

Мнение эксперта



Оксана Егорова,
маркетолог по рынку
офисной мебели

— Всего несколько лет тому назад, с ролью стойки ресепшен кое-как справлялись обычные рабочие столы с перегородкой, отгораживающей посетителей от секретаря. Сегодня культуре приема гостей в офисе уделяется большее внимание. Потому что это один из способов конкуренции на рынке, которым (если компания не является монополистом) не стоит пренебрегать.

Зону ожидания на сегодняшний день формирует не только стойка ресепшен, но и комплекты мягкой мебели, журнальные столики, стойки для сувенирных и рекламно-информационных материалов. Безусловно, мебель для ресепшен также подвержена влиянию моды, как и мебель для руководителей и персонала. Современная офисная мебель состоит из отдельных элементов, которые легко сочетаются между собой, а также непринужденно передвигаются или дополняются новыми модулями. Этот принцип работает и в случае со стойками ресепшен. Модули разного дизайна и размерного ряда позволяют составить индивидуальную композицию стойки, идеально подходящую именно для вашего офиса. По-прежнему актуальными остаются ресепшен с сочетанием различных материалов. Например, стойки с фронтальной поверхностью из перфорированного металла или пластика. Подытоживая вопрос моды, можно сказать, что особенно популярна игра контрастов — цветов или различных по фактуре материалов при волнообразных линиях столешниц.



глянцевых журналов за позапрошлый год вряд ли облагородит офис и создаст деловую атмосферу. Здесь же, возле дивана и кресел, обычно размещаются стойки с рекламно-информационными материалами.

Если у вас бывает много посетителей или им приходится достаточно времени проводить на ресепшен, имеет



смысл оборудовать зону ожидания кулером с питьевой водой. И, разумеется, в ресепшен-зоне должно быть много света (но не бьющего в глаза, а рассеянного) и свежего воздуха (эту задачу решит система климат-контроля).

При этом важно не «перегрузить» помещение мебелью, стендами, горшками с цветами и т.д. — визитеры должны чувствовать, что пришли в офис, где люди занимаются делом. Поэтому основное правило компоновки пространства — необходимый минимум предметов.

Центр управления визитами

Теперь об основном элементе обстановки — о стойке ресепшен. Считается, что это — «лицо компании». И хочется, чтобы лицо выглядело достойно.

Как правило, стойки проектируются на заказ, исходя из размеров и конфигурации помещения, и с учетом функций, которые будут выполнять работающие за ней сотрудники. Такие стойки ресепшен собираются из отдельных модулей (как и вся остальная современная корпусная мебель), которые могут быть как прямой, так и изогнутой формы (выгнутые и вогнутые). Стандартные углы изгиба — 30 или 45 градусов.

Особенность стоек ресепшен — их двухуровневая конструкция. Она позволяет спокойно и удобно общаться сотрудникам офиса, сидящим на своих местах,

и подходящим к стойке посетителям. По нормам эргономики верхняя столешница должна находиться на уровне порядка 107–113 см. Такая высота дает сотрудникам хороший обзор помещения и психологическую «защищенность» их рабочего места. В то же время, стоящим перед стойкой людям тоже удобно пользоваться столешницей — просматривать документы, писать и т.д. Сейчас мебельные фирмы выпускают модели стоек, которые позволяют регулировать высоту обеих столешниц, что делает работу персонала еще более комфортной.

Существуют модели стоек с более высокой верхней столешницей (от 120 см). Она, конечно, надежно скрывает от посторонних глаз все, что находится на столе сотрудника ресепшен. Но и самому сотруднику, чтобы осмотреться вокруг, придется вставать. Иногда фасад таких высоких стоек делают из прозрачных материалов (пластика, стекла), чтобы увеличить радиус обзора. Но это автоматически понижает «защитные» свойства.

При выборе стойки обратите внимание на ее «начинку». Внутри должны быть предусмотрены, как минимум, тумба под системный блок, выдвижная панель для клавиатуры и навесные или приставные полки для техники и канцелярии. Полезны будут кабель-каналы — специальные короба внутри столешницы, в которые



укладываются провода от офисной техники и компьютерной периферии.

Благодаря появлению плоских жидкокристаллических мониторов, необходимая и достаточная глубина стойки сократилась до 80–90 см. Что касается протяженности стойки ресепшен, то она зависит исключительно от потребностей компании и площади помещения.

Модная стойка

Имиджевая задача зоны ресепшен — продемонстрировать корпоративную идеологию компании. Поэтому фирмам, от которых клиенты и партнеры ждут, в основном, стабильности и надежности, рекомендуется солидный классический стиль. Если в деятельности компании особо ценится творческая составляющая и неординарный подход к решению поставленных

задач, можно и в интерьере входной зоны дать разгуляться воображению. При этом, конечно, стиль оформления помещения ресепшен должен соответствовать дизайну остальных помещений офиса. Тем не менее, мода на стойки ресепшен тоже существует. В частности, сейчас компании стали обзаводиться стойками с волнообразной, изогнутой столешницей, со скругленными углами и гранями.

По-прежнему актуален хай-тек: стеклянные столешницы, обилие металлической фурнитуры, фасады из алюминия или стального листа с перфорацией, или пластика, стилизованного под стекло (зеркало). Для стоек в таком стиле можно рекомендовать подсветку — она добавит интерьеру футуристический колорит. Еще один тренд — использование насыщенных, ярких цветов на фасадах стоек (оранжевого, зеленого, желтого, синего, малинового). Причем поверхности могут быть как матовыми, мелкозернистыми, так и блестящими, лаковыми.

В начале нового, XXI века гигантскую популярность приобрел «экологический минимализм». Стиль оформления жилых интерьеров, основанный на функциональности и эргономике предметов, с минимумом декоративных деталей. Сейчас это направление очень активно стали разрабатывать и в офисном дизайне. И, наконец, самой последней стилистической новинкой стало направление home office style или «офис по-домашнему»: рабочие столы в стиле прабабушкиных секретеров, деревянные стулья с гнутыми ножками для работы за компьютером и напольные часы с тиким боем в комнатах совещаний. ■

ИДЕАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ВАШЕГО ОФИСА!

Официальный представитель
компании Luigi Lavazza S.p.A. в России
Компания «Рустов центр»

ЛУЧШИЕ УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА В МОСКВЕ:

• КОФЕМАШИНЫ	• ДОСТАВКА
• СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ	• РЕКЛАМНАЯ ПОДДЕРЖКА

БЕСПЛАТНО

г. Москва, ул. Озерная, д. 44
+7(495) 735-65-40,
+7(495) 780-88-93 +7(495) 657-90-03
www.cofelavazza.ru

ЛУЧШИЙ ИТАЛЬЯНСКИЙ КОФЕ



Высший класс!

Канцелярские наборы для уважаемых людей

текст:
Соня НЕЛИДОВСКАЯ

Рабочее место служащего – от младшего менеджера до президента компании – способно рассказать о сокровенных мечтах, потаенных страхах, амбициях, слабостях и других личных тайнах человека, который работает за этим столом. Отсюда мораль: обустроить свой рабочий стол не по принципу «красиво – некрасиво», а исходя из того, какой имидж он вам создаст, какую информацию донесет до посетителей, в насколько выгодном свете эта информация будет вас представлять.

Идеальный рабочий стол можно увидеть в репортажах из кабинетов руководителей нашей страны. Обычно ничего, кроме компьютера, телефона и набора канцелярских принадлежностей, вы на нем не увидите. Зато уж то небольшое, что находится на столе, непременно окажется самым лучшим, самым качественным, самым красивым и самым престижным. О компьютерах и телефонах мы напишем в следующих номерах нашего журнала, а вот об элитных канцелярских наборах расскажем прямо сейчас.

Видный товар

Элитные канцелярские наборы бывают двух видов – серийного производства, то есть такие, которые выпускаются небольшими партиями, но регулярно, и единичного, штучного производства, изготовленные на заказ (либо в единичном экземпляре, либо очень маленькими партиями).

И в первом, и во втором случае над эскизами моделей элитных канцелярских наборов работают лучшие инженеры, технологи и художники компании-производителя. Перед ними стоит задача объединить в одном наборе

стиль, качество и уникальность настольных аксессуаров. «Как правило, дизайн набора разрабатывают специально обученные люди, оплата услуг которых стоит немалых денег. Обычно специалисты такого плана работают по контракту, но известные и успешные фирмы могут иметь своего штатного дизайнера, как это происходит, например, в компании Lerche», – рассказывает продукт-менеджер компании «Комус» Екатерина Серебрякова.

При изготовлении единичных наборов могут использоваться эскизы



Набор настольный
цена 10 909 руб.

важные мелочи ■ настольные наборы

Набор настольный В/М8L-I
цена 4 147 руб.

заказчика или учитываться его индивидуальные пожелания. «Элитные канцелярские наборы имеют много преимуществ по сравнению с обычными, традиционными пластиковыми аналогами, – поясняет Екатерина Серебрякова. – Например, приобретая элитный набор, вам не обязательно покупать его целиком. Можно выбрать предметы по своему усмотрению, отказавшись от других входящих в набор».

Что же обычно входит в набор категории люкс? То же, что и в обычные канцелярские наборы: дырокол, лоток для бумаг, настольное покрытие, подставка для ручек и визиток, куб с бумагой для записей, подставка для скрепок, нож для вскрытия конвертов, ножницы, подставка для скрепок, степлер... Некоторые серии включают в набор телефонные книги или оригинальные (например, хрустальные) линейки.

Материальная сторона вопроса

Из чего изготавливают эксклюзивные настольные аксессуары? Конечно, не из пластика. И даже не из оргпластика. Самые популярные материалы для канцелярских наборов-люкс – это камни: мрамор, нефрит, обсидиан, змеевик. Традиционно производство каменных

наборов находится там же, где ведется добыча камней, например, в Армении или России.

Альтернатива камню – высококачественная сталь. Иногда с позолотой в 23 карата, что, согласно британской каратной системе, соответствует 960 пробе. Все наборы (и каменные, и стальные) обычно шлифуются вручную.

Разумеется, ручная работа в сочетании с натуральными материалами и эксклюзивным дизайном не может быть дешевой, поэтому цены на люксовые наборы достаточно высоки – от 10 тысяч рублей и до бесконечности в зависимости от наличия и качества золота, серебра, количества основного материала и уровня мастерства производителя.



Lerche коллекция Black&Gold
цена 20 130 руб.

Еще один популярный материал для производства люксовых наборов – кожа. Натуральная, отличной выделки, коричневого или черного цвета, нередко с отделкой красным деревом – такие наборы выглядят очень солидно и в то же время создают комфортную атмосферу за рабочим столом.

Несмотря на высокую цену, эти товары пользуются большим спросом. По наблюдениям Екатерины Серебряковой, тенденция роста рынка товаров от дешёвых к более дорогим налицо, соответственно, группа наборов класса люкс ежегодно растёт и вызывает все более широкий



CD-Маркеры от компании EDDING...

Арт. 49962

Комус – официальный дистрибьютор, тел. (495) 651-651-1

Набор кожаный
цена 14 272 руб.



интерес потребителей. А чтобы люксовые наборы в результате повышенного спроса не превратились в предмет массового потребления, производители всячески стараются отделить свой продукт от товаров широкого спроса, увеличивая их цену, расширяя состав набора, но уменьшая при этом количество экземпляров в серии. Приобретение одного канцелярского набора категории люкс является, по сути, разовым. Качество товара и его пожизненная гарантия не приводят к необходимости покупать другой набор. А понятие «вышел из моды» к этой категории товаров неприменимо. «Люкс – это всегда классика. А классика – вне моды», – объясняет Екатерина Серебрякова.

Made by hand

По мнению экспертов рынка, еще одним безусловным достоинством и, пожалуй, главным отличием эксклюзивных канцелярских наборов от обычных является использование при их изготовлении традиций производителя. Например, уже упомянутая немецкая марка Lerche имеет многовековую

историю, начатую еще средневековыми мастерами-оружейниками. Фабрика этой компании расположена в г. Золинген, и это не случайно, так как все изделия фирмы создаются именно из знаменитой золингенской стали. Ручная работа, широкий выбор материалов покрытия (титан, золото, китайский лак) и разнообразие стилей (от элегантного классического до модерна) позволяют подобрать настольный набор, который впишется в любой интерьер и в офисе, и дома. Самые известные наборы этой марки – Blue Magic, Arcus, Discus и Cassini. Чтобы составить примерное представление о стоимости этих наборов, исходите из того, что один дырокол из синего акрила в обрамлении матового хрома серии Blue Magic обойдется в 2 910 рублей.

Вторая марка, имеющая не менее громкое имя на рынке эксклюзивных настольных аксессуаров, – испанская El Casco – также использует ручной труд. Изначально она специализировалась на производстве элитного оружия, но в конце испанской гражданской войны производство было переориентировано на разработку и производство

канцелярских товаров. Используя традиции и опыт оружейных мастеров Страны басков, специалисты El Casco создали технически совершенную продукцию с пожизненной гарантией качества.

Каждое изделие элегантного классического дизайна (многие – образца 1930-х гг.) имеет индивидуальный номер, полируется вручную как минимум шесть раз, а затем покрывается тремя разными металлами: сначала медью, потом никелем и, наконец, хромом. Возможна отделка 23-карatным золотом. Кроме того, в изделии нет ни одного клепанного соединения, и оно может быть разобрано до последнего винтика, а потом легко собрано согласно прилагающейся инструкции. Подставка для бумаг, изготовленная из латуни цельным литьем, с хромированной поверхностью, отполированной вручную до зеркального блеска, с выгравированной эмблемой фирмы-изготовителя и логотипом El Casco стоит 2 286 рублей.

Интересные наборы предлагают итальянские фирмы, специализирующиеся в основном на изделиях из кожи или замши. Например, марка Pinetti, знаменитая своими неожиданными дизайнерскими решениями, исключительно ручной работой по коже. Визитной карточкой ее изделий стали удивительно качественная строчка, богатая палитра оттенков и неизменное качество, даже в мелочах. Стиль Pinetti представляет собой образец следования классическим канонам элегантности. К слову, именно Pinetti является основным партнером-производителем фирменных линий аксессуаров из кожи таких мировых марок, как Armani, Burberry's и Sax Fifth Avenue. Настольный письменный набор из четырех предметов (двойная кожа в обрамлении дерева) стоит 22 900 рублей. ■

Набор настольный
цена 8 712 руб.



Lerche коллекция Silver Star
цена по запросу



Официальный дистрибьютор
Тел. 258-258-8

Комкс

Чудо-юдо диво-печь

Какую микроволновку купить в офис?

текст:
Соня НЕЛИДОВСКАЯ

Не одной оргтехники жив офис. Бытовые электроприборы для работы в офисе не менее важны, нежели принтеры и факсы. Оно и понятно: если работы много, и нет времени ходить на бизнес-ланчи, то экспресс-обеда, разогретые в микроволновках, — отличный способ поддержать силы, восстановить энергию и получить новый заряд бодрости, такой необходимой для свершения трудовых подвигов.



Микроволновая печь есть практически в любой офис-кухне. А если нет, то необходимость ее приобретения весьма актуальна. И вот тут-то появляется множество вопросов: какую печку покупать? от чего отталкиваться при выборе: от цены? от функций? от дизайна? от бренда? от вместительности? А может быть брать в расчет все перечисленные данные? Но как быть с тем, что самые красивые и многофункциональные печи стоят дорого, а бюджетные варианты не соответствуют лучшим характеристикам?

Эксперты рынка считают, что главное в данном случае — забыть о рекламе и подумать о том, что конкретно вы ожидаете от печи, учитывая, что пользоваться ею вы будете исключительно во время непродолжительных обеденных перерывов.

Их много, и все они разные

Сейчас в магазинах представлено несколько сотен моделей микроволновых печей. Их можно классифицировать по различным критериям: встраиваемые и стоящие отдельно, по объему (в настоящее время есть печи объемом от 9 до 41 литра), по функциональности (микроволны, гриль или конвекция), по типу внутреннего покрытия или типу панели управления. Также их можно разделить по ценовым сегментам: продукты класса премиум и массовый сегмент. При выборе оптимальной печи для офисной кухни целесообразно рассматривать микроволновки с точки зрения функциональности. Тем более, что в этом смысле все печи делятся всего лишь на три категории.

Печка-соло. Так называют печи, в которых действуют только микроволны. Печи-соло умеют размораживать продукты, готовить самые простые блюда (которые, правда, на вкус

будут напоминать вареные), а также выполнять наиболее востребованную и ожидаемую функцию всех микроволновок — разогревать еду. Стоят такие печи недорого — в среднем от 1 500 до 4 000 рублей, а производят их все ведущие компании — изготовители бытовой техники: Daewoo, Hyundai, Vitek, LG, Sharp, Samsung. Новинки печей-соло имеют отличное оснащение. Так, разработчики предлагают как минимум 4-5 программ авторазморозивания, когда вы задаете тип продукта (мясо, птица, рыба или фрукты), а печь «решает», сколько минут и на какой мощности доводить продукт до готовности. Что же касается авторазогрева, то у печей-соло таких программ и того больше — до 8.

КАК УСТРОЕНА МИКРОВОЛНОВКА

В любой пище есть вода. Так вот, микроволны «встряхивают» молекулы воды, и эта вибрация заставляет продукт нагреваться. Процесс происходит моментально благодаря магнетрону, который и является источником СВЧ-излучений. Масла, жиры и соли для приготовления еды в микроволновке не нужно. Поскольку обработка продукта быстрая, все витамины и микроэлементы сохраняются.

Печи с грилем. По мнению специалистов, это наиболее выгодный вариант по соотношению цена — набор функций. При стоимости в 2 500–8 000 рублей оптимально подходят для всех случаев жизни, включая необходимость приготовить что-то особенное, например, жареную курицу или рыбу. Грили в современных микроволновых печах бывают разными — керамическими, кварцевыми или теновыми. Теновый гриль обычно расположен сверху или внизу камеры микроволновки и может

НАСКОЛЬКО БЕЗОПАСНЫ МИКРОВОЛНЫ?

Вопреки все еще распространенному мнению, современные микроволновые печи абсолютно безопасны для здоровья. В отличие от самых первых моделей 20-летней давности они не допускают утечки микроволн. За это отвечает специальная система компенсации электромагнитных полей, термостат безопасности, экранированная (защищенная специальной решеткой) дверца. Если открыть дверь, СВЧ-излучение мгновенно прекращается.

двигаться и поворачиваться для равномерной обработки продукта, а кварцевый гриль расположен всегда в верхней части и «обжаривает» продукты не так сильно, как теновый. Подвижный теновый гриль особенно удобен в эксплуатации и предоставляет дополнительные возможности при приготовлении блюд в режиме гриля (к примеру, в некоторых моделях можно обжаривать курицу в вертикальном положении). Кроме того, внутреннюю камеру микроволновой печи с подвижным теновым грилем легче и удобнее мыть (как и сам гриль).

Печи с конвекцией. Третий тип микроволновых печей — самый дорогой (стоимость этих печей варьируется от 5 000 до 15 000 рублей) и самый популярный: в таких печах можно не только разогревать или размораживать продукты, но и тушить, жарить и даже выпекать булочки, пирожки или готовить запеканки. Это возможно благодаря конвекции — кольцевому нагревательному элементу, который при помощи встроенного вентилятора равномерно распределяет нагретый воздух внутри камеры, в результате чего продукты пропекаются или жарятся отменным образом.



Печь с грилем

Микроволновая печь Panasonic NN-SD556

Цена: **5 890 рублей.**

Технические характеристики: инверторное управление, мощность — 110 Вт, автоматическое управление, популярный русский язык, инверторная турборежимная, большой поворотный стол — 340 мм, жаропрочное внутреннее покрытие, комбинированная система управления: сенсорная + утапливаемый поворотный переключатель, пошаговый дисплей.

Особенности: микроволновая инверторная печь автоматически регулирует уровень мощности, что позволяет быстро и равномерно разогревать продукты. В результате удается избежать пересушивания, не изменяется структура продуктов, сохраняется больше витаминов и питательных веществ. Специальные весовые сенсоры определяют вес, а специальный лучевой гриль автоматически разогреет блюдо до нужной вам температуры или приготовит его.

Право выбора

Выбирая микроволновку для своего офиса, прежде всего, следует подумать о том, от каких функций вы можете смело отказаться за ненадобностью. Очевидно, это конвекция, ведь выпекать булочки, тушить мясо и жарить курочку во время напряженных трудовых будней вам вряд ли удастся. К тому

CD-Маркеры от компании EDDING...



Арт. 53767

Комус — официальный дистрибьютор, тел. (495) 651-651-1



Печь с двойным грилем и конвекцией

Микроволновая печь Sharp R-8771L

Цена: **10 495 рублей.**

Технические характеристики: мощность СВЧ – 900 Вт, мощность гриля – 1800 Вт, мощность конвекции – 1800 Вт. Объем – 26 л, диаметр металлического столика – 32,5 см, электронное управление, дисплей, количество уровней мощности СВЧ – 5.

Особенности: двойной гриль – кварцевый и инфракрасный, сенсорное управление, диалоговый интерактивный дисплей на русском языке. Режим конвекции – печь работает как духовка. «Русское меню» – 6 вариантов, включая пельмени, пюре и яичницу. Программирование последовательности приготовления. 20 типов автопрограмм готовки, разморозки и разогрева.



Печь-соло

Микроволновая печь LG MS-1724W

Цена: **2 690 рублей.**

Технические характеристики: механический тип управления, звуковой сигнал разогрева, 5 уровней мощности СВЧ, выходная мощность – 700 Вт, объем – 17 л.

Особенности: эта небольшая соло-микроволновка легко и быстро разогреет обед, потушит овощи и даже сварит суп. Управление моделью предельно просто. Благодаря удобным механическим поворотным ручкам вы сами устанавливаете мощность и время. Когда блюдо будет готово, прозвучит звуковой сигнал. Имеет режим разморозки и систему распределения микроволн.

же отсутствие конвекции значительно удешевит модель печи. От гриля тоже можно запросто отказаться. «Так как мы не планируем готовить на работе, я думаю, что такие функции, как разморозка, гриль и конвекция, не являются самыми необходимыми, – подтверждает наши размышления директор по маркетингу торговой марки De Dietrich Хорхе Виверо. – Для офиса достаточно СВЧ-печи только с режимом микроволн, который является базовой функцией всех печей. При покупке обратите внимание на мощность микроволн и количество режимов. Чем сильнее мощность и больше выбор режимов, тем удобнее пользоваться печкой».

А вот что советует продакт-менеджер по категории СВЧ-печей марки Vitek Валентин Кушнirenко:

«Лучший вариант для офиса – СВЧ-печь с электронным управлением, с камерой из нержавеющей стали или с антипригарным покрытием – за ней будет удобно ухаживать, особенно в офисе, где на приведение печи в порядок вряд ли удастся выкроить много времени и сил. Дизайн прибора, разумеется, подбирается под интерьер рабочего помещения. Сейчас на рынке представлен широкий выбор стильных моделей с достаточно широкой функциональностью».

И еще один совет. Для офисных нужд лучше всего подходят печи объемом 17, 23/24, 27 и 34 литра (не слишком маленькие, и не самые большие). Первые предназначены для 2-3 человек, поэтому для офиса это не самый лучший вариант. Оптимальный объем печей для офиса – от 23 до 28 л. В таких микроволновках вы вполне сможете одновременно греть сразу две порции еды. Естественно, важно учитывать ароматические составляющие ваших обедов и не ставить в печь блюда с антагонистическими запахами. Например, цветная капуста или брокколи плохо сочетается со свиной, напичкованной чесноком.

Не стоять на месте

Практически каждый год производители микроволновых печей выводят на рынок

свои новинки. При этом одним лишь усовершенствованием дизайна производитель не ограничивается – главный упор делается именно на инновационные технологии.

«Я бы отметил три технологии современных микроволновых печей: встроенную пароварку, гриль и конвекцию, – делится наблюдениями по инновациям в области микроволновых печей Валентин Кушнirenко. – Пароварка позволяет быстро приготовить овощи или рис на пару – очень полезная функция для тех, кто заботится о своем здоровье.

В современных печках используется двойной и тройной гриль с несколькими нагревательными элементами разного типа, обеспечивающими равномерный прогрев и прожарку продукта. Наличие конвекции позволяет микроволновой печи выполнять некоторые функции духовки: в ней даже можно готовить выпечку. А гриль в сочетании с конвекцией позволяет достичь лучших результатов в приготовлении мяса».

Помимо пароварки, гриля и конвекции, есть еще ряд инноваций, которые активно используются в последних моделях мировых производителей бытовой техники. Прежде всего, это система самоочистки. Так, Samsung представляет печи с системой очистки паром Aqua Clean, микроволновки от LG и Daewoo имеют режим стерилизации УФ-лучами и умеют обеззараживать не только посуду, но и полотенца, а гладкое покрытие ECC (Easy to Clean Ceramic), используемое в печах Candy, упрощает процесс ухода за печью.

В новом поколении микроволновых печей современное управление все чаще сопровождается диалоговым режимом, например, двухсторонним диалогом с хозяйкой, высвечиваемым на дисплее. Микроволновка подскажет, какую выбрать посуду, когда снять крышку и т.д. Южнокорейская фирма LG выпустила на наш рынок даже говорящую печь, которая дублирует вслух все тексты, появляющиеся на дисплее. Причем говорит корейская печка по-русски. ■

DURABLE
THE STYLE OF SUCCESS

СЕРЬЕЗНЫЙ БИЗНЕС СОЛИДНЫЕ АКСЕССУАРЫ



SHERPA® STYLE

WWW.KOMUS.RU



VEGAS



SHERPA® MOTION

DURABLE - HUNKE & JOCHHEIM GMBH & CO. KG
WWW.DURABLE-RUSSIA.COM

Микс для отдыха



Мохито ежевичный

Лайм 1/2 шт Мята 20 гр
Лед 12 кубиков Содовая 50 мл
Ежевика 30 гр Белый ром 50 мл
Сахарный сироп 15 мл

УНИЧОЖИТЕЛИ БУМАГ



БРОШЮРОВЩИКИ



Микс для офиса

РЕЗАКИ БУМАГ



ПОПУЛЯРНЫЙ МИКС ДЛЯ МАЛОГО ОФИСА:

Шредер VS 710 CD: 7 листов, фрагменты 4x40 мм, от 1869 руб*
Брошюровщик CB-8: пробивка 8, переплет 120 листов, от 1298 руб*
Резак 3016: до 10 листов формата A4, от 842 руб*

GLADWORK

Работайте с удовольствием

*Примерные розничные цены в Москве на 01.08.2008

WWW.GLADWORK.RU

Север - (495) 788 47 35

Центр - (495) 688 98 68

Юг - (495) 730 01 30

WWW.GLADWORK.RU



Офисная дедовщина

Что делать, если вас не любят на работе

текст:
Алексей ХРЫСТЕНКО

Коллеги игнорируют ваши идеи, да и вас самих не приглашают с собой на обед, смотрят свысока, сваливают на вас самую неинтересную работу... Знакомая ситуация? Добавьте сюда бесконечные критические замечания в свой адрес, ухмылки за спиной и провокации. Все это типичные признаки проявления дедовщины в офисе.

В некоторых организациях эта политика сознательно поддерживается руководством – например, в учебных лагерях для новобранцев в морской пехоте США. Считается, что дедовщина идет на благо молодым пехотинцам. Но офис – не казарма. Здесь травля одного сотрудника группой других приводит в большинстве случаев либо к увольнению жертвы, либо к депрессии или нервному срыву «гадкого утенка».

Масштабы этого явления в России давно уже вышли на мировой уровень. По неофициальным данным, в каждом пятом российском офисе сотрудники используют по отношению к своим коллегам те или иные методы офисной дедовщины. Между тем явление это не ново, и названий у него немало: «подковерные войны», «крысиная возня» – так говорили раньше. Теперь в моде новое словечко – моббинг (от английского mob – толпа, сборище). Слово новое, а суть та же: преследование и несправедливое отношение к человеку (сотруднику, военнослужащему) со стороны коллег, начальства и даже подчиненных. Есть еще одно новое словечко – буллинг, т.е. преследование один на один. Но оно не получило такого распространения, как моббинг. Видимо, травить человека все-таки проще коллективом...

Жертвы

Единого мнения по поводу того, почему тот или иной человек становится жертвой психологического насилия в коллективе, у ученых пока не сложилось. Одни считают, что причины нужно искать в поведении самой жертвы. То есть, грубо говоря, жертва сама виновата, что «не вписалась» в коллектив. Другие считают, что объектом травли может стать буквально каждый человек, и корни явления лежат в организации самого коллектива и личностных качествах его сотрудников.

Мнение эксперта



Андрей Панков,

ведущий тренер по корпоративному обучению ГК «Академия Приключений»

Что делать человеку, попавшему в ситуацию «офисной дедовщины»?

Все зависит от того, насколько вам нужна именно эта работа, насколько вы хотите работать именно в этой компании. По сути, это вопрос совпадения ценностей. Если они глобально совпадают, то дедовщина по отношению к вам – временное явление, и вы скоро станете своим, если же ценности не совпадают, то своим вы не станете никогда.

Если вы приняли решение остаться и доказать, что вы достойны работать в этой компании, то есть несколько правил.

- Не лебезите и не унижайтесь – подняться будет всегда сложнее.
- Будьте честны – честного человека сложно уличить в чем-то неэтичном, и в конечном итоге вы выиграете.
- Будьте профессионалом – не влезайте в отношения, работайте, совершенствуйтесь как специалист. У Данте есть хорошая фраза: «Segui il tuo corso, e lascia dir le genti» – «Следуй своим путем, и пусть люди говорят что угодно».
- Не спешите вступать в чью-то «партию» – критерием здесь для вас должна быть истина и результаты работы.



CD-Маркеры от компании EDDING...



Арт. 53766

Комус – официальный дистрибьютор, тел. (495) 651-651-1

ОФИСНЫЕ «ДЕДЫ»



ОФИСНЫЙ ТЕРРОРИСТ, ИЛИ ПАКОСТНИК ОБЫКНОВЕННЫЙ.

Способен и кофе на столе жертвы разлить на очень важные документы, и ее личное имущество испортить. Выявить его крайне сложно, так как пакостник обыкновенный обыкновенно делает все в тайне и от жертвы, и даже от остальных членов коллектива. Но если вывести его на чистую воду удастся, лучше обратиться за помощью к руководству компании: пусть разбирается само.

Стратегия борьбы: бороться с таким экземпляром офисной фауны практически невозможно. Остается только прибегать к мерам профилактики: важные документы на столе не оставлять, следить за личными вещами, на компьютер поставить пароль для входа в систему, и прочая, и прочая...

ПРОСТО НЫТИК.

А этот персонаж постоянно жалуется на свою несчастную жизнь: ребенок все время болеет, да и у него самого со здоровьем не ахти, соседи делают вечный ремонт, и потому он постоянно не высыпается, а бабушке нужны уход и дорогие лекарства. Поэтому нытик позволяет себе позже приходить на работу и раньше с нее уходить, а свои обязанности старается переложить на новичков. Вернее, они по незнанию да из сочувствия берут их на себя сами.

Стратегия борьбы с нытиком довольно проста: бейте его его же оружием. Как только начнет жаловаться и просить сделать что-то за него, смело жалуйтесь в ответ, рассказывайте о своих проблемах (можно взять сюжет из любой мыльной оперы). Нытик сразу найдет в себе силы и способности сделать работу самому и приставать к вам больше не будет. Скорее всего, он просто найдет себе новую жертву...



В любом коллективе могут найтись те, кому по каким-то причинам не понравится новый сотрудник. И они вознамерятся его выжить. Всех их можно условно, конечно, разделить на пять категорий.

КРИКУН ПИСКЛЯВЫЙ.

Ему вовсе не нужна веская причина для того, чтобы начать сотрясать воздух криками, постепенно переходя на ультразвук. Достаточно одного косога взгляда в его сторону, и он готов к бою. Этот персонаж не будет вести игру за спиной потенциальной жертвы. Он готов идти с ней на открытую конфронтацию.

Стратегия борьбы: ни в коем случае не начинайте кричать в ответ – ведь крикун только этого и ждет. Для таких людей ссора – лучший способ развлечься и поднять себе настроение. Если крикуну понравится с вами ругаться, он будет постоянно преследовать вас, выискивая все новые причины для скандалов и провоцируя на ругань. Лучше всего сохранять невозмутимый вид и лучезарно улыбаться, пока крикун только жалуется. А можно сделать и такой финт: проявите жалость к крикуну. Дайте ему накричаться, после чего заявите (лучше в присутствии других коллег) что-то типа: «Как я тебя понимаю, у тебя столько проблем. Ничего, не переживай, все обойдется...».



«ПУП ЗЕМЛИ», ИЛИ «ДЕД» («БАБКА») ОФИСНЫЙ, НАСТОЯЩИЙ.

Отличается повышенным снобизмом. Хранит традиции коллектива и на всех смотрит свысока. Те, кого он уже проверил на лояльность к себе, могут спать спокойно. Новичкам лучше держаться от него на почтительном расстоянии, иначе задавит авторитетом или замучит постоянными подковырками. Его любимые изречения: «Пока ты пешком под стол ходил, я на этой работе собаку съел...», «Ты второй месяц тут работаешь, а все туда же рвешься...» и т.д. Любит критиковать по делу и без дела. Как старожил, может запросто решить вопрос с начальством не в пользу новичка.

Стратегия борьбы: один раз, но сразу ответить на все его претензии. Можно показать его профессиональную несостоятельность (но для этого самому нужно быть профессионалом): мол, работал ты долго, да ничему не научился. Жестко, но эффективно. Сам «пупок» будет в шоке от услышанного еще довольно долго, а вот коллеги начнут вас уважать. Вскоре и сам «пупок» изменит свое отношение к вам. Он ведь – хранитель традиций коллектива. А коллектив вас признал.

И еще о традициях. Их нужно если не уважать, то принимать как данность, то есть проявлять хотя бы самую малую толику лояльности. Иначе зачем работать в этой фирме? Придя на новое место, понаблюдайте за традициями. А лучше, как только распознаете местного «пупка», обратитесь к нему: пусть расскажет сам, даст авторитетные советы. Скорее всего, после такого разговора он точно не будет приставать к вам с претензиями.

ЯЗЫК ОФИСНЫЙ, БОЛТЛИВЫЙ.

Занят в период ведения боевых действий формированием негативного образа жертвы в коллективе. Его оружие – собственный хорошо подвешенный язык и разносимая им ложная информация. Если вы неожиданно для себя начали замечать недоуменные взгляды коллег в свою сторону и шушуканье за спиной – это его работа.

Стратегия борьбы: держай рот на замке в его присутствии, хотя сплетни могут рождаться и на пустом месте. Но для начала сплетника нужно еще вычислить. Узнать же этого субъекта можно по следующим признакам. Сплетник всегда готов выслушать чужие истории, выпытывая при этом все подробности и прося пересказать все в мельчайших деталях. Он делает заинтересованный и сочувствующий вид, притворяясь другом, но когда тебе необходим его совет и помощь, его рядом не оказывается. Не стоит обсуждать с этим человеком начальство и сослуживцев. В противном случае ваши шансы нажить дополнительных врагов сильно повысятся.



Точку зрения практиков высказал Сергей Буковцев, психолог-консультант:

– Подвергнуться офисному насилию может и белая ворона, и самый обычный сотрудник. Ведь, в отличие от офисной войны, моббинг не имеет какого-либо разумного объяснения. Сами гонители признаются, что сотрудник, которого они всячески притесняют, их просто-напросто бесит... Я думаю, что все это – следствие растущего напряжения, которое наблюдается в компаниях. Конкуренция на рынке крепчает. Требования к сотрудникам растут не по дням, а по часам, компании (даже когда-то провинциальные) выходят на европейский уровень. Работать люди стали активнее, уставать больше, вот и вымещают свою агрессию на новичках, белых воронах, снобах и других коллегах.

Жертвы довольно часто сами провоцируют такую реакцию со стороны сослуживцев: приходят в новый коллектив со своим уставом, хвалятся своими былыми достижениями, броско одеваются или наоборот – постоянно жалуются на неудачи, нудят. А реакция на все это одна – отторжение. В первом

случае – из зависти, во втором... Ну а кого не раздражает такой «нудизм»?..

Несколько иную точку зрения высказал другой наш эксперт – консультант по персоналу компании «Карьера» Владимир Почепский:

– Я не снимаю со счетов человеческий фактор, но считаю, что определяющую роль в возникновении в том или ином коллективе такого явления, как моббинг, все-таки играют ошибки управления. Плохо организован производственный процесс или размыты границы ответственности сотрудников и их должностные обязанности – вот вам и почва для появления в коллективе Золушки, на которую будут сваливать всю черную работу, которую будут заставлять выполнять работу других коллег. Отсутствуют возможности карьерного роста у сотрудников, не продумана система четкого ранжирования и поощрения – вот вам и почва для недовольства, которое может копиться какое-то время, а потом вылиться на одного из коллег, который просто попал под руку.

И, наконец, такая управленческая проблема, как безнаказанность моббинга. Если руководство пустит все это на самотек в самом начале, потом

офисная дедовщина грозит стать традицией фирмы. Потому что сотрудники, однажды вкусившие «прелесть» коллективной травли, уже не в силах будут от нее отказаться. И как только первая жертва будет затравлена, тут же начнется поиск новой. Выход один: руководитель, в чьем коллективе обнаружатся признаки моббинга, должен незамедлительно собрать коллектив, рассказать всем о случившемся (сделать тайное явным) и срочно принять меры по перестановке кадров.

В целом же, по мнению психолога-консультанта Сергея Буковцева, профилактику дедовщины в офисах каждый должен начинать с себя:

– Если агрессия направлена против вас, значит, вы тоже где-то ошиблись, в чем-то были неправы. Если вы профессионал высокого класса, не нужно бить себя в грудь и кричать об этом на каждом углу. Докажите это делами. А допустили ошибку – посмейтесь над собой. Тем самым вы заберете хлеб у насмешников. Помните, что самоироничный человек практически неуязвим для психологического нападения. А искренняя, недежурная улыбка способна открыть любые двери и установить с сослуживцами если не дружеские, то настоящие партнерские отношения...

Удачи вам!

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Результаты поиска по запросу «развитие корпоративной культуры»

Сортировать по: алфавиту рейтингу стоимости услуг

1. Академия Приключений

основной вид деятельности: комплексное развитие корпоративной культуры
рейтинг клиентов: ★★★★★ / стоимость услуг: \$ \$ \$ \$ \$

Услуги компании

☒ командное образование	☒ корпоративные праздники
☐ корпоративный туризм	☐ корпоративное фото-видео
☒ бизнес-тренинги	☐ мультимедийные проекты

1 Выберите тип программы
2 Закажите презентацию программы
3 Наслаждайтесь полученным результатом

НАСТРОЙКА ПРОГРАММ БЕСПЛАТНО!

Закажите бесплатную презентацию «Развитие корпоративной культуры» на сайте: www.krutizna.ru или по телефону: (495) 250 66 37

Адрес электронной почты: info@krutizna.ru



текст:
Мария АНТОНОВА

Обед с давним деловым партнером и первый относительно неформальный контакт с новым человеком – две принципиально разные ситуации. Для первого случая подойдет любое комфортное для обоих собеседников место. Во втором придется задуматься о таких мелочах, как статус заведения, наличие зала для некурящих, стиль музыкального сопровождения трапезы.

Чтобы деловой обед прошел «в теплой дружественной обстановке» и принес пользу делу, выберите ресторан с Wi-Fi и достаточным количеством света (может появиться необходимость просмотреть какие-то бумаги или залезть в ноутбук). Кстати, приглашая человека в заведение, которое вам уже хорошо знакомо, вы получаете психологическое преимущество – это почти игра на своем поле. И, наконец, самое главное – ничто так не украшает деловой ужин, как вкусная качественная пища.

Премиум-класс ВАРВАРЫ

Страстной б-р, 8а, 229-28-00,
www.anatolykomm.ru

Степень приватности: достойная

Wi-Fi: нет

Средний чек: 5900 руб. без спиртного

Заказ столика: посещение только по предварительному заказу, с 19.30 до 21.00

«Варвары» – заведение для тех, кому надо произвести на партнера сногшибательное впечатление. Приглашать сюда стоит наследников модных домов, отпрысков королевских семей, старших сыновей саудовских шейхов. Интерьер с русскими мотивами, но настолько стилизованными, что ни малейших ассоциаций с медведями и балалайками не возникает. Все очень красиво и явно очень дорого, при этом – сдержанно. «Варвары» – первый ресторан высокой русской кухни. Посетителей здесь принимают только на время ужина и только пять дней в неделю. И исключительно на основании предварительной гарантированной (то есть оплаченной) брони. Просто выпить чашечку кофе тоже не получится. У «Варваров» гостям

ВАРВАРЫ



предлагаются сеты из 10 блюд. Стоит заметить, что засчитать эту трапезу, как ужин не получится – объемы шедевров для среднестатистического желудка маловаты. Впрочем, не в них счастье.

Cantinetta Antinori

Денежный пер., 20, 241-37-71,
www.novikovgroup.ru

Степень приватности: отдельных кабинетов нет

Wi-Fi: бесплатно

Средний чек: около 3600 руб. без алкоголя

Заказ столика: имеет смысл на время с 13.00 до 15.00 и с 19.00 до закрытия

«Кантинетту» можно назвать сетевым рестораном. Остальные три представителя этой цепочки общественного питания находятся во Флоренции, Цюрихе и Вене. Главные достояния ресторана – блюда классической тосканской кухни и винная карта с 2500 наименованиями. Причем практически все вина подаются в розлив. Кухня находится прямо в зале, и это, во-первых, создает невероятно уютную обстановку, во-вторых, внушает уверенность в результате – повара, которым нечего скрывать, в себе не сомневаются. И правильно делают: домашняя пища, приготовленная без излишних

Cantinetta Antinori



Приглашая человека в заведение, которое вам уже хорошо знакомо, вы получаете психологическое преимущество – это почти игра на своем поле. И самое главное – ничто так не украшает деловой ужин, как вкусная качественная пища.

сложностей и выкрутасов, сделанная по выверенным столетиями рецептам и из самых качественных продуктов. И очень вкусная.

Интерьер в «Кантинетте» соответствующий, уютный и комфортный, на стенах – полки со стеклянными банками: фасоль, чечевица, паста...

Бизнес-класс

Пушкинь

Тверской б-р, 26а,
739-00-33, 629-94-11, 629-55-90

Степень приватности: достойная

Wi-Fi: бесплатно

Средний чек: до 2000 руб. без спиртного

Заказ столика: да, особенно с 17.00 в будни

Пушкинь



«Пушкинь» пережил пик популярности года 3 назад, когда все вдруг начали говорить о том, что В. В. Путин любит покушать там сырники на завтрак. Страсти поутихли, сырники остались. Заодно в ресторан, ставший одной из главных достопримечательностей столицы потянулись иностранцы из тех, кто останавливается в окрестных отелях (Marriott, «Националь» и т.д.).

Ресторан специализируется на русской кухне XIX века: щи супчики, пельмени с грибами, карась в сметане и прочие шедевры ушедшей кулинарной эпохи. Параллельно с раритетными рецептами в меню существуют вполне современные, попадающие в категорию «актуальная европейская кухня». Интерьеры полностью соответствуют идеологии. Нижний уровень («Аптека») – это светлые стены с лепниной, колонны и камин. Выше (в «Библиотеке» и на «Антресоли») много темного дерева и антикварных предметов: напольные часы, глобусы, телескопы.

Goodman

Новинский б-р, 31, 775-98-88
www.goodman.ru

Бизнес-ужин

Где поесть и поговорить о деле

CD-Маркеры от компании EDDING...



Арт. 53765

Комус – официальный дистрибьютор, тел. (495) 651-651-1