

тема номера
ФАНТАСТИКА

Р

К М

№3

2010

ПЕРСОНА

Ольга
ГАЩЕНКО



Персона Pro КМВ:
Ольга Гаценко
учредитель
и генеральный директор
южно-российской
управляющей компании
«Злато Скифов»
отель-менеджмент
бизнес-тренер, автор
учебной программы
«Менеджмент на пред-
приятиях ресторанно-
гостиничного бизнеса
и туризма» Москов-
ской Академии пред-
принимательства
при правительстве
Москвы
профессор, доктор
экономических наук

МОЖНО ЛИ НАУЧИТЬ ГОСТЕПРИИМСТВУ?

К

Если вы читали книгу Артура Хейли «Отель», то можете себе представить, насколько сложна и многообразна жизнь большого отеля. Отель – это целый мир, живущий по своим законам. Это живой организм, и чтобы управлять

им, нужно обладать поистине нечеловеческой выдержкой. А теперь представьте, что в ведение нашей персоны Ольги Гащенко находится не один, а несколько таких отелей! Созданная ею компания «Злато Скифов» вот уже четыре года занимается инвестиционным проектированием, продвижением проектов, подготовкой кадров и помощью в подборе персонала на Юге России, охватывая весь спектр услуг – от разработки бизнес-плана до доверительного управления объектами. Сегодня Ольга Владимировна готова поделиться накопленным опытом со своими коллегами.

Золото скифов

– Ольга Владимировна, расскажите, чем занимается ваша компания?

– Компания «Злато скифов» отель-менеджмент занимается развитием объектов гостинично-туристической отрасли. Это отели, санатории, рестораны, гостевые дома, туристические компании. Например, только что мы закончили проектирование отеля, который после строительства пойдет под доверительное управление международной цепочки Holiday Inn. А всего за годы существования компании мы участвовали в становлении более 20 объектов: в Ростове-на-Дону и Ростовской области, в Краснодарском крае, в Северокавказском федеральном округе, в Крыму и в Чехии. Среди наших ставропольских заказчиков были такие объекты как санаторий «Машук Аква-Терм» в поселке Иноземцево, гостевой дом «Люк» в Кисловодске, ресторан Resttime в Ставрополе.

– Согласитесь, что доверительное управление – достаточно новое направление деятельности в нашем регионе. Как вы завоевывали свое место под солнцем?

– Главное в нашем деле – заслужить доверие собственника. Владелец отеля, ресторана или санатория должен понимать, что мы с ним работаем в одной команде. Мы завоевывали доверие постепенно. Получилось так, что на момент создания компании «Злато Скифов» у меня и моих коллег был накоплен довольно большой опыт работы в индустрии гостеприимства. И многие наши друзья и знакомые, зная об этом, стали обращаться к нам за советами. Кто-то открывал гостиницу, но не знал, как наладить в ней работу, кому-то нужно было помочь с разработкой бизнес-плана. Сначала мы помогали просто так, а потом поняли, что настало время создать собственную компанию, которая бы занималась доверительным управлением оте-

лей на профессиональном уровне и внедряла бы высокие стандарты обслуживания в индустрии гостеприимства.

— В чем заключаются эти высокие стандарты?

— У международной ассоциации отельеров есть такой девиз: «Мы — леди и джентльмены, обслуживающие леди и джентльменов». Такой же подход к работе мы внедряем и в нашей компании. Сейчас у нас перед запуском находятся отель «Атгаш» и гостинично-ресторанный комплекс «Темерницкая» в Ростове-на-Дону, несколько объектов находятся в проектировании и консалтинге. И я без ложной скромности могу сказать, что каждый из них соответствует самым высоким требованиям индустрии гостеприимства.

— От чего в большей степени зависит успех работы гостиницы или санатория?

— Управление гостиницей или санаторием — это единый цикл. Нельзя, например, рассматривать отдельно работу ресторана и отдельно работу других служб, будь то служба приема и размещения, housekeeping или room-service. Впечатление гостя об отеле складывается еще на этапе бронирования номера по телефону. И в дальнейшем какая бы ситуация ни произошла — не вовремя подали чашку кофе в ресторане или плохо убрали в номере — пятно ляжет не



на конкретную службу, а на весь отель, а может, и на город, в котором остановился гость. И если у санатория за 21 один день еще найдется возможность произвести второе «первое впечатление», то в гостинице такой возможности нет. Не понравилось гостю, как его встретили сутра — днем вы можете его уже не увидеть.

В отельеры я пойду — пусть меня научат!

— Ольга Владимировна, мы знаем, что ваша компания также занимается подготовкой персо-

нала. Вы готовите людей под определенную гостиницу или даете общие рекомендации?

— Бывает по-разному. Чаще всего мы получаем конкретные заказы под конкретные отели. В нашей отрасли нет ни одного одинакового ресторана или отеля — бывают бизнес-отели, выставочные отели, аэропорт-отели, spa-отели, конгресс-отели — перечислять можно до бесконечности. И под каждый конкретный объект нужно прописывать свои правила и стандарты. Так было, например, в ростовском отеле «Дон Плаза», когда я там работала. Мы с коллегами совместно с Ростовским Институтом народного хозяйства открыли программу «Международные стандарты в гостинично-ресторанном бизнесе» и в рамках этой программы подготовили 23 топ-менеджера для всех отделов гостиницы, начиная от службы приема и размещения — заканчивая рестораном. Но бывает, что мы просто собираем вместе разных предпринимателей, работающих в индустрии гостеприимства. И тогда у нас получается настоящее сообщество отельеров, рестораторов и специалистов туристического бизнеса. Вот уже шесть лет я веду авторский курс «Менеджмент на предприятиях ресторано-гостиничного бизнеса и туризма», разработанный мною и моими партнерами специально для Московской Академии Предпринимательства при правитель-

стве Москвы. Кстати, с октября этого года мы запускаем эту программу и в Пятигорске. А также еще один, абсолютно новый проект — «Международные стандарты в торговле». Приходите!

— На кого конкретно рассчитаны данные образовательные программы?

— «Международные стандарты в торговле» рассчитаны на руководителей крупных торговых центров и региональных сетей супермаркетов. А гостиничный проект рассчитан, как я уже сказала, на отельеров, управляющих гостиницами, директоров турфирмы, конечно же, руководителей санаториев. Ведь основная специфика региона — это санаторно-курортное лечение. Многие руководители санаториев — прекрасные специалисты в своей области и отличные люди, но хороший человек — это не профессия. Стратегическому управлению бизнеса нужно учиться.

— Значит, вы хотите усадить взрослых, солидных людей за парты?

— Ну, что вы — наши занятия совсем не похожи на те, что идут в школах и институтах! Основное преимущество наших тренингов в том, что они идут без отрыва от работы (в вечернее время) и в тесной связи с практическими занятиями. Учиться нашему бизнесу можно только на практике. И для меня принципиальное значение имеет

Мы — леди и джентльмены, обслуживающие леди и джентльменов

У нас не будет возможности второй раз произвести первое впечатление

тот факт, что все наши преподаватели – опытные специалисты, знающие этот бизнес изнутри. Занятия строятся в интерактивной форме. Мы ничего не пишем – материал подается очень четко, лаконично, в форме презентаций и обучающих фильмов. Кроме того, у нас есть возможность зарубежных стажировок. В прошлом году мои ростовские слушатели учились и работали в Карловых Варах, в Марианских Лазнях, в Мюнхене, на острове Родос. Это уже не просто обучение – это уникальный обмен опытом, который впоследствии позволит им внедрять международные стандарты обслуживания в своих ресторанах и гостиницах, санаториях и турфирмах.

Ее университеты

– Ольга Владимировна, а где вы сами получали образование?
– Когда меня спрашивают, с чего я начинала, я всегда с гордостью отвечаю – с Ессентукского торгово-кулинарного училища. Я родилась и выросла в Кисловодске, и работать после училища начинала там же – кассиром-контролером кондитерского отдела в гастрономе № 1. Позже я окончила Пятигорский техникум советской торговли, затем – Московскую Академию по туризму и гостинично-ресторанному бизнесу при правительстве Москвы. А еще через несколько лет я поступила в Ростов-

ский Институт народного хозяйства, который участвовал в Государственной Президентской программе подготовки управленческих кадров. Это позволило мне пройти стажировку в Великобритании и Германии – в отелях международных цепочек Accor и Ritz Carlton.

– Раскройте секрет – что нужно, чтобы пройти путь от кассира в гастрономе до генерального директора собственной компании?

– Учиться, не переставая, а главное – постоянно совершенствовать свои знания на практике. В моей карьере не было ни одного дня, когда бы я не училась или не работала. Разве что перерывы на рождение детей. В Ростове мне не с кем было оставлять детей и приходилось нанимать няню, чтобы я могла заниматься преподаванием. В этот период времени я защитила докторскую диссертацию – сейчас я профессор кафедры гостинично-ресторанного бизнеса и туризма Московской Академии при правительстве Москвы. Но все-таки самые главные мои университеты – это моя работа.

– И где вам довелось поработать?

– После переезда из Кисловодска в Ростов-на-Дону я устроилась на работу в ростовский «Интурист» – ныне это гостиница «Дон Плаза» – менеджером европейского зала ресторана, где мне довелось нала-



живать работу первого шведского стола. Через год я стала главным менеджером всех ресторанов и баров отеля. А чуть позже в этом же отеле мне предложили возглавить отдел гостиничного хозяйства. Кстати, это большая редкость в нашей профессии – специализироваться и на ресторанным, и на гостиничном бизнесе – обычно в нашей отрасли работают узкие специалисты. Несмотря на частые стажировки за рубежом, у меня никогда не возникало желания уехать из России. Помню, во время одной из зарубежных стажировок мне предложили остаться работать там менеджером отеля. На что я ответила: «А кто Русь поднимать будет?» Эти слова оказались пророческими – буквально через три года меня пригласили работать в санаторий «Русь» Управления делами Президента РФ – на должность заместителя генерального директора.

Секреты гостеприимства

– Ольга Владимировна, положите руку на сердце, как вы оцениваете уровень ресторанно-гостиничной отрасли в нашем регионе?

– Это сложный вопрос. Я очень люблю свой родной регион, но вижу, что за последние 20 лет здесь мало что изменилось. Есть, конечно, предприниматели, которые



стремятся к повышению уровня обслуживания гостей и готовы перевести свой бизнес на новые рельсы. Но многие руководители продолжают думать по старому: к нам и так придут и привезут деньги. Поверьте мне, скоро эта беззаботная жизнь кончится! Регион развивается, а значит, сюда зайдет серьезный бизнес – санатории будут выкупаться более сильными игроками, международные цепочки начнут открывать здесь свои

отели. И когда у отдыхающих появится возможность выбора, они естественно выберут более качественное обслуживание. К счастью, среди руководителей нашего региона есть люди, которые это понимают и начинают повышать свою квалификацию. Все идет от руководителей. Если они сами не готовы к новациям, то и в коллективе ничего не изменится.

– Чему можно постоянно учиться в вашем бизнесе, ведь индустрия гостеприимства достаточно консервативна?

– С одной стороны, это так. Индустрия гостеприимства зародилась еще тогда, когда путники могли постучаться в любой дом и попросить у хозяев ночлега и обеда в обмен на рассказы о своих странствиях. А с другой стороны, она очень прогрессивна. Почему нас, например, не удивляет, что врачи регулярно повышают свою квалификацию? Потому что в медицине все время появляется что-то новое. Но ведь наша индустрия гостеприимства тоже не стоит на месте! Приведу самый простой пример – вот мы с вами сейчас беседуем, а в это время на Юге Франции кто-то изобрел новый десерт или вывел новый сорт винограда, из которого уже этой осенью на празднике Божоле мы будем дегустировать молодое вино. Каждую минуту

происходит что-то интересное. Поэтому учиться нужно постоянно.

– Какими еще качествами, кроме желания учиться, должен обладать человек, работающий в индустрии гостеприимства?

– Само название нашей отрасли – «гостеприимство» – уже отвечает на ваш вопрос. Меня часто спрашивают, можно ли научить гостиничному бизнесу. Мне кажется, научить этому невозможно, если ты не гостеприимен. Нашим бизнесом нельзя заниматься с девяти до шести, он требует полной временной и душевной отдачи. Гость вашего отеля – это ваш гость. Он словно живет у вас дома! Если к вам в дом приходит гость, и вы сразу усаживаете его поудобнее, выставляете на стол все самое лучшее – значит, индустрия гостеприимства для вас открыта. А если гости вас раздражают, если вы не хотите ставить себя на их место и перекладываете заботу о них на плечи своих подчиненных, значит, вам, возможно, и не стоит работать в этом бизнесе? И вот это дает мне основание верить, что у Кавказских Минеральных Вод – прекрасное будущее, ведь наш регион всегда славился своим радушием и гостеприимством.

Хороший человек – это не профессия. Управлению бизнеса нужно учиться