобства.

Ключевые факторы перехода на IP-видеонаблюдение — лучшее качество изображения по сравнению с традиционным аналоговым видео, простота подключения IP-камер к сети передачи данных с возможностью питания по Ethernet, удобство записи и хранения видео, безопасная передача данных, гибкое построение систем на базе цифровых технологий, внедрение различных функций видеоанали-

тики. Играть роль также низкая стоимость приобретения и внедрения комплексных решений, быстрота развертывания таких систем, наличие беспроводных решений, где используются видеокамеры с передачей видео по Wi-Fi. IP-камеры берут на себя все более сложные задачи, а открытые стандарты будут способствовать выходу на рынок видеонаблюдения новых игроков и снижению цен. В ближайшей перспективе возможность работы IP-видеооборудования по единым стандартам (таким, как ONVIF) послужит мощным стимулом к выбору этих устройств.

В фокусе — качество

При построении системы видеонаблюдения приоритетной задачей остается обеспечение качества видео. Оно зависит от многих параметров. Это сама камера, то, как изображение будет оцифровано, закодировано и сохранено. Например, малая частота кадров и высокая степень сжатия изображения не дадут возможности увидеть детали. Такое видео может оказаться бесполезным при расследовании инцидента. От того, насколько качественно и правильно записывается видео, зависит результат работы системы. Иначе можно оказаться в ситуации, когда нужная видеозапись отсутствует (данная зона оказалась вне «поля зрения» камеры) или она неприемлемого качества.

Тенденция последних лет — переход на системы с высоким разрешением (HD). Full HD — изображение принципиально иного уровня каче-

ства. Оно предоставляет много новой информации — в кадре можно видеть то, что ранее рассмотреть было невозможно. Однако нельзя забывать и о других факторах: иногда четкую картинку необходимо получать независимо от времени суток и степени освещенности, поэтому системы HD следует применять только в том случае, если это действительно требуется.

Камеры с интеллектом

Видеоаналитика является одной из ключевых технологий компании Bosch. Это хороший помощник оператора, эффективность работы которого быстро падает: некоторые исследования показывают, что он может пропустить до 95% событий уже после 22 минут непрерывного мониторинга. Добавление интеллекта позволяет в нужный момент привлечь внимание к монитору, отображающему тревожное происшествие. Система видеоаналитики Bosch IVA превращает камеры в «виртуальную службу безопасности». Еще одна ее задача — сокращение времени поиска в видеоархиве.

Основные возможности аналитики IVA — выявление оставленных или унесенных предметов, «праздного шатания» (когда объект находится в заданной области указанное время), контроль следования по маршруту, фиксация пересечения предметов (эти данные можно применять и в маркетинговых исследованиях). Специально для мест с большими скоплениями людей раз-



работан потоковый алгоритм. Например, он может обнаружить движение объекта навстречу толпе. Перспектива ближайших лет — отслеживание маршрутов и поиск по архивам видеофайлов, записанных несколькими камерами. Например, фиксированная камера на входе в помещение может передать сведения об обнаруженном объекте — вошедшем человеке — поворотной купольной камере, которая начинает его автосопровождение, «передавая» следующим камерам системы. И чтобы отсмотреть нужное событие, оператору не требуется просматривать всю видеозапись. Достаточно правильно сформулировать запрос, указать, какая область его интересует, какой объект и/или направление движения.

Решение от профессионалов

В отличие от простых в установке IP-систем на 4-16 каналов, проектирование и развертывание средних и больших систем требует профессионального подхода, поэтому такую задачу лучше поручить высококвалифицированным и опытным специалистам. Это обес-



печат качественную установку за небольшой период времени, выполнение оборудованием всех поставленных задач, надежность и длительную работоспособность системы.

Грамотно построенная сетевая инфраструктура — один из ключевых элементов при развертывании IP-видеонаблюдения. Системы видеонаблюдения требуют сетевой инфраструктуры высокого качества. Компьютерная сеть должна обладать достаточной пропускной способностью, не иметь «узких мест», быть достаточно защищенной и обеспечивать совместную работу видеонаблюдения и других IT-приложений.

Правильно спроектированная система IP-видеонаблюдения хорошо масштабируется: ее можно наращивать вместе с ростом потребностей. Число каналов для записи изображения растет — уже сейчас система на 100 каналов считается средней по размеру. Требования к видеоархивам тоже повышаются: обычно заказчики предпочитают хранить видео в течение месяца. При качестве HD для этого требуется многотерабайтная емкость хранения. Чтобы не выде-

лать на системы хранения сразу большие суммы, архивы обычно наращивают постепенно.

В зависимости от размеров гостиницы и уровня требований, компания Bosch может предложить целый ряд решений на базе своих продуктов и услуги опытных профессионалов. Широкий спектр цифровых систем видеонаблюдения и видеорегистраторов поможет организовать как небольшую систему, так и распределенный комплекс безопасности. Оборудование Bosch помогает решать самые разнообразные задачи построения или модернизации системы видеонаблюдения и позволяет строить системы, отвечающие разным требованиям и бюджетам. Цифровые системы видеонаблюдения Bosch уже успешно работают во многих европейских гостиничных комплексах, есть примеры успешной реализации проектов и в России.

Основу линейки продуктов компании составляют фиксированные и поворотные камеры SD и HD. Кроме того, в нее входят видеосерверы, дисковые массивы iSCSI, оборудование для организации каналов передачи данных и т. д. В сложных условиях освещения камеры Bosch способны выделять лица и передавать их отдельным видеопотоком для последующей записи или распознавания.

В заключение приведем пару примеров использования систем Bosch отелями разных стран. Болгарский Pravets Golf & SPA Resort использовал продукты Bosch Security Systems для развертывания системы видеонаблюдения и пожарной безопасности.

Последняя включает в себя более тысячи датчиков. С ними интегрирована система аудиоповещения Bosch PLENA. В случае экстренных ситуаций центральная консоль позволяет держать под контролем все зоны и давать голосовые инструкции.

Перед разработчиками системы для отеля Le Meridien She Shan на 327 номеров, расположенного неподалеку от Шанхая (Китай), стояла задача организации уличного и внутреннего видеонаблюдения с сохранением конфиденциальности именитых гостей. Компания Bosch работала над этим проектом совместно со службой безопасности отеля, начиная с самых ранних этапов. В результате в самом отеле и в окружающей его зеленой зоне было установлено свыше 300 камер Bosch. □

Знаете ли...

Большинство отелей стремится к известности. Но не многим удастся стать арендой важных исторических событий. Американским гостиницам в этом нет равных. Открытый в 1902 году, отель The Mount Washington в 1944 году принял представителей 44 наций, которые собрались по приглашению президента США. Именно в The Mount Washington были организованы Всемирный Банк и Международный валютный фонд. А примерно через год там же, в США, в отеле Fairmont San Francisco собрались 50 из 51 первоначального делегата конференции, на которой была создана Организация Объединенных Наций.



ООО «Роберт Бош»
 129515, Россия, Москва,
 Ул. Академика Королева, д. 13, стр.5
 Тел: +7(495)937 53 61
 Факс: +7(495)937 53 63
 e-mail: info.bss@ru.bosch.com
 www.boschsecurity.ru



Your made my day



**Ведущий рубрики
Георгий НЕОПУЛО**

По словам Марины, в гостиничный бизнес пришла она случайно. В 1998 году, после второго курса Management International Business Institute (г. Ухта) приехала в Москву учиться в Плехановской Академии по нидерландской программе International Business Studies, направление «Маркетинг». Но учебы в Ухте не бросила, летала сдавать сессии, и к завершению «Плешки» на руках у Марины оказалось три диплома. Плюс — знание английского, немецкого и нидерландского (голландского) языков. Но когда, вооружившись дипломами, начала искать работу, выяснилось: без опыта устроиться практически невозможно, даже на позицию ассистента. Решила: «Я знаю столько языков, почему бы не попробовать пойти в гостиницу, на ресепшен?» — и пошла на собеседование в «Марриотт Тверская».

«Я сидела в лобби в ожидании встречи с генеральным директором, и мне казалось пределом мечтаний, если буду стоять здесь, за стойкой, в красивой униформе, регистрировать и выписывать гостей, — вспоминает Марина. — Но предложили начать с позиции телефонного оператора, и я

согласилась. Был выбор — или работать, или уезжать обратно, на Север. Но я человек очень напористый, и раз я сюда приехала, как это — сдамся и обратно? Зарплата была достойная, позволявшая снимать квартиру и содержать себя. Хотя, конечно, сначала было очень тяжело: я, со своими тремя высшими образованиями, сижу на телефоне». Это был апрель 2002 года.

«Бывает, что приходишь и неожиданным образом остаешься надолго, порой — навсегда. Уже через полгода я вышла на ресепшен с твердым пониманием, что отсюда никуда не уйду, по крайней мере, пока не стану супервайзером. Уже появились какие-то планки, которые надо было взять. И было очень приятно, когда я отработала только год, а меня выдвинули на лучшего сотрудника и я выиграла этот приз», — делится Марина.

Три года она отработала в службе приема и размещения, и наступил момент, когда встал вопрос — куда развиваться дальше. «Честно скажу, хаускипинг был для меня чем-то малопонятным и далеким, поэтому когда предложили перейти на позицию ассистента менеджера хозяйственного отдела, думала четыре ночи, но в итоге согласилась. Проходила стажировку у Татьяны Киберевой в «Марриотт Гранд Отеле». Дальше все сложилось очень удачно, и у меня появилась возможность себя проявить. За полгода, что была в должности ассистента, осуществила много проектов, и меня назначили руководителем хозяйственной службы», — вспоминает Марина.

А через два года предложили участвовать в открытии «Хилтон Ленинградская». Хотя и предупредили: «Это огромная высота, будет очень тяжело». Был момент, когда можно было выбрать — идти на открытие как фронт-офис менеджер или хаускипинг-менеджер. «Я поняла, что хаускипинг мне интересней. Осознала: я — хозяйка, хочу открыть этот отель и чтобы все это было «моим», — делится Марина. Запускать отель было непросто. Но упорный труд принес свои плоды. «На момент открытия, по оценкам аудита качества, мы находились в «красной зоне» (65,45%). Потом была «желтая» (83,72%), последние четыре аудита — устойчи-

Ресепшен. Семь утра. На улице темно и холодно. Я выписываю гостя. Улыбаюсь ему, оформляя документы. Он смотрит на меня и вдруг говорит: «Марина, youg made my day». Гость уехал, а мне было очень приятно — своей улыбкой я «сделала день» нашему постояльцу.

вая «зеленая». Сейчас мы поднялись до 97,4%. В 2011 году «Хилтон Ленинградская» была выбрана гостиницей года среди международных отелей, управляемых компанией «Interstate Hotels & Resorts», — рассказывает Марина. — Все результаты аудиторских проверок со стороны «Хилтон» показывают, что мы растем».

На некоторое время пришлось

вспомнить прошлый опыт и поработать на ресепшен. После этого Марине доверили руководить направлением номерного фонда, присвоив должность Rooms Division Director. Сейчас в ее ведении четыре отдела — хозяйственный, прачечная, служба приема и размещения, а также фитнес-центр.

«Сейчас задумываюсь, смогла бы я где-нибудь еще работать, кроме гостиничного бизнеса. Наверное, нет. Несмотря на то, что в отрасли уже десять лет, работа нравится — она все время разная, позволяет расти и развиваться. Когда приходят новые сотрудники на собеседование и спрашивают, можно ли вырасти в гостиничном бизнесе, я привожу им свой пример: 10 лет назад я начала с позиции оператора на телефоне», — рассказывает Марина.

Однако Марина Какучина не планирует останавливаться на достигнутом. «Мне хотелось бы открыть еще не одну гостиницу. Когда я открывала «Хилтон», то думала: «Боже, никогда больше!». Это так трудно, так тяжело, выкладываешься на 100%, и после этого нужен определенный период времени, чтобы восстановиться. Сейчас я восстановилась полностью, стала мамой — ребенку в этом году будет два года. Он встал на ноги и начал разговаривать, а у меня есть силы и желание сделать еще много открытий, попробовать себя уже на следующей ступени. Ресторанная и банкетная службы — вот моя новая цель! □



Карьера в гостиничном бизнесе. Среди линейного персонала и менеджеров среднего звена не прекращаются дискуссии на тему — есть ли возможность профессионального роста или «все теплые места давно заняты». Думаем, ответом на этот вопрос станет история работы в профессии Марины Какучиной, директора номерного фонда «Хилтон Ленинградская Москва».

По Красному городу и окрестностям



«А что интересного можно посмотреть в вашем городе?» — «Да, в общем-то, ничего... Есть магазины, банкоматы». Такой разговор состоялся с соседкой по купе в поезде «Москва — Йошкар-Ола». Хмурое утро оптимизма не прибавило...

Дом с привидениями

Экскурсия по Йошкар-Оле началась под проливным дождем, что явно свидетельствовало: город мы увидим сквозь струйки воды из окна автобуса. Однако уже первые истории, рассказанные экскурсоводом, и старинные здания заставили забыть про погодные капризы и окунули в

загадочное прошлое бывшего Царёвококшайска и нестандартное настоящее современной Йошкар-Олы. Как правило, в старых городах выделяется историческая часть и новые районы. В Йошкар-Оле есть лишь намек на это: в центральной части города очень сложно отличить старинные дома от новостроя. И все

Екатерина ШУНИНА

же... Старые здания не одно десятилетие обрастают легендами, создавая особую атмосферу. Вот, к примеру, когда-то в Царёвококшайске жил Ванька Пчелин, точнее, Иван — купец, богатейший человек, правда, о происхождении богатств слухи ходили разные, да и о самом купце: то ли чернокнижник, то ли сектант, то ли разбойник... Но построил он дом — кстати, на сегодня один из старейших в городе, — и пережил этот дом не только хозяина и его потомков. Метровые стены выдержали даже работу эвакуированного в годы войны оборонного завода, но нечисто что-то было с домом: то обитатели девушку в белом с веревкой на шее видели, то в пустых помещениях звуки и хохот раздавались, а то холодные руки работников завода в провалы тянули... А уж подземных ходов Ванька Пчелин наделал — до сих пор не изучены! Кстати, сегодня легендарный дом отреставрирован Марийской епархией, и кабинет Пчелина стал кабинетом владыки — наверное, и привидения попритихли.

«Амстердам» на Кокшаге

Не многим счастливым удава-



лось увидеть в Москве Спасскую башню с открытыми воротами. А вот в Йошкар-Оле — пожалуйста! Правда, называется башня Благовещенской, но зато это точная, хотя и немного уменьшенная копия московской. Подъехав к ней, мы обнаружили, что башни-то оказывается две: расположенные на разных берегах Малой Кокшаги, они соединены мостом с фигурой архангела Гавриила, фонтаном и фонарями. Это часть ансамбля еще недостроенной площади Девы Марии — скульптура Богородицы с младенцем на руках тоже хорошо видна. Но самым удивительным было то, что раскинулось по берегам



НАША СПРАВКА:

Основанный в 1584 году царем Фёдором Иоанновичем как военное укрепление в центре Волго-Вятского региона, до 20-х годов прошлого века Царёв город на Кокшаге, или Царёвококшайск, был тихим провинциальным городком. После революции, с 1919 по 1927 годы назывался Краснококшайском. В январе 1928 года город получил марийское название — Йошкар-Ола (Красный город) и с 1936 г. стал столицей Марийской автономной республики (современная республика Марий Эл).

реки: наверное, это декорации к фильму — была первая мысль. Дома фламандской архитектуры с разноцветными фасадами плотно расположены на берегу реки и образуют набережную Брюгге, которая, действительно, задумывалась и построена в стиле «северной готики», распространенной в средние века в северо-западной части Европы. Прекрасное место для прогулок горожан и приятного времяпровождения гостей города! Осенняя прохлада и продолжающийся дождь навевали мысли об уютном местечке и чашечке горячего шоколада. Наверное, в этих милых домиках множество



преlestных кафешек с круассанами, рестораничков с обходительными официантами, мини-отелей... Но реальность не согрела: в изысканных домах располагаются... чиновники. Что вызвало недоумение: собственно гостиниц, интересных ресторанов и кафе в городе не так уж и много.

Часы и площади

Не только Спасская башня вдохновила авторов новой Йошкар-Олы на создание своего подобия. Есть в городе и царь-пушка — тоже чуть поменьше оригинала. Расположилась она на площади им. Оболенского-Ноготкова рядом с памятником вое-



воде, основателю города. Кстати, здания, образующие площадь, также выстроены в старинном стиле и также являются административными — за исключением, правда, национальной художественной галереи. Но не «чиновничьи владения» привлекают на площадь йошкаринцев и гостей: на галерее располагаются Марийские куранты — как говорят, самые точные часы в республике. В 1993 году была учреждена Йошкар-Олинская и Марийская епархия, и часы символизируют возрождение христианской веры. После боя курантов в открывающихся воротах появляется образ Царицы Небесной, а затем ниже движется ослик с ее образом — прише-



ствие Богородицы на марийскую землю.

Похожее действо можно наблюдать и на еще не завершенной, но уже любимой горожанами Патриаршей площади. С боем часов открываются ворота и выходит из них Иисус с учениками. Идет Сын Божий, апостолы за ним, а самый последний Иуда — все деньги считает и отстает потихоньку...

Йошкин кот!

Что за город без необычностей! Йошкар-Ола может похвастаться не только нетипичной для Поволжья, да и всей России готической набережной, но и оригинальным памятником, «метящим» в городские символы. «Ёшкин кот!» — услышал как-то автор идеи предприниматель С.В.Парамонов, и сразу мелькнула мысль: это же кот из Йошкар-Олы! Воплощение не заставило себя долго ждать, и в 2011 году в саду рядом с главным корпусом Марийского государственного университета на скамейке с газетой «Голая правда» расположился Йошкин кот. Злые языки, правда, связывают его не с названием города: говорят, что

это кот Бабы Яги, доедавший в ее погребе человечески кости. Но посмотрите сами на эту морду: студентам помочь на экзамене — пожалуйста, желание, может, какое — вы только носик потрите! А кости доедать — фи! Есть же рыба!

Гостеприимные люди

Йошкар-Ола город хоть и небольшой, но требующий времени. Не на все его хватило — хотелось увидеть и окрестности. Рассказывают: в республике сохранились священные рощи марийских язычников. Но до них, к сожалению, мы тоже не доехали... А вот привлекли внимание два отеля, расположенные в окрестностях города. Хозяйка и директор одного из них — санатория «Южный» — Софья Желтова, проработав в Москве, вернулась на родину и, выкупив старое здание пансионата, стала его восстанавливать, превращая в современный санаторий-профилакторий. По наследству досталось удивительной красоты место: хвойный лес, озеро в окружении сосен и елей, — и в довершение совершенно разваленное хозяйство и персонал, который не понимал, что зарплата — это плата за работу. Как известно, трудности закаляют, и сегодня Софья с новой командой специалистов (каждый из которых еще и аниматор!) встречает новых и новых гостей. Но что удивило: значительная часть постоянных клиентов — пенсионеры, для которых в санатории не только созданы комфортные условия, но и разработаны приемы (даже для йошкарин-

ских стариков) цены. «Они как дети, — поделилась Софья. — С ними трудно, но знаете, работая с пенсионерами, наши сотрудники по-иному стали относиться к своим родителям. И это дорогого стоит!»

Отъехав от города чуть более 80 километров, в деревне Алешкино мы попали в гости еще к одной интересной женщине. Даже не одной. В туристическом комплексе «Раздолье» нас встретил местный фольклорный коллектив с марийскими песнями и русскими прибаутками, с горячей душистой картошкой и хрустящими солеными огурчиками. И действительно, здесь раздолье — живописные берега Арда-реки, заливные луга

и густые леса, при этом уютные, соответствующие высоким стандартам номера. «Мы постарались объединить Европу и марийскую деревню», — поделилась хозяйка комплекса Татьяна Трофимова. Жаль, лимит времени не позволил освоить искусство изготовления марийских поясов, плетения лаптей, а также тонкости сенокоса, колки дров, ухода за животными. Но вот экспресс-курс народных танцев и марийского языка прошли с удовольствием!

...Поезд возвращался в Москву, я вспомнила давешний разговор. Наверное, жители привыкли к своему городу и не всегда замечают его красоту и необычность. Но все-



гда хочется, приехав в незнакомое место, не только от экскурсовода услышать что-то интересное. Ведь гостеприимный город — это знающие и любящие свой город жители. Гостеприимные люди. □

F5service

40 лет профессионального сервиса в Европе
Профессиональный клининг и аутсорсинг



Рады предоставить «напрокат» горничных, лифт-леди, официантов, поваров, стюардов, уборщиков.

Компания F5 Service уже более 5-ти лет успешно работает на рынке клининговых и аутсорсинговых услуг, постоянно совершенствуя свой опыт в области сервиса и чистоты для Вас и Ваших гостей.

**МЫ ЗНАЕМ СЕКРЕТЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СЕРВИСА**

info@f5service.ru
www.f5service.ru

+7 495 641 70 80
+7 916 565 53 21

Работа горничной: от А до Я

На первый взгляд, обязанности горничных могут варьироваться в зависимости от стандартов, утвержденных в конкретном отеле, от его звездности и принципов работы. Но есть ряд общих, основополагающих правил, которых должна придерживаться горничная при уборке любого гостиничного номера. Своим алгоритмом уборки номера делится компания F5 Service, один из лидеров российского рынка клининга и аутсорсинга персонала.



1 Для того, чтобы попасть в гостевую комнату, горничная обязана постучать 3 раза с промежутками и произнести: «Хаускипинг», тем самым обозначив своё присутствие.



2 Только после того, как горничная убедилась, что гостя в номере нет, она может открыть дверь своим ключом.



3 Перед тем как начать уборку, горничная должна перегордить вход в номер тележкой, чтобы исключить проникновение постороннего человека.



4 Войдя в номер, горничная открывает шторы и окно для проветривания. Уборка должна проходить в хорошо освещённом помещении.



5 Уборка начинается с выбрасывания мусора из всех корзин, находящихся в комнате и ванной.



6 Прежде чем приступить к уборке, горничная надевает резиновые перчатки, вносит в ванную комнату моющее средство кислотного состава, заливает его под ободок унитаза и оставляет внутри ёршик.



7 Горничная собирает грязное бельё с кровати, махровые изделия из ванной. В выездном номере меняется всё бельё, включая халат, тапочки, при наличии шторы в ванной меняется и она. Бельё необходимо вынести из комнаты, сложить в тележку.



8 Горничная снимает перчатки и моет руки: ей предстоит застлать постель чистым бельём. У каждой гостиницы есть свой эталонный номер, и кровать заправляется в соответствии со стандартами отеля.



9 После того как постель заправлена, горничная переходит к уборке комнаты. Двигаясь по часовой стрелке, вытирает пыль со всех поверхностей, мебели, картин, не забывая открыть и протереть внутри ящики шкафа и тумбочек.



10 Далее – наводится порядок на письменном столе, просматривается предлагаемая гостям печатная продукция. Если каких-то документов не хватает, то необходимо доложить их.



11 Во многих гостиницах есть чайные столики. При уборке горничная должна обращать внимание на чайник, чашки и стаканы. В чайнике не должно быть воды и следов накипи, а стаканы должны быть всегда чистыми.



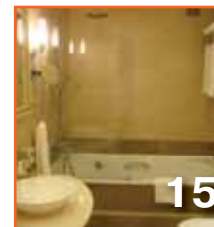
12 Следующий этап – обработка ковровых покрытий и мягкой мебели пылесосом. Пылесосить нужно, продвигаясь от окна к входной двери. Для чистки ковра в углах комнаты, у стыков пола, стен и мебели используется труба.



13 Завершающий этап уборки номера – наведение чистоты в ванной. Горничная работает в резиновых перчатках. Раковину, ванну, душевую кабину, унитаз, кафельные поверхности протирает губкой с щелочным моющим средством, продвигаясь сверху вниз. Затем всё смывает водой и вытирает насухо.



14 Специальным составом для мытья стёкол промываются все стеклянные и зеркальные поверхности, включая полочки. Обязательно вытираются насухо. На стёклах не должно остаться разводов.



15 Заключительный этап работы в ванной – разложить по полочкам всё необходимое для комплектации: халат, полотенца, тапочки, банные принадлежности.



16 Если после проветривания в номере не появляется ощущения свежести, то горничная может воспользоваться специальными дезодорантами или ионизатором, что позволяет устранить все неприятные запахи, придать воздуху свежесть.



17 Каждая горничная, выходя из номера, должна ещё раз всё осмотреть: ведь её заключительный оценивающий взгляд перед выходом – это первый взгляд гостя, который входит в номер.

Уважаемые коллеги!
Для постоянного получения «ПО»
предлагаем Вам оформить подписку.

Стоимость подписки составляет:

- полгода (3 номера) — 2 300 рублей

- год (6 номеров) — 4 500 рублей

Для учебных заведений действует льготная цена: годовая подписка 2400 рублей.

КАК ПОДПИСАТЬСЯ?

1. Отправьте на адрес редакции (hotelsmedia@mail.ru или dostavka_po@mail.ru) письмо с указанием контактной информации и реквизитов Вашей организации
2. Оплатите выставленный счет, и наш журнал будет своевременно доставляться к Вам.

Или заполните платежный купон и оплатите его в ближайшем банке.

Копию платежки пришлите по адресу: hotelsmedia@mail.ru

ИЗВЕЩЕНИЕ	Форма № ПЦ-4
	<p><u>Общество с ограниченной ответственностью «Медиадом «Планета отелей»:</u></p> <p>ИНН 7723794439 КПП 772301001</p> <p>№ 40702810700000002265</p> <p>в ООО КБ «Росинтобанк»</p> <p>К/с 30101810500000000057 БИК 044533337</p> <p>Подписан на _____ выпускное издание «Планета Отелей»</p> <p>Адрес доставки (с индексом) _____</p> <p>Дата _____ Сумма платежа: _____ руб.</p> <p>Платательщик (Ф.И.О., подпись) _____</p>
Кассир	
КВИТАНЦИЯ	Форма № ПЦ-4
	<p><u>Общество с ограниченной ответственностью «Медиадом «Планета отелей»:</u></p> <p>ИНН 7723794439 КПП 772301001</p> <p>№ 40702810700000002265</p> <p>в ООО КБ «Росинтобанк»</p> <p>К/с 30101810500000000057 БИК 044533337</p> <p>Подписан на _____ выпускное издание «Планета Отелей»</p> <p>Адрес доставки (с индексом) _____</p> <p>Дата _____ Сумма платежа: _____ руб.</p> <p>Платательщик (Ф.И.О., подпись) _____</p>
Кассир	

Внимание! Чтобы наш журнал быстро оказался у вас, при заполнении платежного поручения разборчиво укажите адрес доставки (включая индекс) и название организации (или Ф.И.О. получателя).

Вопросы? Звоните по телефону: +7(926)717-08-28

КОНФЕРЕНЦИИ СЕМИНАРЫ ТРЕНИНГИ



АККОРД
МЕНЕДЖМЕНТ ГРУПП

**СОВМЕСТНЫЙ ПРОЕКТ
АККОРД МЕНЕДЖМЕНТ ГРУПП
И
МЕДИАДОМА «ПЛАНЕТА ОТЕЛЕЙ»**



**Конференция профессионалов гостиничного бизнеса
«Конкуренция — по правилам и без»**

29-30 ноября 2012
Гостиница «Садовое кольцо» (Москва, проспект Мира, 14 стр. 2)

- Внутренняя конкурентоспособность и конкурентная борьба
- Бизнес-семинары, тренинги, бизнес-симуляции
- «Вечер у камина»

Конференция профессиональных отельеров «Уроки Евро — итоги 2012»

14 декабря 2012
Гостиница «Садовое кольцо» (Москва, проспект Мира, 14 стр. 2)

- Профессиональное общение
- Клубная атмосфера
- Бал отельеров

По вопросам участия обращайтесь:

Генеральный директор Медиадома «Планета отелей» Екатерина Шунина +7-926-717-08-28 hotelsmedia@mail.ru	Главный редактор Медиадома «Планета отелей» Сергей Шунин +7-926-203-62-22 shunins@yandex.ru
---	---

Подробности: www.миргостеприимства.рф



FOUR ELEMENTS
Borodino Club Hotel

Открытие пятизвездного курорта — весна 2013 года

100 км по МКАД Минского шоссе
100 уютных и просторных номеров
Спа и Велнесс Центр
3 Ресторана и 4 бара

Four Elements Borodino Club Hotel

+7 916 547 15 20

sales@4elementshotel.ru

www.4elementshotel.ru

