

Евгений Савельев

Сочиград. Отель из чужих номеров

Как я пришел в отельный бизнес,
объединил собственников
и построил управляющую компанию

доверие • система • Сочи • технологии

Евгений Савельев

**Сочиград. Отель
из чужих номеров**

«Автор»

2026

Савельев Е. А.

Сочиград. Отель из чужих номеров / Е. А. Савельев — «Автор», 2026

Предпринимательская история о том, как Евгений Савельев пришел в отельный бизнес в Сочи: от первых квартир на Мамайке до управляющей компании «Сочиград». Это книга о честном управлении объектом, где у каждого номера свой собственник, о доверии, деньгах, регламентах, команде, TravelLine, искусственном интеллекте и людях, без которых бизнес не крутится. Для собственников апартаментов, управляющих, отельеров и всех, кто хочет понять гостиничный бизнес изнутри.

© Савельев Е. А., 2026

© Автор, 2026

Содержание

От автора. Почему я пишу эту книгу	6
Глава 1. Сочи, 2012 год	7
Глава 2. Первые квартиры на Мамайке	8
Глава 3. Звонок Алексея Сопина	9
Глава 4. «Магеллан» и двойная игра	10
Глава 5. Как я стал управляющим	11
Глава 6. TravelLine и земляк из Йошкар-Олы	12
Глава 7. Первый персонал	13
Глава 8. Я тащил все	14
Глава 9. Регламенты вместо героизма	15
Глава 10. Сопротивление изменениям	16
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Евгений Савельев

Сочиград. Отель из чужих номеров

Сочиград. Отель из чужих номеров

Евгений Александрович Савельев

От автора. Почему я пишу эту книгу

Отельный бизнес кажется красивым только тем, кто еще не принимал звонок от гостя в одиннадцать вечера.

Эта книга не о том, как открыть идеальный отель по учебнику. Я не профессор гостиничного бизнеса и не человек, который пришел в отрасль с готовой большой командой, инвестирами и красивой стратегией на сто страниц. Я пришел через недвижимость, через посуточную аренду, через собственные квартиры, через ошибки, через уставшую маму, которая помогала с уборкой, через звонки гостей, через конфликт с управляющей компанией и через желание сделать по-честному.

Мой путь начался в Сочи. Я переехал сюда в 2012 году и очень быстро почувствовал, что этот город может стать для меня не просто местом жизни, а местом роста. Сочи для меня всегда был городом энергии. Здесь люди приезжают отдыхать, покупать квартиры, искать новую жизнь, запускать бизнес, рисковать, ошибаться и снова начинать. В этом городе невозможно долго оставаться неподвижным, если внутри у тебя есть желание двигаться.

Сегодня я развиваю управляющую компанию «Сочиград». Название появилось естественно: я люблю Сочи, я живу этим городом, и мне хотелось, чтобы в названии была не только география, но и ощущение своего дела. «Сочиград» для меня не просто бренд. Это идея, что отельный бизнес можно строить честно, системно и с уважением к собственникам, гостям и сотрудникам.

Особенность нашей модели в том, что у каждого номера может быть свой хозяин. Внешне объект выглядит как отель, но внутри это объединение отдельных собственников. И главная задача управляющей компании — не просто продавать номера. Главная задача — консолидировать людей, сделать так, чтобы собственники были довольны, гости получали сервис, сотрудники понимали правила, а бизнес зарабатывал.

В этой книге я расскажу, как я пришел к этой модели. Как из риелтора стал собственником квартир. Как начал сдавать их посуточно. Как купил номера, которые многие считали слишком дорогими. Как увидел двойную игру управляющей компании. Как собственники проголосовали за меня. Как я стал управляющим, хотя еще сам многого не понимал. Как писал регламенты, выгорал, болел, внедрял таблицы, ругался с администраторами и в итоге пришел к искусственному интеллекту как к инструменту управления.

Это книга про отельный бизнес, но на самом деле она шире. Она про доверие. Про систему. Про честность в деньгах. Про людей, которые влияют на тебя. Про то, что бизнес не должен держаться только на нервной системе одного человека. И про то, что отель без хозяина действительно не работает.

Глава 1. Сочи, 2012 год

Иногда город становится не фоном жизни, а соавтором твоей судьбы.

В Сочи я приехал в 2012 году. Тогда город был на подъеме, вокруг все двигалось, строилось, менялось. Для кого-то Сочи был курортом, для кого-то олимпийской стройкой, для кого-то южной мечтой. Для меня он стал местом, где можно было начать активную деятельность и проверить себя.

Я занялся недвижимостью. Это был понятный вход в город: люди покупали, продавали, инвестировали, переезжали, искали квартиры для жизни и для дохода. Недвижимость в Сочи всегда была больше, чем квадратные метры. За каждым объектом стояла надежда: жить у моря, сдавать туристам, сохранить деньги, открыть новую страницу.

Я пришел работать в компанию «Винсент Недвижимость». На старте мне обозначили простую задачу: за испытательный срок, за два месяца, нужно продать одну квартиру. Для новичка это нормальная проверка. Но у меня тогда была такая мотивация, что я не воспринимал это как потолок. Я хотел работать, хотел зарабатывать и хотел доказать, что могу больше.

В итоге за первый месяц я продал пять квартир. Не одну за два месяца, а пять за первый месяц. Этот результат сильно повлиял на мое отношение к себе. Я понял, что если включиться по-настоящему, если не ждать идеальных условий, если разговаривать с людьми, слушать их и доводить сделки до результата, то можно двигаться очень быстро.

Работа риелтором дала мне важное понимание: недвижимость — это не стены. Это психология, доверие, сроки, страхи, деньги и решение человека. Один покупатель сомневается, другой хочет быстрее, третий торгуется, четвертый боится ошибиться. Ты должен не просто показывать квартиру, а вести человека через решение.

Потом это понимание очень пригодилось мне в отельном бизнесе. Собственник номера тоже не покупает просто квадратные метры. Он покупает ожидание дохода, спокойствия и контроля. Гость тоже не покупает просто кровать на ночь. Он покупает уверенность, что его встретят, поселят, не обманут и дадут отдохнуть.

В тот период я еще не думал о своей управляющей компании. Я просто работал, продавал, учился городу и рынку. Но именно тогда внутри появилась первая связка: Сочи, недвижимость, туристы, доходность, движение. Потом из этой связки постепенно вырос весь мой отельный путь.

Глава 2. Первые квартиры на Мамайке

Посуточная аренда быстро объясняет, что недвижимость без управления не зарабатывает сама.

После работы с чужой недвижимостью мне захотелось иметь собственные объекты. Не просто продавать квартиры другим, а самому попробовать модель дохода. Я купил три квартиры на Мамайке, на Волжской, 38. Мамайка — центральный район, живой, понятный для туристов и гостей города. Мне казалось, что это хороший формат: квартиры можно сдавать посуточно, получать доход и постепенно наращивать опыт.

Так я вошел в реальный гостиничный бизнес, хотя тогда еще называл это посуточной арендой. Но по сути это уже был мини-отель, просто разбросанный по квартирам. У тебя есть гости, заезды, выезды, уборка, белье, ключи, сообщения, звонки, жалобы, благодарности и постоянная необходимость быть на связи.

Мне очень помогала мама, Зинаида Петровна. Я занимался бронированиями, заселениями, общением с гостями, а она активно тащила уборку. Сейчас я понимаю, насколько это была важная часть. Многие начинающие собственники думают, что главное — купить объект и выставить его на площадки. Но если уборка слабая, всё остальное обнуляется.

Уборка — это не хозяйственная мелочь. Это основа доверия. Гость может не оценить идеальную таблицу доходности, не знать, сколько ты вложил в ремонт, не понимать, как сложно было согласовать заезд. Но он сразу увидит грязь. Волос в ванной, запах, плохо выглаженное белье, пыль на поверхности — и все, впечатление испорчено.

На этих квартирах я начал понимать операционку. Что нужно отвечать быстро. Что календарь должен быть синхронизирован. Что нельзя держать все в голове. Что гость, который приехал раньше, не хочет слушать объяснения, почему номер еще не готов. Что один маленький сбой может превратиться в большой стресс.

Тогда я начал использовать RealtyCalendar. Это была система синхронизации календарей, которая помогала не путаться в бронированиях. Для меня это стало первым шагом от ручного управления к системе. Я увидел, что даже на трех квартирах без порядка можно запутаться. А если объектов будет больше, память и личная внимательность уже не спасут.

Посуточная аренда стала моей школой. Я не читал толстые учебники, я учился на реальных гостях. Каждая бронь была уроком. Каждая уборка была уроком. Каждая проблема показывала, что бизнес держится не на желании заработать, а на способности каждый день выполнять обещанное.

Глава 3. Звонок Алексея Сопина

Большие повороты часто начинаются с обычного телефонного звонка.

Однажды мне позвонил Алексей Сопин. Он сказал, что в центре города продаются номера, и предложил посмотреть их вместо того, чтобы дальше заниматься только квартирами. Сейчас я очень благодарен ему за этот звонок. Если он когда-нибудь будет читать эту книгу, я хочу, чтобы он знал: благодаря этому предложению я действительно вырос в отельном бизнесе.

Тогда решение казалось спорным. Я начал советоваться с разными людьми и говорил, что есть номера по цене около 350 тысяч рублей за квадратный метр. Реакция была почти одинаковой: «Ты что, с ума сошел? Это же дорого». Люди смотрели на цену за метр и видели безумие.

Но я смотрел иначе. Да, цена за квадратный метр высокая. Но сам номер небольшой, около 12 квадратных метров. Если умножить площадь на цену, итоговая сумма выглядела уже не такой страшной. В центре Сочи маленький номер, который можно сдавать туристам, мог быть интереснее, чем большая квартира в менее сильной локации.

В инвестициях важно не только то, сколько стоит метр. Важно, что этот метр умеет зарабатывать. Маленький номер в правильном месте может работать лучше, чем объект, который красиво выглядит в разговоре, но плохо продается в реальности.

Я купил номера. Тогда я еще не понимал, что покупаю не просто недвижимость. Я покупал вход в новую модель: объект, где много собственников, где каждый владеет своим номером, но все вместе должны работать как единый отель. Это гораздо сложнее, чем сдавать квартиру. Здесь появляются общие правила, общая репутация, общие конфликты, общая управляющая компания и вопрос доверия.

Мне сказали, что управлять будет компания «Магеллан». Название мне понравилось: звучит уверенно, морская тема, путешествия, отельный контекст. Я подумал: хорошо, пусть профессионалы управляют, а я как собственник буду получать доход.

Но именно с этого ожидания начался мой главный урок. В отельном бизнесе нельзя просто отдать объект кому-то и перестать думать. Если система непрозрачная, если собственник не видит реальной картины, если управляющая компания живет отдельно от интересов людей, рано или поздно начнется конфликт.

Глава 4. «Магеллан» и двойная игра

Когда собственник не видит цифры, доверие заканчивается очень быстро.

Управляющая компания «Магеллан» долго раскачивалась. Они не могли быстро включиться в работу, и я все время ждал: когда же начнется нормальное управление, когда номера заработают, когда появится понятная загрузка. Я даже предлагал помощь: спрашивал, что нужно сделать, чтобы они быстрее запустились.

Но дальше случился момент, после которого я начал смотреть на ситуацию совсем иначе. Перед Новым годом было собрание собственников. Мы сидели, обсуждали дела, и я спросил у коммерческого директора, как у нас загрузка на праздники. Он сказал: «Отличная загрузка». И показал монитор, где была открыта программа Впovo.

На экране действительно все выглядело хорошо. Я увидел бронирования, обрадовался и подумал: наконец-то, объект работает, праздники будут нормальные. Для курортного бизнеса Новый год — важный период. Если загрузка есть, значит, деньги должны быть.

Потом я приехал домой, зашел под своим логином и паролем в собственнический доступ, который нам выдали, и увидел другую картину. Той загрузки, которую мне показывали на собрании, там не было. В этот момент внутри все стало понятно. Возникло ощущение двойной игры, как будто есть одна картинка для демонстрации и другая для собственника.

Может быть, кто-то нашел бы оправдание. Может быть, кто-то решил бы не лезть. Но я почувствовал, что нас просто водят за нос. И это было даже не только про деньги. Это было про уважение. Если собственник вложил деньги в номер, он имеет право видеть честную картину.

После этого я записал видеообращение для собственников. Сказал: ребята, давайте будем работать по-честному. Я хочу честную игру. Не потому, что я какой-то святой человек. Я пришел сюда зарабатывать деньги. Но я уверен, что честно в долгую зарабатывать выгоднее, чем мутить схемы.

Честность в бизнесе — это не красивое слово. Это управленческий инструмент. Когда собственники доверяют управляющей компании, они не дергаются каждый день, не подозревают, не воюют, не разваливают общий объект на куски. Когда доверия нет, каждый начинает защищать себя, и отель перестает быть отелем.

С этого момента для меня главным принципом стала прозрачность. Не «поверьте мне на слово», а цифры, доступы, отчеты, понятная логика. Если мы хотим управлять объектом, где у каждого номера свой собственник, честность должна быть встроена в систему, а не зависеть от настроения руководителя.

Глава 5. Как я стал управляющим

Иногда тебя выбирают не потому, что ты все умеешь, а потому что люди чувствуют: ты не будешь прятаться.

После моего обращения собственники проголосовали за меня единогласно. Так я стал управляющим отелем. С одной стороны, это был сильный момент: люди поверили, поддержали, доверили управление. С другой стороны, я прекрасно понимал, что теперь нельзя просто говорить красивые слова. Теперь нужно отвечать за результат.

Я пришел в управление не из большой гостиничной сети. Я не был человеком, который много лет руководил отелями. Я понимал посуточную аренду, квартиры, гостей, уборку, бронирования. Но управлять объектом, где 38 номеров и много собственников, — это другой уровень.

В таком объекте управляющий отвечает не только перед гостем. Он отвечает перед каждым собственником. У кого-то один номер, у кого-то два или три. У каждого свои ожидания, вопросы, страхи, представления о справедливости. Один хочет максимальную загрузку. Другой переживает за износ номера. Третий сравнивает себя с соседним номером. Четвертый спрашивает, почему в этом месяце меньше денег.

Первое, что нужно было сделать, — собрать управление в систему. Нужна была отельная программа, где видны бронирования, загрузка, продажи, каналы, отчеты. Я начал изучать разные решения: Vnovo, TravelLine, Logus и другие. После истории с «Магелланом» я уже точно знал: система должна быть прозрачной.

Мне была нужна не просто программа для обычного отеля. Мне была нужна система для объекта с множеством собственников. Один отель, но много владельцев номеров. Это тонкая модель. Если ее вести вручную или непрозрачно, конфликты неизбежны.

Тогда я еще не знал, как много времени буду тратить не только на гостей и сотрудников, но и на коммуникацию с собственниками. Управляющая компания в такой модели — это почти дипломатия. Ты должен объединять людей, объяснять решения, показывать цифры, снимать тревогу, удерживать общий курс.

Сейчас я понимаю: в тот момент я стал не просто управляющим отелем. Я стал человеком, который должен был построить доверие между десятками собственников и общей системой. И это оказалось сложнее, чем просто продать номер на ночь.

Глава 6. TravelLine и земляк из Йошкар-Олы

Иногда деловая система начинается с фразы: «Землякам скидку делаете?»

Когда я изучал отельные системы, я наткнулся на видео про TravelLine. Мужчина рассказывал, как работает продукт, как отель может управлять продажами, каналами, бронированиями. В какой-то момент я понял, что компания находится в Йошкар-Оле.

Йошкар-Ола — мой родной город. Это сразу создало человеческий интерес. Я подумал, что человек на видео, наверное, менеджер компании. Нашел его во ВКонтакте и написал почти в шутку: «Землякам скидку делаете?»

Оказалось, что я написал не менеджеру. Это был Александр Галочкин, основатель и владелец TravelLine. Так началось наше общение. Потом мы стали нормально переписываться, общаться, подружились. Он делится тем, где путешествует, я делюсь своими делами. Мы земляки, раньше не были знакомы, но через отельный бизнес и технологии у нас возникла связь.

Для меня Александр Галочкин стал важным человеком не только как основатель продукта. Он стал примером предпринимателя. Он не понтовщик. Он простой в общении, живой, спокойный, без искусственной важности. Я два раза был у него в офисе в Йошкар-Оле, и это произвело на меня большое впечатление.

У TravelLine большой офис в центре города, в здании бывшего торгового центра. Там даже эскалаторы остались. Но меня поразили не только масштаб. Меня поразила его фраза. Он говорил, что когда пришел в кабинет, там был ковер, и он сказал: «Стартапер не должен сидеть в коврах».

Я запомнил это. В этой фразе есть вся философия нормального предпринимателя. Не кабинет ради статуса, не ковер ради важности, не внешняя показуха, а продукт, команда, движение, работа.

Мы разговаривали по Zoom с Александром и менеджером Евгением. Я объяснял свою задачу: мне нужна система, где много собственников объединены в один отель, и у каждого должен быть личный кабинет. Я хотел, чтобы люди видели прозрачность, чтобы не было двойной бухгалтерии, как в истории с «Магелланом».

Они сказали, что такой продукт уже в разработке. Потом TravelLine действительно выкапывал это решение. Возможно, я был не единственным, кто просил такую функцию, но мне хочется думать, что мой запрос тоже ускорил процесс. В любом случае они услышали рынок. А для меня это стало доказательством, что сильная компания отличается тем, что слушает реальных пользователей.

Глава 7. Первый персонал

Бизнес начинается не с должностей, а с людей, которые готовы выйти прямо сейчас.

Когда я стал управляющим, одной из первых задач был персонал. Можно выбрать программу, можно говорить о прозрачности, можно обещать собственникам новую систему, но кто-то должен встречать гостей, отвечать на звонки, вести бронирования, контролировать заезды и решать ежедневные вопросы.

Одной из первых сотрудниц была Екатерина Храмцова. До этого она работала дизайнером в салоне штор. Она пришла на собеседование, мы поговорили, и я почувствовал, что человек может включиться. Она спросила, когда нужно выходить. Я сказал: «Прямо сейчас».

Так Катя начала работать. Со временем она выросла до старшего администратора. Она очень вовлеклась в деятельность, стала частью команды, и мы подружились. Конечно, мы часто спорили, ругались, могли эмоционально выяснять рабочие вопросы. Но когда люди вместе тащат живой бизнес, без трения не бывает.

На момент написания этой книги мы с Катей даже снова поругались. Но я надеюсь, что помиримся. Потому что в бизнесе важны не только процессы и деньги. Важны люди, с которыми ты прошел путь. Особенно первые люди. Они видят хаос начала, держат удары, делают ошибки вместе с тобой и помогают системе родиться.

Найм в отеле — это отдельная сложность. На собеседовании человек может говорить правильно, а на смене становится видно настоящее. Кто-то не выдерживает темпа. Кто-то теряется при конфликте. Кто-то не умеет общаться с гостем. Кто-то нормально работает, пока руководитель рядом, но расслабляется без контроля.

Мне нужны были люди, которые смогут не просто сидеть на месте, а включаться. Но я также быстро понял: нельзя ожидать от сотрудников идеальности, если у тебя нет системы. Сотрудник без правил работает как умеет. Один отвечает гостю хорошо, другой сухо, третий забывает передать информацию, четвертый делает по-своему.

Персонал нужно не только нанять. Его нужно встроить. Объяснить, что важно. Дать инструкции. Проверять. Исправлять. Обучать. И иногда прощать, если человек не подходит. В отеле слабый сотрудник быстро становится видимым для гостя и дорогим для бизнеса.

Первые сотрудники научили меня главному: руководитель не должен ждать, что люди сами догадаются, как правильно. Если ты хочешь результат, ты должен описать правила игры.

Глава 8. Я тащил все

Когда все вопросы идут в одну голову, рано или поздно эта голова перегревается.

В начале я фактически сидел как старший администратор и управляющий одновременно. Я рулил всем. Собственники писали мне. Сотрудники спрашивали меня. Гости требовали решений. Любая непонятная ситуация стекалась ко мне.

У нас было 38 номеров и около тридцати собственников. У кого-то один номер, у кого-то два или три, но вопросов хватало от каждого. Один спрашивает про деньги, другой про загрузку, третий про ремонт, четвертый про отчет, пятый сравнивает доходность. И это нормально: люди вложили деньги, они хотят понимать, что происходит.

Но параллельно вопросы задавали сотрудники. Как создать групповую бронь? Как отправить счет организации? Что ответить гостю? Что делать с ранним заездом? Куда записать оплату? Кто должен проверить уборку? В какой-то момент у меня в голове все начало гудеть.

Я просто выгорел. Организм сказал: хватит. Я заболел, слег с температурой на два дня. И у меня было ощущение, что без меня сейчас все развалится. Что отель встанет, сотрудники запутаются, собственники начнут нервничать, гости будут недовольны.

Через два дня я пришел в отель и увидел странную вещь: ничего не развалилось. Да, были вопросы. Да, что-то было неидеально. Но отель продолжал работать. И тогда до меня дошла простая мысль: если я заболел, бизнес не должен подыхать.

Это был очень важный момент. До этого я думал, что чем больше я контролирую лично, тем сильнее бизнес. На самом деле это ловушка. Если бизнес держится только на тебе, ты не владелец системы, ты ее заложник.

Руководитель должен быть важным, но не единственным элементом. Если без него не могут создать бронь, принять оплату, ответить гостю и передать смену, значит, он построил не компанию, а нервный центр, который в любой момент может отказать.

Болезнь стала для меня не только физической паузой, но и управленческим уроком. Я понял, что пора перестать быть ответом на все вопросы. Нужно сделать так, чтобы ответы жили в системе.

Глава 9. Регламенты вместо героизма

Героизм руководителя часто означает, что система еще не создана.

После истории с болезнью я начал писать регламенты. Не потому, что люблю бюрократию. Наоборот, я не хотел утонуть в постоянных повторяющихся объяснениях. Я вывел простое правило: если сотрудник спрашивает один раз, я объясняю. Если спрашивает второй раз, я пишу регламент.

Администратор спрашивает: как создать групповую бронь? Я объясняю. Вопрос повторился — появляется инструкция. Как отправить счет организации? Объясняю. Вопрос повторился — пишу регламент. Как передать смену? Как фиксировать оплату? Как действовать при жалобе? Все, что повторяется, должно быть описано.

Регламент — это не мертвый документ. Хороший регламент рождается из реальной боли. Если инструкция написана для галочки, ее никто не читает. Если она отвечает на вопрос, который мешает работать, она становится инструментом.

На меня сильно повлиял Олег Торбосов, владелец Whitewill. Когда-то мы были с ним в одной компании, потом я начал наблюдать за его деятельностью и увидел системность. Он умел мыслить процессами, правилами, повторяемостью. Я многое пересмотрел и начал внедрять у себя.

В отеле регламенты особенно важны, потому что работа сменная. Сегодня один администратор, завтра другой. Если каждый работает по-своему, гость получает разный сервис в зависимости от человека на смене. Это опасно. Отель должен быть стабильным.

Конечно, регламенты не решают все. Они не заменяют голову, характер и ответственность. Но они убирают хаос там, где хаос не нужен. Сотруднику проще работать, когда понятно, что делать. Руководителю проще контролировать, когда есть стандарт. Собственнику спокойнее, когда бизнес не зависит от случайного настроения смены.

Я понял, что сильная управляющая компания отличается от слабой не тем, что руководитель умеет быстро тушить пожары. Пожары умеют тушить многие. Сильная компания делает так, чтобы одни и те же пожары не возникали каждый день.

Регламенты стали для меня способом выйти из режима героизма. Потому что героизм красиво выглядит со стороны, но внутри он часто означает одно: система еще не работает.

Глава 10. Сопротивление изменению

Любое новое правило сначала кажется людям концом света.

Когда регламенты начали работать, мне стало легче. Но появилась другая проблема: любое внедрение встречало сопротивление. Люди привыкли работать определенным образом, и любое изменение воспринимали как угрозу.

У меня была администратор Маша. У нее была любимая фраза на все новое: «Мы все умрем. Это пипец. Мы все умрем». Я предлагаю новую таблицу — мы все умрем. Меняем порядок работы — мы все умрем. Добавляем контроль — снова мы все умрем.

Сейчас я вспоминаю это с улыбкой. Но тогда такие реакции могли раздражать. Ты пытаешься улучшить бизнес, облегчить работу, убрать повторяющиеся ошибки, а люди видят только дополнительную нагрузку.

Важно понимать: сопротивление сотрудников не всегда означает вредность. Часто это страх. Страх не справиться. Страх, что станет сложнее. Страх, что теперь будет видно ошибки. Страх потерять привычный порядок, даже если этот порядок плохой.

Руководителю нужно уметь объяснять, зачем внедряется изменение. Не просто приказывать: с завтрашнего дня делаем так. А показать: вот проблема, вот почему она повторяется, вот как новый порядок ее решает, вот что станет легче.

При этом нельзя превращаться в человека, который бесконечно уговаривает. В бизнесе есть решения, которые нужно внедрять. Сотрудники могут спорить, задавать вопросы, адаптироваться, но если система нужна, она должна заработать.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.