

И.Н. Сенченко, И.А. Кожанова, Е.С. Быкова

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ИННОВАЦИИ
В РАБОТЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ ГОСТИНИЦЫ**

г. Ростов-на-Дону
2018

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА

И.Н. Сенченко, И.А. Кожанова, Е.С. Быкова

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ИННОВАЦИИ В РАБОТЕ
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ГОСТИНИЦЫ**

Ростов-на-Дону

2018

УДК 640.4(075.8)
ББК 65.432я73
С31

Рецензенты:

Захарова Р.М.

член Национальной академии туризма, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства» ДГТУ,
директор по развитию гостиницы «Белладжио»

Карабанова И.В.

кандидат географических наук, доцент ЮРИУ - филиал РАНХиГС
преподаватель первой квалификационной категории по специальности
43.02.11 «Гостиничный сервис», РТЭК

Научный редактор

доктор социологических наук, профессор И.В. Мостовая

Сенченко И.Н., Кожанова И.А., Быкова Е.С. Современные тенденции и инновации в работе хозяйственной службы гостиницы. – Ростов-на-Дону: ДГТУ-Принт, 2018. - 112 с.

В монографии рассмотрены общие представления об инновациях, инновации в работе современного отеля, значение хозяйственной службы в деятельности гостиницы, изучены технологические инновации в работе хозяйственной службы гостиничного предприятия.

ISBN 978-5-6042240-2-1

УДК 640.4(075.8)
ББК 65.432я73
ISBN 978-5-6042240-2-1

© Сенченко, 2018
© Кожанова, 2018
© Быкова, 2018

ПРЕДИСЛОВИЕ

Когда гость приходит в отель, он ожидает приятной, гостеприимной встречи. На ресепшен его встречают красивые, улыбающиеся люди – лицо отеля. Но, когда гость поселяется в номере, его пребывание в отеле зависит, в первую очередь, от качества работы хозяйственной службы. Комфорт и качественные услуги по проживанию обеспечивают горничные, супервайзеры (или иначе: старшие горничные), хаусмены, электрики, сантехники и другие работники хозяйственной службы – одной из важнейших служб любого отеля. Цель этой службы – воспроизводство материальных условий, обеспечивающих удовлетворение базовой потребности гостей в проживании.

Комфорт, количество услуг, степень роскоши зависят от категории гостиничного предприятия. Но требования к чистоте предъявляются ко всем средствам размещения, иначе это будет оказание услуг ненадлежащего качества, а может даже опасных для жизни. Именно поэтому к гостиничным предприятиям предъявляются очень высокие санитарно-гигиенические требования. Средство размещения должно быть безукоризненно чистым, к какой бы категории оно не относилось. Обеспечить высокие санитарно-гигиенические требования поможет правильно организованная работа хозяйственной службы.

На первый взгляд, хозяйственная служба консервативна. Чистота в номере, чистые полотенца и посуда, красиво застеленная кровать – эти удобства интересовали гостей всегда, хотя представления о чистоте менялись исторически. Современный гость будет разочарован, оказавшись в средневековой гостинице, или даже отеле Нового времени. Но прогресс в области хозяйственного и сантехнического оборудования изменял в сторону ужесточения санитарно-гигиенические требования постояльцев и общества в целом. И этот прогресс не заканчивается

изобретением ватерклозета. Современные инновации – это путь развития гостиничного сервиса, тем более, что мы вступили в эру кардинальных и быстрых технических изменений. Самодвижущаяся мебель на парковочном модуле системы Нисан или роботы-пылесосы уже никого не удивляют. Появляются новые интересные технические идеи, позволяющие усилить клиентоориентированность гостиничного сервиса. В ряде отелей испытываются уникальные технологии. И если испытания пройдут успешно, уже нельзя будет сказать, что это технологии завтрашнего дня. В эпоху быстрых и кардинальных изменений всегда будут появляться новые организационные формы и технологии.

Внедрение инновационных технологий в организацию и ведение бизнеса не является исключительной особенностью индустрии гостеприимства. Исследователи отмечают динамику инновационной активности сферы услуг в целом, рост наукоемкости оказываемых услуг и делают выводы об изменении базисной основы экономического роста, о переносе источников экономического роста с технологических инноваций в промышленности в сферу сервиса¹. Эти выводы усиливают актуальность исследования инновационных тенденций отельного бизнеса в целом и организации хаускипинга в частности.

Внедрение инноваций в гостиничную деятельность предполагает кардинальную трансформацию, качественные изменения в процессах оказания гостиничных услуг – в этом суть инноваций. В то же время эти изменения не должны подрывать философию гостеприимства и гостиничные технологии, составляющие основу эффективного функционирования отеля. Поэтому, разрабатывая инновации, или принимая решение о внедрении каких-либо новейших технологий, необходимо видеть источники инноваций, понимать требования

¹ Зайченко С.А. Развитие инноваций в сфере услуг // Форсайт. 2007. №1.

инновационного развития отрасли и мира в целом. Например, появление новых гостей, чьи потребности и желания сформированы новой технологической реальностью, производит изменение в процессах оказания гостиничных услуг. Для этих гостей общение с «живым» портье или консьержем не является ни признаком особой респектабельности, ни какой-либо ценностью. А время – бесценный ресурс, гаджеты – жизненно необходимый инструмент. Поиск технологий взаимодействия с таким гостем привел к внедрению инновационных систем коммуникации «отель – гость». С другой стороны, инновации, перешедшие в область рутинного процесса в одних странах, могут восприниматься в других весьма революционными. А некоторые инновации, революционность которых не очевидна, требуют кардинальной перестройки менталитета работников и работодателей, т.е. вопросов и проблем очень много. В данной работе мы рассмотрим общие представления об инновациях, изучим инновации в работе современного отеля, рассмотрим роль и функции хозяйственной службы в деятельности гостиницы, подробно изучим технологические инновации в работе хозяйственной службы гостиничного предприятия.

Раздел 1

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЦАХ

1.1. Понятие и структура инноваций

Зачастую слово «инновация» ассоциируется у читателей-непрофессионалов с понятием «изобретение», понимаемое как новая техническая форма или некое интеллектуальное построение, обладающее признаками принципиальной новизны. Иногда подчеркивается макросоциальная функция инновации – быть механизмом социально-экономической трансформации общества, переводя научно-технический прогресс из ментального феномена в реальные изменения общества. Но, как социально-экономическая категория, инновация должна отражать взаимодействия людей в сфере экономики, к примеру, отношения между экономическими субъектами, «возникающие по поводу разработки (производства) новых научно-технических идей, продуктов и технологий и их использования в процессе хозяйствования с целью повышения его эффективности (результативности) или получения того или иного эффекта (результата)»².

В подобном ключе рассуждал еще в прошлом веке австрийский экономист Й. Шумпетер, объясняя ведущую роль предпринимательской деятельности в современной экономике. Именно предпринимателя называл Й. Шумпетер «основным феноменом» экономического развития, его главной движущей силой, а инновацию определял в качестве важнейшей черты, конституирующей предпринимательство. С его точки зрения, предприниматели как хозяйственные субъекты производят новые

² Халабуда Ю.Э. О сущности и содержании основных категорий теории инноваций // Вопросы экономики и права. 2011. № 1.

комбинации факторов производства, в результате которых осуществляется изготовление новых благ или улучшение благ существующих, введение новых способов производства, открытие и освоение новых рынков сбыта; освоение новых источников получения сырья; проведение реорганизации или создание новых производственных организаций³.

Со времен Шумпетера понятие инновации стало общеупотребимым в социально-экономических исследованиях и хозяйственной практике. Тем не менее, вопрос о сущности инноваций обсуждается по-прежнему активно. В.Г. Медынский приводит около тридцати различных вариантов определения понятия инновация⁴. Е.В. Печерица и М.И. Шевченко предлагают свой перечень наиболее употребляемых в научном дискурсе значений. Для иллюстрации воспроизведем результат их исследований, собранный в таблицу (см. табл. 1).

Анализ собранных определений показывает доминирование «требования новизны»: новые или улучшенные технологические процессы, новое или улучшенное оборудование, качественно улучшенные продукты и производственные процессы, новые виды продукции, новое содержание вещи, качественное отличие от предшествующего аналога, а также социально-экономические реформы. Мы уверены, что не всякое улучшение является инновацией. Чтобы стать инновацией улучшение должно приводить к качественной трансформации системы, кардинальным изменениям в осуществлении бизнес-процессов.

В целом ряде определений подчеркивается вещный, предметный характер инноваций – новые товары или оборудование.

³ Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). М., 1982. С.159,169-170.

⁴ Медынский В.Г. Инновационный менеджмент – М., 2005. С. 10-17.

Дефиниции инноваций⁵

Автор	Определение инновации
Б. Твисс	деятельность, в результате которой изобретение или идея приобретает экономическое содержание
Ф. Никсон	мероприятия, в результате которых на рынке появляются новые или улучшенные технологические процессы и оборудование
Б. Санто	процесс, превращающий идеи и изобретения в новые качественно лучшие продукты и технологии, с целью получения дополнительной прибыли
Й. Шумпетер	совокупность производственных факторов, исходящих из предпринимательской деятельности
Н. Мончев	цепь последовательных операций, проходящих через стадию научных разработок и завершающихся в промышленно-производственной сфере
Ю.П. Морозов	прибыльное использование новаций в виде новых технологий, видов продукции, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого или иного характера
А.И. Пригожин	развитие технологий, техники, управления на стадиях их зарождения, освоения, диффузии на других объектах
М. Хучек	внедрение чего-либо нового, какой-либо новой вещи, новинку, реформу
П.Н. Завлин А.К. Казанцев Л.Э. Миндели	использование в той или иной сфере общества результатов интеллектуальной (научно-технической) деятельности, направленных на совершенствование процесса деятельности или его результатов

⁵ Печерица Е.В., Шевченко М.И. Инновационные технологии в гостиничном бизнесе. Монография / Е.В. Печерица, М.И. Шевченко – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. С.5-6.

Р.А. Фатхутдинов	как конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта
В.Г. Медынский	объект, внедренный в производство в результате проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога

Другие авторы указывают на деятельный характер инноваций: система мероприятий, процесс внедрения, действия по использованию результатов, цепь последовательных операций, процесс превращения или трансформации, развитие технологий и т.д. Причем существенно то, что эта деятельность в обязательном порядке должна быть результативной, заканчиваться внедрением в производственный, технологический или бизнес-процесс некоторой разработки частного или базисного характера. В этом плане весьма логичным выглядит определение инновации как конечного результата инновационной деятельности⁶. Целый ряд исследователей подчеркивают воздействие инновации на прибыль, на извлечение экономической выгоды. Возможность воздействовать на прибыль определяет характер взаимодействия людей в инновационном процессе как экономических субъектов, мотивированных экономическими эффектами инноваций.

Проанализировав совокупность представлений о сущности инноваций, казанский исследователь Ю.Э. Халабуда сделал вывод о возможности выделения некоей обобщающей ключевой характеристики, на которой базируется тот или иной подход к пониманию сущности инноваций. Таковыми он считает характеристики: 1) изменение, 2)

⁶ Индикаторы инновационной деятельности: 2009. Статистический сборник. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009. – С. 483. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/doc_2009/nauka/ind_innov2009.pdf, (дата обращения 27.03.2012).

результат, 3) процесс, 4) прогресс⁷. С нашей точки зрения выделение одной базовой характеристики или признака любопытно в теории, но не имеет существенного значения на практике, поскольку любая инновация в той или иной степени предполагает прогрессивные изменения и результативный процесс. Не случайно в большинстве определений в той или иной форме присутствуют все указанные характеристики, или же исследователь по мере необходимости дополняет исходное определение. Так, В.Г. Медынский пишет об инновациях как внедренном в производство объекте, как результате научного исследования или открытия, а также, как комплексном процессе создания, распространения, использования новшества⁸. Е.Л. Барсукова и В.А. Сарычев сомневаются в практической необходимости концентрироваться на различии между содержанием понятий инновация как продукция и инновация как деятельность, полагая, что такое различие имеет смысл только в рафинированных академических дискуссиях, и данным различием невозможно воспользоваться конструктивно в практической деятельности предприятий⁹. Более того, они считают противопоставление инновации как процесса и инновации как результата не имеющим смысла, поскольку «лингвистически нормальным» является обозначение одним термином и процесса, и результата. Соглашаясь с этими авторами в принципе, мы полагаем, что ключевой характеристикой инновации является ее привязка к технологии. Принято считать, что технология – это совокупность способов деятельности, методов, приемов и инструментов. В широком смысле слова технология – это базовая характеристика человеческого существования и образа жизни, фундаментальная характеристика бытия.

⁷ Халабуда Ю.Э. О сущности и содержании основных категорий теории инноваций // Вопросы экономики и права 2011. № 1.

⁸ Медынский В.Г. Указ. соч. С. 5.

⁹ Барсукова Е. А., Сарычев В.А. Инновация как экономическая категория // Инновации. 2008. №2. С. 21.

А.В. Миронов утверждает, что в триаде «наука – техника – технология» первый компонент определяет перспективы развития, второй представляет собой инструмент преобразований, а третий – способ деятельности. И только будучи включенным в определенную технологию всякий технический объект приобретает социальную значимость и культурный смысл¹⁰. Развивая мысль А.В. Миронова, согласимся, что вне технологии любой инновационный объект является бессмысленным артефактом и не может восприниматься как инновационный. Инновационный объект является по сути опредмеченной технологией.

Еще одним важнейшим признаком инновации исследователи называют коммерциализацию новшеств – открытий и изобретений. Так, И.Н. Полушкина и И.Ю. Малявина, предлагают рассматривать инновации как комплексное социально-экономическое явление, включающее не только новый объект, но и систему экономических отношений и процессов по производству, распространению и коммерциализации новых потребительных ценностей¹¹. «Изобретение должно вписаться в общую структуру продукции, необходимо также найти способ применения его отдельными организациями. Именно это составляет смысл нововведения, которое таким образом, определяется способностью организаций или компаний использовать изобретение»¹².

В свою очередь нам нравится лаконизм А.Е. Яковлева и А.В. Плеханова, которые обозначили сущность инновации формулой,

¹⁰ Миронов А.В. Наука, техника и технологии техноэтический аспект // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7. Философия. 2006. №1. С. 32.

¹¹ Полушкина И.Н., Малявина И.Ю. Сущность инноваций и проблема перехода к инновационной экономике в России // Экономические науки. Вестник Нижегородского университета им. Лобачевского. 2012. №2. С.229-233.

¹² Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М., 1999. С.СXXXIII.

включающей такой компонент как достигнутая эффективность¹³:

ИННОВАЦИЯ = НОВШЕСТВО + ДОСТИГНУТАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

В рыночной модели экономики «достигнутая эффективность», в конечном счете, измеряется как рыночная эффективность, как эффективное получение прибыли в результате применения инновации. Данную формулу удачно дополняет другая:

ИННОВАЦИЯ = ВОСТРЕБУЕМОЕ НОВШЕСТВО + РЕАЛИЗУЕМАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

Авторы второй формулы Е.Л. Барсукова и В.А. Сарычев делают акцент на том, что новшество, претендующее на то, чтобы стать инновацией оцениваются рынком как необходимость, как технология, способная удовлетворять различные потребности рыночных субъектов. Можно привести огромное количество примеров, когда открытия, изобретения были сделаны намного раньше, чем общество было способно осознать потребность в них. Например, в Средние века было сделано множество открытий и изобретений, даже больше, чем в Новое время, о чем пишет английский историк Дж. Гимпел в своем исследовании истории средневековой техники. Период с IX по XIII век Дж. Гимпел именуется средневековой промышленной революцией¹⁴. Тем не менее, большинство известных изобретений представляли собой единичные

¹³ Яковлев А.Е., Плеханов А.В. Научно-технический прогресс и инновации в современной экономике: Учеб. пособие. Чебоксары: Изд-во Чуваш. Университета, 2003.

¹⁴ Gimpel J. The Medieval Machine: The Industrial Revolution of the Middle Ages. L.: Wildwood House, 1988. XX. P.237.

экземпляры или остались в записных книжках, подобных дневникам Леонардо да Винчи. И только в Новое время изобретения оказались востребованы промышленным производством, превратились в источник дохода, т.е. были коммерциализированы предпринимателями, и только тогда приобрели статус инноваций. Более свежий пример инновации, опередившей свое время, – социальная сеть SixDegrees.com. Это была полноценная социальная сеть, основанная на теории шести рукопожатий. Появилась она в 1997 году. Но поскольку Интернет в 90-е годы не имел столь широкого распространения, как теперь, основатель проекта Эндрю Вейнрейх, был вынужден его свернуть в 2001 году, объяснив провал тем, что его проект опередил время. SixDegrees.com показал возможности Интернета, но отсутствие широкой технологической базы не позволило полноценно коммерциализировать проект.

Востребованность инноваций определяется рыночной ситуацией, а оценка новой технологии как «реализуемая» опирается на инновационный потенциал фирмы или общества. Е.Л. Барсукова и В.А. Сарычев, объясняя собственную формулу инноваций, связывают их реализуемость только с наличными ресурсами, которыми располагает государство, отрасль, человек. Ими включены в ресурсный потенциал финансы, материально-техническая база и даже временные ресурсы. Данный список ресурсов далеко не полный. Необходимо добавить человеческий и организационный инновационный потенциал, т.е. готовность и способность работников и организации разрабатывать и внедрять инновации. Готовность к инновациям определяется, прежде всего, заинтересованностью субъектов в осуществлении инноваций. Согласно Ю.Д. Красовскому, инновационное пространство фирмы представлено следующими диспозициями сотрудников:

- инноваторы,
- сторонники нововведений,

- колеблющиеся по отношению к нововведениям,
- нейтраллисты,
- скептически настроенные,
- консервативно относящиеся к нововведениям¹⁵.

Обычно выделяют позиции инноваторов, равнодушных нейтралов и противников (оппозиционеров). Предлагаемая Красовским детальная проработка позиций персонала по отношению к нововведениям, полагаем, необходима для руководителей, которые наметили инновационный курс развития предприятия и опасаются столкнуться с трудностями реализации. Они ищут сотрудников, на которых можно опереться, и хотят более точного понимания позиции оппортунистов. Так, дифференциация позиций «инноваторов» и «сторонников инноваций» позволяет понять эмоциональную увлеченность инновационным проектом, конфликтность и противоречивость инноваторов. В соответствии с названием группы, инноваторы выступают инициаторами изменений. Но их инициативные предложения далеко не всегда рационально проработаны и взвешены, поэтому часто вступают в противоречие с возможностями предприятия и не всегда соответствуют стратегическим задачам. Основной силой реализации инноваций выступает группа «сторонники нововведений», позиция которых формируется на основе понимания, рационального расчета и взвешенной аргументации.

Дифференциация позиций, находящихся в континууме между сторонниками инноваций и противниками таковых, важна для формирования стратегии убеждений. Так, равнодушные «нейтраллисты» вряд ли займут активную позицию поддержки или борьбы. А вот колеблющиеся, и даже скептически настроенные способны изменить отношение, если учесть факторы сдерживания инноваций.

¹⁵ Красовский Ю.Д. Организационное поведение. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. С.406.

Условно факторы сдерживания можно сгруппировать следующим образом:

- организационные,
- финансовые,
- социальные,
- психологические,
- социокультурные.

К организационным факторам можно отнести отсутствие четких целей и неясность планов инновации, структурные деформации или косность организации, забюрократизированность организационных отношений. Финансовые издержки инновационной деятельности могут оцениваться как чрезмерные, неэффективные. Так, в работе хозяйственных служб клинеры (уборщики общественных помещений) являются самыми низкооплачиваемыми работниками. Сопоставив расходы на закупку инновационного оборудования и расходы на оплату традиционной «женщины с тряпкой», руководители зачастую выбирают отказ от инноваций и советуют «потереть загрязнение песочком», который ничего не стоит, как и руки женщины-работницы. Человеческий труд исторически стоил в нашей стране дешевле, чем внедрение механизмов. Дешевизна живого труда и соответствующие ментальные установки – это экономические и социокультурные последствия крепостного права и бесплатного труда миллионов заключенных. Кроме того, инновации в клининге не всегда укладываются в сознание патриархатно¹⁶ настроенных руководителей.

Осознание неизбежности социальных издержек и угроза влиятельным статусам также усиливает сопротивление инновациям.

¹⁶ Патриархатное сознание основано на представлении о «естественном» разделении функций в семье и обществе между мужчиной и женщиной. При этом "естественным" предназначением женщины считаются сферы материнства, воспитания детей и ведения домашнего хозяйства.

Известно, что введение эффективных технологий ведет к тому, что определенные социально-статусные позиции будут уничтожены. И если уничтожаемые новыми технологиями позиции были привлекательны, то потенциальная их потеря порождает реакцию сопротивления инновациям. Но к счастью для умных и инициативных работников, научно-технический прогресс, уничтожая одни социально-статусные позиции, формирует другие, занять которые позволяет соответствующее обучение. Таким образом, мы подходим к проблеме обучения, повышения квалификации и переподготовки как основы формирования инновационного потенциала организации.

Анализ инновационного процесса показывает необходимость учитывать типологические и видовые различия нововведений (рис.1.)

Приведенная типология достаточно распространена в научной литературе. Несмотря на ее условность и ограниченность, существует возможность ее применения в научном анализе. Сфера деятельности гостиничного предприятия – гостеприимство. Принципы гостеприимства как культурной универсалии практически неизменны, а технологии гостеприимства опираются на инструментально-технологические характеристики и процессы общества, изменения которых могут быть глубинными, кардинально меняющими гостиничную деятельность, а могут быть частичными, затрагивающими отдельные аспекты процессов гостиничного сервиса.



Рисунок 1 – Типология инноваций

Источниками инноваций в гостиничном бизнесе служат:

1. *Изменяющиеся запросы и требования клиентов.* В современном мире технологические изменения происходят быстро, существенно меняя потребности человека и общества¹⁷. Современные информационно-компьютерные технологии формируют новые средства и каналы коммуникации. Бесплатный Wi-Fi в гостинице уже не является средством привлечения клиентов, это норма, отсутствие которой воспринимается как очень большое неудобство. Расширяется применение различных

¹⁷ Либинсон А. Чего хочет ваш гость? Портрет современного клиента отеля на основе парадоксов потребительских запросов // Современный отель. 2017. №2. С.56-59.

мессенджеров как средства общения администрации отеля и гостей. Кроме функции размещения от гостиницы ожидают выполнение множества функций в рамках экономики впечатлений. Современный гостиничный бизнес очень разнообразен – гостям предлагаются капсульные отели над пропастью, подводные апартаменты, ледяные отели, экоотели на деревьях и т.д.

2. Изменение потребностей производственного процесса.

Гостиничное предприятие, как любое другое, использует технологии и оборудование: компьютерное оборудование, климатическое оборудование, оборудование залов для проведения конгрессов и конференций, оборудование для обеспечения гостей питанием и т.д. Всякое оборудование устаревает. Речь идет не только об амортизации, но и об устаревании моральном. Так, для оказания конгрессных услуг на современном уровне недостаточно только предоставить зал, стулья и проектор с экраном. Современные залы-трансформеры оборудованы системами видеоконференции, аудио/видео протоколирования мероприятия, системами синхронного перевода, камерами автоматического наведения на говорящего и т.д.

3. Изменения в структуре отрасли или рынка.

Минимальные последствия глобализация – интернационализация ведения гостиничного бизнеса, выравнивание стандартов сервиса. Современный отель, надеясь на въездной туризм, должен обеспечивать тот уровень комфорта, к которому привыкли международные туристы. И даже россияне предъявляют повышенные требования к современному гостиничному сервису в России, поскольку у них появилась возможность сравнивать, и они не готовы смириться с низким уровнем отечественного сервиса.

4. Демографические изменения.

Появляются новые категории клиентов-гостей отеля, новые категории работников. В настоящее время одной из актуальных проблем является выход на рынок труда в качестве

работников и на рынок гостиничных услуг в качестве потребителей представителей «поколения Z». Как удовлетворять новые требования гостей и учитывать особенные качества работников? Современные решения немыслимы вне технологических изменений. В отличие от поколений, которые жили в технологически стабильном мире и долго готовились к внедрению инноваций, для «поколения Z» инновации – это их жизнь.

Существенно изменяют облик гостиничного бизнеса и гостиничных технологий инновации, затрагивающие технологический базис общества. Базисные инновации производят трансформации общества, в результате которых появляются новый спрос и новые возможности его удовлетворения. Современные информационно-компьютерные технологии способствуют максимальной индивидуализации запросов. Но при этом новое поколение не готово тратить много времени на обсуждение и выявление этих запросов. И те же технологии предоставляют множество возможностей для изучения индивидуальных запросов, потребностей, и формирования на основании полученных результатов индивидуального предложения, максимально удовлетворяющего эти потребности. Изменение технологического базиса общества производит новый тип потребителей в индустрии гостеприимства – «невидимые путешественники» (*invisible travelers*), «невидимые гости» (*invisible guests*). Они заказывают билеты онлайн, такси – через приложения, проходят на посадку на основании распечатанного дома посадочного талона. Самостоятельно регистрируются в отеле, также забронированном онлайн. Этот гость максимально снижает контакты с персоналом, используя различные приложения в смартфоне. Появление таких гостей стало вызовом для гостиничного бизнеса.

1.2. Инновации в работе современной гостиницы

Современные гостиницы еще на стадии проектирования включают инновации технического характера – внедрение новых видов техники, оборудования, строительных материалов, системы энергоснабжения, вентиляции, кондиционирования. Современные гостиницы становятся все более технологичными. Это касается не только компьютерного маркетинга, систем продаж, но и инноваций, связанных с обслуживанием гостей, управления лояльностью и других операционных процессов. Автоматизация отеля с каждым годом охватывает все больше участков работы, в том числе и управление процессами хозяйственной службы. Благодаря автоматизации обеспечивается непрерывность деятельности обслуживающего персонала, снижается риск ошибки из-за человеческого фактора, усиливается контроль над персоналом предприятия, улучшается качество обслуживания, и, как следствие, увеличивается прибыль отеля.

Рынок предлагает множество программ, помогающих автоматизировать гостиницы, например, Intellect Style «Отель»; Shelter; 1С: Отель 8, Opera и др. Данные программы включают, в том числе, блоки управления процессами хозяйственной службы. Программы рассчитаны на разные по вместимости категории отелей – крупные, средние, малые. Одни программы помогают только увеличить скорость обслуживания, координировать и направлять персонал. Другие программы включают блоки учета количества моющих средств; учета и наполнения мини-баров; расчет заработной платы горничной исходя из количества совершенных уборок, возможность включать в счет гостя плату за использованные и потребленные товары и услуги. Но программами автоматизации инновации гостиничного бизнеса не заканчиваются.

Традиционные гостиницы обычно оцениваются так: прекрасная архитектура и дизайн, прочный бизнес и хорошая репутация. Клиенты

считают, что такие гостиницы надежны и комфортны. Но все больше современных людей хотят изменений. Поэтому появляются модные компьютеризированные гостиницы. У них современный дизайн интерьера и особая атмосфера. В некоторых гостиницах устанавливаются интерактивные игровые столы, на которых можно поиграть в различные игры или узнать информацию о гостинице от цифрового консьержа. Цифровые киоски или терминалы в фойе используются для регистрации и получения туристической информации, которую загружают себе на смартфон для удобства пользования.

Во многих отелях мира гостям предоставляется средство для поддержания связи, работающее удобным для них способом через WhatsApp. Обычно отельеры, желающие поддерживать прямую связь с гостями перед их приездом, во время их пребывания и даже после, используют электронную почту. Но, учитывая ориентированность многочисленных поколений на мобильную связь, их желание получать персонализированную информацию, отельеры вынуждены адаптироваться к такому поведению и предложить альтернативный метод ведения диалога внутри индустрии туризма.

Возможности WhatsApp в индустрии гостеприимства следующие:

1. Регистрация в отеле через WhatsApp.
2. Организация трансфера через WhatsApp.
3. Заказ дополнительных услуг перед заездом.
4. Заказ RoomService или получение информации от консьержа во время пребывания гостей в отеле.

Чтобы реализовать эту стратегию в рамках маркетинга или платформы управления взаимодействием с клиентами, рекомендуется поделиться с гостями контактами в WhatsApp через электронную почту. В письме гостю предложить добавить номер в список контактов и дать по мобильному телефону ссылку в WhatsApp. Можно предложить

уезжающему гостю использовать WhatsApp для прямого бронирования отеля.

Некоторые отели используют социальные сети для того, чтобы сделать обслуживание гостей намного приятнее, чем обычно. Они устанавливают доступ к соцсетям прямо в фойе.

Гостиничная сеть AccorHotels запустила приложение AccorLocal, позволяющее людям, живущим вблизи отелей Accor, получить доступ к местным услугам. Другими словами, это приложение дает возможность владельцам гостиниц предоставлять различные услуги людям, не являющимся гостями их отелей, в том числе доставку букетов и продуктов, занятия йогой или другие фитнес-продукты, прокат автомобилей. Мировая индустрия гостеприимства плавно переходит на мобильные платежи. AccorHotels планирует стать лидером в этом вопросе. Компания подписала соглашение с поставщиком платежных решений First Data. Это позволит существенно облегчить транзакции для онлайн-бронирования отелей AccorHotels. В феврале прошлого года бренд AccorHotels 'Mercure запустил BOT — новейшее решение для обмена мгновенными сообщениями в Facebook и Messenger. Удобный инструмент позволяет путешественникам детально ориентироваться в регионе просто путем геолокации.

В Будапеште по адресу 32 Nyár Street, District 7 открылся первый в Европе 4-х звездочный отель, который после всех реконструкций и внедрений информационных технологий превратился «умный отель» - KViHotel (Key Vision, от «Vision for the Future» - «Концепция будущего»)¹⁸. В этом отеле реализованы инновационные решения XXI века. Все процессы бронирования и проживания управляются гостем со смартфона. С помощью приложения TMRW все номера управляются

¹⁸ В Европе открылся первый «умный отель» - <https://www.frontdesk.ru/news/v-evrope-otkrylsya-pervyy-umnoy-otel> (Дата обращения: Март 07, 2018).

самими гостями, гости получают полный контроль над всеми процессами, услуги и сервисы управляются дистанционно с помощью мобильного приложения. Программное решение, применённое в приложении, можно использовать как в новых, так и в уже действующих отелях сети. При этом управление не требует помощи персонала и доступно для устройств на базе Android и iOS. С помощью мобильного приложения TMRW Hotels, гости без затруднения могут получить практически любой сервис: как забронировать номер подходящей категории на желаемом этаже, так и зарегистрироваться в отеле без очереди за 48 часов до прибытия. Телефон при помощи Bluetooth становится ключом от номера, а в случае позднего прибытия гостя, также и ключом от входной двери самого отеля. Приложение TMRW позволяет, среди прочего, управлять кондиционированием номера и устанавливать перед прибытием желаемую температуру с любого расстояния.

С помощью приложения TMRW Hotels можно попросить убрать номер или повесить табличку «Прошу не беспокоить». В приложении гости смогут также заказать такси и оплатить поездку. Процесс выезда из отеля также управляется со смартфона, поэтому гостям нет необходимости стоять в очереди на ресепшен, а счет за услуги приходит сразу на телефон. Оплата, которая производится с помощью банковской карты (а в скором времени будет доступна и с помощью PayPal) одновременно безопасна и комфортабельна, а счет, может быть выслан на электронную почту.

Для получения всех услуг гости могут использовать доступ к сети WiFi, покрывающей весь отель. С помощью приложения персонал становится круглосуточно доступен для гостей, которые могут обращаться со своими просьбами и пожеланиями, как с помощью текстовых сообщений, так и видеосвязи. TMRWHotels позволяет осуществлять круглосуточное виртуальное обслуживание гостей,

независимо от их местоположения. Диспетчерская служба отеля доступна как в социальных сетях, так и в мессенджерах (Facebook, Messenger, WhatsApp, Skype и т.д.), что позволяет оперативно реагировать на любые обращения гостей. Там, где этого требуют местные законы, приложение может предложить ввод персональных данных, сканов паспорта или других документов, а также электронной подписи гостя. Данная опция устанавливается самим отелем, все полученные персональные данные хранятся в защищенном формате.

Интерьер и оснащение отеля KViHotel отражает стремление к инновациям и ориентацию на активных пользователей инновационных новинок. В комнатах доминируют модные серо-желтые, а также сине-зеленые цветовые сочетания. Уникальной деталью в оформлении номеров является трехслойная стеклянная вставка с необычным освещением, создающая молодежную атмосферу. В трех комнатах на первом этаже есть террасы, выходящие во внутренний сад. С террасы отеля хорошо видно панно, украшающее стену внутреннего дворика. Это не просто рисунок, а картина, содержащая в себе цифровую команду: при направлении на нее камеры смартфона и приложения LARAAR, настенная живопись «оживает», а видео обучает работе с приложением TMRW Hotels. Каждый номер оборудован Smart-телевизором, который помимо обычных телеканалов, позволяет слушать любимую музыку или смотреть видео, фильмы или сериалы, подобранные в соответствии с предпочтениями гостей. Благодаря инновационным решениям TMRW, «умный отель» предоставляет больше услуг лучшего качества по сравнению с отелями аналогичного класса. При этом для эффективной работы требуется меньшее количество персонала (в штате отеля работает максимум 15 человек). Широкое использование цифровых технологий позволяет отелю свести практически к нулю использование бумажных носителей.

Технологии «умного отеля» пока что являются обозначением перспективы, а не описанием общей ситуации. В одном из японских отелей в городе Йокогама ввели инновацию – гостевые самопаркующиеся тапки ProPILOT Park Ryokan, работа которых основана на технологиях Nissan. Тапочки для гостей отеля снабжены специальными автомобильными системами и автоматически "припарковываются" у входа в номер по нажатию кнопки. Так же просто можно отправить на свои места низкие столики и подушки для сидения. Цель компании Nissan – повышение осведомленности людей об автоматизированных технологиях вождения. Руководитель пресс-службы Nissan Ник Максфелд также выразил надежду, что помимо восторгов гостей от столь неожиданной автоматизации, функция парковки тапок в одном месте облегчит горничным выполнение своих обязанностей. Полагаем, что труд горничной облегчается незначительно, но число желающих поселиться в отеле, чтобы развлечься зрелищем «вполне самостоятельных тапок» возросло существенно. Хотя возможно, Nissan представил тенденцию оснащения номеров будущего.

Современные инновационные разработки, внедренные в работу хозяйственной службы, обеспечивают повышение качества уборки и снижение затрат на расходные материалы персонал. Кроме технологических инноваций, отельный бизнес затрагивает и социальные изменения. Одно из важнейших изменений в социуме – социальная активность лиц с ограниченными возможностями. Многие из тех, кого мы относим к категории людей с ограниченными возможностями, осваивают новые профессии, могут и хотят путешествовать. Около половины инвалидов с ограниченными возможностями передвижения, использующих для передвижения коляски, – это молодые люди в возрасте до 40 лет.

Для того чтобы лица с ограниченными возможностями могли

реализовать себя, необходимо создание безбарьерной среды. В 2012 году Россия ратифицировала Конвенцию ООН о правах инвалидов и за 6 лет основательно переработала законодательство, затрагивающее права инвалидов. Существенно изменено и дополнено законодательство, затрагивающее права инвалидов в важных сферах жизнедеятельности – в образовании, культуре, на транспорте, в спорте, а также в сфере трудовой занятости инвалидов. Изменения в духе Конвенции внесены более чем в 40 федеральных и 750 региональных законов, в 2,5 тыс. административных регламентов предоставления государственных услуг.

Создана новая система показателей статистической отчетности, позволяющая оценивать выполнение наиболее важных для инвалидов норм Конвенции. Общее количество показателей, по которым ведётся мониторинг выполнения Конвенции, включает 248 параметров. По государственной программе «Доступная среда» при участии общественных организаций инвалидов идёт приспособление наиболее востребованных инвалидами и маломобильными группами населения объектов в сферах здравоохранения, социальной защиты, спорта и физической культуры, информации и связи, культуры, на транспорте, в образовании. За 6 лет оборудовано более 18 тыс. приоритетных объектов, что составляет 51,3% от общего количества приоритетных для инвалидов и других маломобильных групп населения объектов. С 2016 года начата реализация практических действий и в негосударственном секторе экономики.

Подсчитано, что 11 % всех туристических поездок в Европе и 7% - во всем мире совершают путешественники с особыми потребностями, чаще всего в компании членов семьи или друзей¹⁹.

¹⁹ Радыгина Е.Г. Создание безбарьерной среды в средствах размещения для гостей с ограниченными возможностями // Концепт. - 2014. - № 05 (май). - URL: <http://e-koncept.ru/2014/14120.htm>

Создание безбарьерной среды требует комплексного подхода. Гораздо эффективнее решать эти вопросы на стадии проектирования и строительства. Для инвалидов-колясочников производится установка электрических подъемных устройств, входные группы и дворовые территории должны быть оборудованы пандусами, поручнями и откидными площадками. Для инвалидов по зрению проводится обязательная контрастная окраска, покрытие контрастными, рельефными, противоскользящими материалами первой и последней ступеней лестничных маршей. Наиболее показателен пример отеля «Mar y sol», остров Тенерифе (Испания), где создана комфортная среда для инвалидов, предполагающая наличие полностью адаптированных зон для инвалидов, пандусов и даже специальных спусков в бассейн, подъемников для перемещения в воду, предоставление кресел качалок с электроподачей.

В изменении отношения предприятий гостеприимства к маломобильным гражданам и лицам с ограниченными возможностями проявляется клиенториентированные технологии гостиничного сервиса. Например, в демократическом сегменте произошло кардинальное изменение отношения к путешествию с домашними животными. Представители высшего общества путешествовали со своими животными всегда. Богатые и эксцентричные брали с собой не только собак и кошек, но и более крупных зверей. В советское время общее правило запрещало вселение в отель с животными. Судя по опросам ВЦИОМ, домашние животные есть у 60% россиян. Но как говорится, без кота и жизнь не та даже в отпуске. И некоторые из гостей хотят поселиться со своим мохнатым другом. Эксперты сервиса путешествий OneTwoTrip проанализировали правила 5 тысяч гостиниц в 30 городах России. Оказалось, что более трети отелей (34%) готовы принять гостей с животными. Добрее всего к животным отели в Ярославле, на Золотом кольце. А строже всего к туристам, которые берут с собой питомцев,

гостиницы Владивостока (таблица 2). Причем у каждого отеля свои правила: ограничения по размеру и весу животного, за него могут брать дополнительную плату или ввести депозит за возможные повреждения номера²⁰. Тем не менее, любители животных могут не беспокоиться за своих питомцев, отели поворачиваются к ним лицом и готовы помочь, хотя и ожидают ответного внимания. Например, заранее предупредить администрацию о том, что вы приедете с котом, собакой и т. д. Перед поездкой предстоит чипировать питомца и собрать документы: справку о прививках от ветеринара и паспорт. А еще лучше, хозяин должен определиться до начала путешествия, можно ли животному путешествовать, перенесет ли он дорогу. И если животное слишком маленькое или старое, если у него проблемы со здоровьем (не инфекционного характера), то лучше не рисковать.

Таблица 2

Готовность российских отелей принять гостей с животными²¹

Город	готовы принять, в % от общего числа гостиниц города
Ярославль	59
Волгоград	50
Красноярск	48
Челябинск	46
Уфа	43
Нижний Новгород	42
Воронеж	41
Пермь	41
Краснодар	39
Иркутск	39
Томск	20
Кемерово	20

²⁰ <https://www.kuban.kp.ru/daily/26828/3869156/>

²¹ Там же.

Махачкала	20
Ижевск	19
Владивосток	15

Из зарубежных отелей наиболее дружелюбна по отношению к животным гостиничная сеть Kimpton. На сайте компании говорится, что в каждом из отелей сети Kimpton ждут гостей с любыми членами семьи – пушистыми, пернатыми или покрытыми чешуей – независимо от их размера или веса. И ни за кого из них не придется платить дополнительно. Главное, чтобы животное вошло в дверной проем. Четырехзвездочный отель KimptonPalomarPhiladelphia совместно с местным приютом для бездомных животных SavedMe запустил программу PalomarPetPals, с целью помочь собакам найти хозяев, а гостям отеля – расслабиться и снять стресс. Кроме того, по будним дням после обеда, одного из участников программы PetPals гости всегда могут встретить в лобби отеля. Как только собака находит себе хозяина, ее место занимает следующая. В дополнение к необычному, но востребованному сервису, KimptonPalomarPhiladelphia предлагает ряд дополнительных услуг для гостей, путешествующих со своими домашними животными. Например, специальную посуду для животных, заказ еды и воды в номер, карту с лучшими пешеходными маршрутами и парками для прогулок с животными, услуги по уходу и другие сервисы для домашних питомцев²².

Клиенториентированность сервиса проявляется в диверсификации услуг различным категориям гостей, в первую очередь, в соответствии с целями поездки. Из данных видно, первой по значимости выступает такая цель как отдых. Но второй целью является бизнес-туризм, деловые и профессиональные поездки. На бизнес-туризм приходится порядка одной трети всех гостей по целям поездки – 29,5%. Доля медицинского туризма

²² <http://prohotelia.com/2017/04/palomar-pet-pals/>

(лечебно-оздоровительные цели) опережает цели образования и профподготовки. Следует отметить рост деловых поездок в стране и, соответственно, рост числа гостей, останавливающихся в отеле с деловыми нуждами²³.

Для деловых путешественников существует множество новейших технологий, касающихся организации бизнес-обслуживания, конференц-обслуживания. Но остаются значимыми вопросы эргономики рабочего места в номере – стол, стул должны позволять без напряжения расположиться для работы в течение 1,5 – 2 часов. Даже обычное оснащение номера розетками является свидетельством клиенториентированности гостиничного менеджмента. Если розетки находятся на уровне пола под столом или их недостаточно, то отношение к бизнес-постояльцам очевидно невнимательное. Не нужно заставлять гостя лезть под стол для того, чтобы подключить ноутбук. Количество розеток должно быть не менее трех, желательно четыре – для подключения телефона, компьютера, плеера, электронной книги и т.д. Выключатель лампы настольного освещения должен располагаться в зоне доступности и не находиться ниже уровня столешницы, как и розетки.

А вот отель KimptonPalomarPhiladelphia для деловых людей придумал удивительный сервис. Бизнес-группы и деловые путешественники, которые проводят встречи и мероприятия в отеле, за сумму 100 долларов могут поиграть с лохматыми питомцами, в основном собаками, в перерывах во время переговоров, семинаров или конференций. Но это не коммерческая программа. Гости знают, что деньги передаются непосредственно в приют для животных.

Итак, очевидны изменения в гостиничной сфере под воздействием социальных и технологических инноваций. Инновации отражают

²³ Там же.

клиенториентированность современного гостиничного бизнеса. Проанализировав технологические инновации, мы установили, что часть из них носит имиджевый характер, часть – непосредственно практический. Инновации имиджевого характера не приносят деньги немедленно, но, создавая образ, работают на привлечение клиентов определенных социальных групп. Инновации практического характера направлены на сокращение расходов и повышения качества обслуживания. Современные инновационные разработки, внедренные в работу хозяйственной службы, обеспечивают повышение качества уборки и снижение затрат на расходные материалы и персонал. Но в этом случае персонал должен быть обучен, владеть стандартами обслуживания на основе новейших технологий.

Раздел 2

ИННОВАЦИИ В РАБОТЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ – ФАКТОР КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1. Значение хозяйственной службы для успешного функционирования гостиницы

Перспективность туризма в мировой экономике оценивается довольно высоко всеми известными экспертами и подтверждается данными статистики. Так, по сравнению с 1950 г., в котором доходы от туризма составляли 2 млрд. долларов, этот показатель вырос в 2014 г. до 1,5 трлн. Даже если учесть мировую инфляцию рост доходов грандиозный. Мировой турпоток в 2015 г. составил 1,18 млрд туристов. В настоящее время доля туризма в мировой торговле услугами составляет более 30%, что обеспечивает 10% от мировой экономики²⁴. Рост числа туристов и готовность туристов тратить средства на развлечения и качественное обслуживание привлекает инвесторов, что объясняет рост инвестиций в туристическую отрасль и сферу гостеприимства. По данным журнала «Эксперт» ежегодный рост инвестиций в сектор составляет около 35%.

Рост туристической отрасли и предприятий гостеприимства представляет собой не только мировую тенденцию, но и факт российской экономики. Благодаря своему природному и историко-культурному потенциалу Россия имеет возможность стать одним из наиболее посещаемых регионов мира. Слабость инфраструктуры гостеприимства, недостатки гостиничного сервиса могут стать препятствием в

²⁴ Эксперт. 2016. №17-18. С.39.

претенциозных планах. Тем не менее, индустрия гостеприимства в Российской Федерации растет постоянно и довольно высокими темпами. По данным Росстата за последние 15 лет в нашей стране выросла более чем в два раза численность официально зарегистрированных средств размещения.

С ростом численности гостиниц коррелирует с численность номерного фонда и рост численности человек, разместившихся в коллективных средствах размещения. Хотя, по мнению экспертов сайта «Hotelier.pro», рост численности отелей и номеров является показателем выхода отельеров из «тени», а не результатом строительства новых отелей²⁵. Думаем, что включение гостиничных операторов в официальную экономику само по себе является достижением. В приведенных данных не отражены отели, открытые к Чемпионату мира по футболу 2018 года. И даже краткий обзор профессиональных сайтов показывает сообщения об открытии сетевых и независимых отелей в различных регионах России.

Открытие гостиниц и численный рост номеров не означает автоматического роста удовлетворенности гостей уровнем развития гостиничного сервиса. В Ассоциации туроператоров России на основе изучения отзывов путешественников сформулировали главные претензии к отечественным отелям и санаториям по итогам сезона отпусков. В численном выражении недовольство высказывают только 25% от оставивших отзывы. Понятно, что не все обиженные сообщают о себе, да и хвалебные отзывы не всегда пишут гости отеля. Поэтому показатель нельзя считать репрезентативным однозначно. Но качественный обзор негативных отзывов весьма интересен. Результаты анализа мы представили в таблице 3.

²⁵ <http://hotelier.pro/tourizm/item/1842-rosstat>

Таблица 3

Рейтинг жалоб гостей на сервис в отелях²⁶

Место рейтинга	Содержание претензии гостей к отелю	Число жалоб от общего числа негативных отзывов
1	Грязно, неопрятно, гостиница старая, номерам давно нужен ремонт, жалобы на тараканов и клопов, старое и рваное постельное белье и т. д.	17%
2	Персонал грубый, неприветливый и неулыбчивый, хамят, явно не рады туристам, на вопросы и жалобы лишь ухмыляются	15%
3	Плохая, невкусная, скудная еда	9%
4	Не работающие кондиционеры, души, туалеты, телевизоры в номерах	8%
5	Плохо убирают в номерах (не выносят мусор, не меняют полотенца, не обновляют мыло или туалетную бумагу, горничная вообще не приходит)	8%
6	Цена не соответствует качеству	6%
7	Фото или описание гостиницы на сайте не соответствуют действительности	6%
8	Плохая анимация	5%
9	Скрытые доплаты за проживание или услуги	4%
10	Со времен СССР ничего не изменилось в лучшую сторону	4%
11	Проблемы с трансфером из аэропорта(обещали прислать машину, а не прислали, или пришлось долго ждать водителя и т. п.)	4%
12	Шумно, никакой звукоизоляции	4%
13	Интернета нет, он не работает или работает плохо	3%
14	Категория отеля явно хуже, чем обещано (не тянет он на свои 4 звезды!)	2%
15	Поселили в номер, который меньше и хуже, чем был забронирован	2%
16	Сотрудникам интересно только получить деньги за дополнительные услуги, а потом они теряют всякий интерес к гостям	2%
17	Воровство	1%

²⁶ Составлено на основе - <https://www.kuban.kp.ru/daily/26487.7/3356496>

Как видно из приведенных данных ряд претензий касается маркетинговой стратегии отеля (приукрашивают фото на сайте, чтобы привлечь клиентов). Есть претензии к службе приема размещения или к поведению персонала. Но основные претензии касаются работы горничных и хозяйственной службы в целом: грязно, неопрятно, гостиница старая, номерам давно нужен ремонт тараканы в номерах, клопы в постелях, старое и рваное постельное белье, плохо убирают в номерах, не выносят мусор, не меняют полотенца, не обновляют мыло или туалетную бумагу, горничная вообще не приходит и т.д.

Интересно, что подобные опросы в других странах мира показывают тот же результат. В 2011 году, немецкий портал онлайн-бронирования отелей Holidaycheck.de, составил рейтинг самых распространенных претензий отпускников к гостиницам. Согласно результатам исследования, первое место, с большим отрывом, в этом «хит-параде» заняла недостаточная чистота в номере гостиницы. Именно отсутствие чистоты, большинство гостей считают более важным недостатком, чем невкусная еда и неприветливый персонал. В упомянутом опросе участвовали 590 тыс. немцев, селившихся в отелях по всему миру. Параллельно в США был проведен опрос, какие факторы отрицательно влияют на желание посетить какой-либо ресторан повторно. Может кому-то покажется странным, но самым важным фактором оказалась не плохой дизайн помещения, невнимательные официанты или невкусные блюда, а грязная посуда. То есть, если посетитель увидит грязную вилку, он не придет в данный ресторан еще раз. А ведь во всем мире сфера обслуживания живет именно за счет постоянных клиентов²⁷.

Еще одно исследование провел портал онлайн бронирования отелей hotel.info. Цель – информировать путешественников, в каком отеле

²⁷ Дударь Т. Чистый отель – прихоть или необходимость – URL: <http://prohotelia.com/2012/01/cleanliness-and-higiene/>

действительно чисто, а в каком лучше не останавливаться. Исследование основывалось на отзывах более двух миллионов путешественников со всего мира. Методология исследования следующая: гости, забронировавшие отель через портал hotel.info оставляли оценку о месте своего проживания по шкале от 0 до 10 баллов. Помимо таких критериев, как комфорт номера и соотношение цена-качество, они оценивали дружелюбие и компетентность персонала, а также чистоту номеров. Если оценка была спорной, то решающим фактором становилась третья цифра после запятой. Результаты исследования для наглядности мы представили в таблице 4.

Таблица 4

**Рейтинг стран с самыми низкими баллами
по чистоте в отелях²⁸**

Позиция	Страна	Оценка (Лучший результат: 10,0)
1.	Дания	7,73
2.	Норвегия	7,92
3.	Великобритания	7.95
4.	Нидерланды	7,96
5.	Бельгия	7,97
6.	Франция	7,98
7.	Греция	8.17
8.	Турция	8.18
9.	Швеция	8.26
10.	Венгрия	8.35

Оказалось, что чистота гостиничных номеров не всегда соответствует репутации некоторых стран.

²⁸ В каких странах самые чистые и самые грязные гостиничные номера? - <http://prohotelia.com/2015/08/cleanliness-in-european-hotels/>

Самые высокие оценки за чистоту получили отели, которые находятся не в самых богатых странах Европы – Словакии и Болгарии. Отели Словакии набрали 8,75 баллов и стали лучшими в Европе. На втором месте, по мнению путешественников, находится Болгария с оценкой в 8,70 баллов. Тройку самых чистых отелей Европы занимают швейцарские отели. Путешественники подняли гостиничные номера Швейцарии на третье место в Европе, отдав им 8,66 баллов (таблица 5).

Таблица 5

**Рейтинг стран с самыми высокими баллами
по чистоте в отелях²⁹**

Позиция	Страна	Оценка (Лучший результат: 10,0)
1.	Словакия	8.75
2.	Болгария	8.70
3.	Швейцария	8.66
4.	Польша	8.65
5.	Австрия	8.60
6.	Хорватия	8.54
7.	Германия	8.53
8.	Португалия	8.53
9.	Чехия	8.52
10.	Румыния	8.52

Высокое место в рейтинге – отличная новость для швейцарских отелей, пострадавших из-за повышения стоимости франка, которое привело к значительному падению загрузки номерного фонда в начале года. В связи с тем, что путешественникам, отправляющимся в Альпы

²⁹ Там же.

теперь нужно платить за проживание на 20% больше из-за подорожания франка по отношению к евро, отельеры пытаются привлечь постояльцев более разнообразными и качественными услугами. Германия также поднялась на несколько пунктов и остановилась на седьмом месте, набрав 8,53 балла, следуя сразу за Хорватией (8,54) и Португалией с таким же количеством баллов (8,53). Скандинавским отелям предстоит работать над чистотой гостиничных номеров. Похоже, что в скандинавских странах отели придерживаются политики «невмешательства». Особенно это заметно в Дании, где постояльцы отелей высказали свое недовольство относительно низкого уровня чистоты в своих номерах, что в итоге принесло датским отелям лишь 7,73 балла. Норвежские отели показали себя несколько лучше, набрав 7,92 балла, но они все равно расположились в конце списка европейских отелей.

Значение подобных рейтингов велико. Эксперты порталов бронирования, проводящие подобные исследования и публикующие результаты, советуют потенциальным гостям отелей перед осуществлением бронирования посмотреть на отзывы и оценки отеля, оставленные предыдущими постояльцами, чтобы потом не разочароваться в своем выборе.

Но вернемся к отрицательным отзывам из России. Количество отрицательных отзывов позволяет предположить, что именно горничные работают в отеле хуже всех. Но это не так. Просто гости отелей чувствительны к недостаткам в работе хозяйственной службы, более чем к проблемам других служб отеля.

Но в тех случаях, когда в отеле объективно грязно, эксперты называют следующие причины:

1. Руководство отеля не считает нужным уделять вопросам чистоты и гигиены должного внимания. Может быть, не видит прямой взаимосвязи с ростом (или падением) посещаемости своего заведения и

решением вопросов чистоты.

2. Отсутствие квалифицированного персонала хозяйственной службы.

3. Руководство не знает, как лучше решить ту или иную проблему, связанную с чистотой заведения³⁰.

Первая причина, возможно, имеет место в отдельных случаях. Но представить себе отель или другой объект индустрии гостеприимства, не заботящийся о том, чтобы их посетителям было комфортно и уютно, очень трудно. Скорее всего, в гостиничный бизнес пришли инициативные непрофессионалы, которые не знают, что наведение и поддержание чистоты – это особая сфера деятельности, требующая определенных знаний, умений и хорошего оснащения уборочным инвентарем, моющими средствами и оборудованием. Зачастую непрофессионалам кажется, что уборка в отеле ничем не отличается от любой другой уборки дома. Они полагают, что можно нанять женщину, дать ей тряпку-швабру и поручить уборку номеров, потому что все женщины умеют делать это. А еще бывают прижимистые владельцы, которые уверены, что человеческий труд дешевле техники и расходных материалов, поэтому на покупке уборочной техники можно сэкономить. Одна из работниц ресторана отеля рассказывала, что ей пришлось на прежней работе столкнуться с очень скупыми хозяевами пекарни, советовавшими ей для очистки нагара на сковородах и кастрюлях воспользоваться песочком, взяв его из кучи строительного песка во дворе. Трудно сказать, знала ли хозяйка о существовании клининговых компаний, которые используют профессиональные средства для чистки металлической посуды, и которые берегут силы и время работника. Не желая заботиться об организации труда, руководство отелей неизбежно сталкивается с текучкой кадров

³⁰ Дударь Т. Чистый отель – прихоть или необходимость – URL: <http://prohotelia.com/2012/01/cleanliness-and-higiene/>

хозяйственных служб. Работа хозяйственной службы отеля зависит от правильной организации и технологического процесса.

Обслуживание номерного фонда, обеспечение чистоты, создание комфорта – важнейшая функция Housekeeping Department, или административно-хозяйственной службы отеля. Структура службы соответствует функциям и может меняться в зависимости от широты задач.

И хотя правильно спроектированная организационная структура сама по себе не является достаточным условием для успешной деятельности гостиницы, ее отсутствие делает невозможной организацию эффективной работы всего предприятия независимо от уровня квалификации и компетентности менеджеров и персонала. Поскольку организационная структура управления обеспечивает гостиничное предприятие соответствующей базой для планирования, организации, выполнения и контроля работы персонала, типовую или примерную структуру необходимо адаптировать к особенностям конкретного гостиничного предприятия.

Порядок работы хозяйственной службы определяется регламентами соответствующих процессов, которые можно обозначить как «организация обслуживания гостей на этажах».

Цель процесса – содержание помещений гостиницы в соответствии с требованиями по санитарному содержанию, предоставление гостям комплекса платных и бесплатных услуг, обеспечение культуры поведения и делового общения персонала гостиницы.

Период процесса – ежедневно.

Ответственный за процесс – руководитель службы, менеджер гостиничного фонда.

Ресурсы: трудовые – горничные, уборщики, сантехники, электрики и др., моющих и чистящий инвентарь, моющие и чистящие средства.

Регламентирующие документы:

- Федеральный закон «О защите прав потребителей»;
- Федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»;
- Правила предоставления гостиничных услуг, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 09.10.2015;
- ГОСТ Р 50646-94 Услуги населению. Термины и определения и др.

Подпроцессы: подготовка горничных к работе, подготовка номеров к заселению, организация уборочных работ, ежедневная текущая уборка номеров, экспресс-уборка номеров, уборка помещений общего пользования, генеральная уборка номеров.

Регламент в отношении гостиничного обслуживания понимается как порядок действий, обеспечивающий исполнение определенных бизнес-процессов, в данном случае мы говорим о регламенте уборочных работ в гостиничных номерах и помещениях общего пользования. Собственно говоря, регламент – это технологическое описание процесса, основа разработки стандартов организации и стандартов обслуживания. Понятие «стандарт» трактуется как типовой вид, образец, которому должно удовлетворять что-либо по своим признакам, свойствам, качествам. Отель разрабатывает и утверждает собственные стандарты — установленные отелем требования, предъявляемые к продукту и услугам. Оформляются стандарты в виде отдельного документа. Для сотрудника руководством к действию является такой документ как должностная инструкция. Это юридический документ, в котором описаны условия работы, права и обязанности сотрудника. Должностная инструкция – это юридический документ, конкретизация отношений работодателя и сотрудника, дополнение и пояснение договорного оформления трудовых отношений. Разрабатывается на основе профессиональных стандартов,

документа, утверждаемого Минтруда. Профстандарты Минтруда – это характеристика квалификации, необходимой для осуществления определенного вида профессиональной деятельности, в том числе выполнения определенной трудовой функции. Должностная инструкция описывает позицию в штатном расписании довольно обобщенно, а стандарты организации – это максимально конкретное описание того, что сотрудник должен знать и делать в определенной ситуации³¹.

Если регламенты, профстандарты и должностные инструкции являются, типовыми документами, то стандарты организации и стандарты обслуживания – это «живые» (т.е. изменяющиеся в изменяющихся условиях), так сказать «именные» документы, т.е. отражающие особенности обслуживания гостей в конкретном отеле и фиксирующие изменения жизненных ситуаций в процессе обслуживания. Трудно заранее предусмотреть все, что может случиться в отеле. Но если руководство «собирает» проблемные ситуации, обсуждает с коллективом и специалистами варианты их решения, а затем воплощает в положения стандарта, то в отеле создается постоянно действующий механизм совершенствования обслуживания.

2.2. Технологические инновации в работе хозяйственной службы гостиницы

Современные отели сегодня – «это комплекс разнообразных помещений с различными гигиеническими и режимными требованиями, и их уборку можно условно разделить на два вида: уборка помещений

³¹ Могильный М.П., Башкатова Н.П., Баласаян А.Ю. Стандарт организации (предприятия общественного питания) – М.: ДеЛи Принт, 2009

индивидуального пользования и общего пользования»³². Высокие стандарты чистоты способны обеспечить только профессионалы, имеющие в своем распоряжении современное оборудование, инвентарь и химические средства. Но работник хозяйственной службы должен хорошо и умело разбираться в широком предложении этих средств и оборудования на современном рынке. Уборка и поддержание чистоты в помещениях гостиничных предприятий – это весьма непростая задача, т.к. приходится координировать большое количество различных процессов, связанных с уборкой, защитой и уходом. Чистота гостиничного номера – первое, на что обращает внимание постоялец. Любой человек понимает, что до него кто-то здесь уже жил, но ничто в обстановке не должно об этом свидетельствовать, иначе репутация отеля будет безнадежно испорчена.

Работники гостиниц прилагают много усилий к тому, чтобы сделать процесс уборки максимально качественным, быстрым и экономичным, поэтому в своей работе используют разнообразные профессиональные моющие и чистящие средства. Внедрение современных инновационных материалов, инструментариев и технологий в работу хозяйственной службы приводит к повышению качества содержания гостиницы с одновременным снижением затрат. Российский рынок профессиональных моющих средств сегодня находится в стадии формирования. Нами изучено не только предложение различных компаний, но и мнение работников хозяйственных служб, использующих продукцию для профессионального клининга.

Несмотря на то, что сегодня в России есть ряд компаний, которые предлагают профессиональные решения, значительная часть отелей, к сожалению, до сих пор пользуются обычными бытовыми средствами.

³² Гостиничный сервис. – URL: <http://knowledge.allbest.ru>

Поскольку ассортимент предлагаемых профессиональных продуктов для работы хозяйственной службы очень разнообразен, необходимо уметь понимать тонкости выбора подходящих средств, чтобы они не превратились во врагов. Уборка отелей и предприятий питания требует специального подхода и профессиональных знаний. Мировая химическая индустрия предлагает большое разнообразие продукции для поддержания чистоты и гигиены объектов индустрии гостеприимства.

Профессиональная уборка – это отдельная отрасль для гостиниц, ресторанов и кафе, со своими стандартами и требованиями к применяемой химии. Как правило, основное требование – это способность создавать барьер для распространения бактерий, предотвращать накопление аллергенов, а также защитить поверхности от активного изнашивания, продлевать срок использования отделочных материалов.

Как показывают исследования, 90% пыли в помещении составляют органические остатки жизнедеятельности человека, в том числе омертвевшие частички кожи и волос³³. Удаление пыли с помощью влажной уборки и пылесоса не даёт 100-процентного результата. Поры поверхностей даже после уборки по-прежнему заполнены органическими отходами и являются «кормовой базой» для патогенных бактерий и пылевых клещей. В отелях наиболее подвержены загрязнению такие безобидные предметы, как телевизионный пульт, кнопки лифтов, дверные ручки, детские стулья в ресторане. На этих поверхностях было обнаружено больше всего микробов. Результаты исследования, проведенного по заказу Университета Аризоны в 2010 г., показали, что на поверхностях кнопок лифта примерно в 40 раз больше болезнетворных

³³ Химия и жизнь. Журнал «Пять звезд. Гостиничный бизнес». №01-02, Январь-Февраль 2013. – URL: <http://5stars-mag.ru>

бактерий, чем на стульчаках общественных уборных³⁴. Причина проста: десятки людей прикасаются к кнопкам немытыми руками, а средства, которыми протирают кабины лифтов, менее бактерицидные, чем используемые для чистки туалетов. Не все эти зоны и предметы можно подвергать частой влажной уборке. Лучший способ защиты – применение специальных средств, создающих особую бактерицидную пленку, которая не позволяет микробам размножаться. Сегодня на российском рынке присутствуют подобные средства, изготовленные с использованием нанотехнологий. Эти препараты оптимально применять в душевых кабинах и ванных комнатах – они не позволяют грязи задерживаться на поверхности, а просто скатываются с нее. Их нанесение значительно сокращает время уборки и облегчает труд горничной. Также защитные средства, например, на основе натурального или синтетического воска, используются во входной зоне для обработки гранитных и мраморных полов. Принцип действия прост. Защитное покрытие заполняет поры поверхности и не дает загрязнениям попасть вглубь материала. Все грязевые частицы остаются сверху и впоследствии легко и быстро удаляются. Средство также препятствует дальнейшему загрязнению и повреждениям. Поэтому полы не впитывают влагу и не истираются абразивами, занесенными на подошвах обуви, они дольше сохраняют привлекательный внешний вид и эксплуатируются.

Сегодня появляются новые группы вирусов и бактерий, расширяется география стран, из которых прибывают гости в отели России, что влечет новые заботы для хозяйственной службы: необходимы новые средства борьбы с очередными вредоносными микроорганизмами. Теперь многие отели идут навстречу пожеланиям клиентов и разрешают пребывание домашних животных в отеле, а это значит, что тележку

³⁴ Там же.

горничной должны пополнить препараты, позволяющие нейтрализовать аллергены. Тележка всё больше и больше загружается различной химией, отсюда еще одно требование хаускиперов к производителям – больше многофункциональных средств (особенно это относится к дезинфектантам). И конечно, химия для отелей должна быть очень эффективной, только в этом случае горничная сможет уложиться в график – в смену ей придется убирать до 20 номеров.

С целью предотвращения передачи микробов и защиты гостей и персонала в общественных зонах (на ресепшн, в лифтах, конференц-залах, фитнес-центре) менеджеры предлагают новый подход к качеству санитарии в отеле. С помощью программы, хорошо зарекомендовавшей себя на американском рынке, можно решить проблему с мытьем рук в зонах повышенной проходимости, способствовать комфорту и лояльности гостей, повысить конкурентоспособность, улучшить восприятие бренда и даже объяснить премиальную стратегию цен. Компании Kimberly Clark Professional (КСП) предлагают начать с главного – гигиены рук. Эффективным средством могут стать электронные диспенсеры с пенным санитайзером и стенды с дезинфицирующими салфетками. Мобильное решение для рабочих мест – помповые флаконы. Бесконтактная система очень удобна на кухне и в лобби-барах. Предлагаемое компаниями Kimberly Clark Professional (КСП) средство на безалкогольной основе убивает 99% бактерий и не пересушивает кожу рук. В номер отеля необходимо принести подставку с салфетками в индивидуальной упаковке, чтобы гость мог продезинфицировать, к примеру, пульт ТВ, выложить в мини-баре или в качестве комплимента набор для путешественников с дезинфицирующими салфетками, пенным средством и бумажными носовыми платками. В этом проявляется забота о госте и формирование у него позитивного впечатления от пребывания в отеле.

Проблемы экологии в России с каждым годом ощущаются всё

острее. Западное гостиничное сообщество последнее десятилетие вопросам экологии уделяет очень большое внимание по всем направлениям: экономия электроэнергии и воды, вторичное использование материалов, отказ от полиэтиленовых упаковок и, конечно же, сокращение количества вредных химикатов, применяемых при уборке. Сегодня уже есть технология, превращающая обычную воду в дезинфектант – Нурослеан. С помощью этого средства за считанные минуты на 100% уничтожаются такие известные бактерии, как кишечная палочка, золотистый стафилококк, синегнойная палочка и многие другие. Применение этого средства будет являться гарантией безопасности здоровья гостей в местах общественного пользования – ресторанах, бассейнах, оздоровительных центрах.

Сегодня актуальное значение приобретают натуральные, без использования химии способы и средства уборки в отелях. В Европе, США и Японии всё большую популярность завоевывают чистящие средства на растительной основе или пробиотиках³⁵. Тема защиты окружающей среды сейчас востребована во всем мире. Это актуально и для компаний, которые производят моющие средства. Также в мире хорошо заметен ЗОЖ-тренд, который проецируется буквально на все, что нас окружает: пища, спорт, уход за собой, в том числе: отсутствие химии в уборке. Ценность лучшего качества жизни начинает занимать свое приоритетное место, и отказ от синтетических соединений или сведение их к минимуму в повседневных процедурах кажется вполне логичным.

В развитых странах практику такого экоклиннинга можно встретить достаточно часто, но в России движение в сторону пробиотических моющих средств пока происходит только на бытовом уровне, и говорить о масштабах гостиничной индустрии в ближайшие несколько лет вряд ли

³⁵ Там же.

возможно: как в силу консервативного менталитета, так и по причине высокой стоимости такой продукции. Хотя последнее весьма относительно: дорогой является только первая закупка, ведь с каждым новым использованием пробиотика экономическая выгода становится все более очевидной. Бельгийская компания Chrisal как раз является производителем таких экологически безопасных средств нового поколения. Моющие пробиотики в составе препарата действуют как грязеотделители: раствор проникает между поверхностью и загрязнением и физически разрывает соединяющие их связи. В результате происходит мощное объемное оздоровление микробиологической ситуации в помещениях, где используется данное средство.

Но насколько оправданна набирающая популярность мода на стремление минимально использовать химию или отказаться от нее там, где это возможно? «Для того чтобы однозначно ответить на этот вопрос, необходимо понимание того, для чего стоит отказываться от химии. Если это связано с целью экономии бюджетных средств – это одно, но, если это связано с подбором и применением экологических средств – это совсем другое, – высказывают свое мнение опрошенные нами в ходе исследования работники хозяйственных служб, – учитывая, что проходимость людей в отелях достаточно высокая, уборку в нем нельзя сравнивать с уборкой в домашних условиях. В квартире мы можем прибегать к различным советам мам и бабушек для удешевления процесса, пользуясь тем, что имеем под рукой, но в гостиницах все гораздо сложнее».

Стоит отметить также еще один момент: в гостинице всегда есть «проблемные зоны», такие как входная группа и туалетные комнаты, где точно нельзя обойтись без применения профессиональной химии. Также невозможно найти замену использования дезинфицирующих химикатов для обработки дверных ручек, телевизионных пультов, лестничных перил,

тренажеров в фитнес-залах отеля. Еще никак не обойтись без спецсредств для снятия водного камня с душевых леек и плитки в ванных комнатах номеров и бассейнах гостиницы. Если этого не делать, то взамен мы будем иметь такие известные бактерии, как кишечная палочка, золотистый стафилококк и многое другое.

Одна из причин популярности ЗОЖ-тренда – это ежегодно увеличивающееся количество аллергиков. Если в 60-е годы прошлого века аллергические заболевания встречались у 2–3% населения, то сейчас этот показатель в развитых странах достигает 40–50%. Отельные стараются учитывать этот факт, но полностью отказаться от химии в гостинице, к сожалению, не могут, и поэтому стремятся выбирать наиболее щадящие средства.

На сегодняшний день гостиничные предприятия могут предложить своим гостям совсем немного вариантов уборки без использования химии. Одна из альтернатив, помимо средств уборки на пробиотиках, – это использование пара высокой температуры. Пароочистителем можно легко очистить различные поверхности: твердые напольные покрытия (особенно межплиточные швы), сантехническую арматуру, кафель, окна и т.д. Также он эффективно нейтрализует бактерии и другие микроорганизмы. Это действительно экологичный способ очистки, не требующий применения химикатов. Однако данный вид требует внедрения специального оборудования, больших затрат воды и электричества, чем традиционная уборка. Технология, безусловно, очень интересная, но пока не до конца изученная с точки зрения применения в гостиницах. При всей экологичности данного способа, заменить применение химии на обработку паром можно только частично, при генеральной уборке. При ежедневной уборке это нерентабельно по причине высокой стоимости такого парогенератора нужной мощности (ведь этой техникой нужно обеспечить каждую горничную), а также

невозможности использования его в периоды высокой загрузки, когда убирать нужно особенно быстро. В местах общественного пользования, в том числе и в отелях, уборщики общественных помещений работают по старым технологиям, но почти повсеместно используют профессиональную химию, утверждая, что только в этом случае можно добиться 100-процентной гарантии качества.

Большинство хозяйственных служб работают на профессиональной химии известных марок. Содержащиеся в ней поверхностно-активные вещества (ПАВ) полностью биологически разлагаются в соответствии с требованиями нормативных требований ЕС. Современные химические препараты для уборки безопасны и сертифицированы на Западе и в России. Работать с ними удобно. Под одним брендом представлены средства для разных зон уборочных работ – для ванных комнат и туалета, для полов, зеркал, окон и т.д., и это очень удобно³⁶. Учитывая веяния времени, производители профессиональной химии постоянно совершенствуют составы средств, стремясь снизить их вредное воздействие. Они давно отказались от хлора, агрессивных кислот.

Большинство профессиональных моющих средств производят высококонцентрированными. Качество уборки будет зависеть от точности дозировки этих средств, которая в свою очередь зависит от человеческого фактора. При небольшой концентрации – невозможно получить хороший результат. При высокой концентрации могут остаться разводы, но, что еще хуже, это приведет к избыточным финансовым расходам. Поэтому сегодня отельеры все больше и больше используют различные системы дозирования. Система дозаторов помогает поддерживать правильную дозировку на эффективном и безопасном уровне. Это очень облегчает работу, экономит время и средства. Благодаря специальной дозирующей

³⁶ Хаускипинг. Что нового? Журнал «Пять звезд. Гостиничный бизнес» №9-10, сентябрь-октябрь 2017. – URL. <http://5stars-mag.ru/>

станции сильнодействующие средства используются только в той минимальной концентрации, которая не наносит вреда ни объектам уборки, ни людям, ее производящим.

Необходимость дозирования концентрированных продуктов является одним из «сдерживающих» факторов в широком распространении профессиональных моющих средств в гостиничном секторе. «Сегодня самыми простыми считаются краники или помпы на канистры, и особые бутылки, имеющие дозирочный отсек. Для небольших гостиниц можно приобрести чуть более сложные конструкции, суть которых в том, что закрытая емкость с концентратом подключается к системе дозирования, рассчитанной на одноразовое выделение определенного количества моющего средства в емкость с водой»³⁷. Такая конструкция является недорогой и простой в использовании, но, к сожалению, не исключает человеческого фактора, поскольку количество воды, к которой добавляется концентрат, определяется самим работником.

Оптимальной является дозирующая станция, которая смешивает моющее средство с водой и на выходе вырабатывает готовый к употреблению продукт с четко определенной концентрацией. В некоторых дозирующих станциях отсек для моющего средства закрывается на ключ, что полностью исключает возможность кражи сотрудниками гостиницы дорогих концентратов.

Опрошенные нами в ходе исследования работники хозяйственных служб отмечают: «При использовании дозирующего оборудования специалистами устанавливается необходимая дозировка для каждого средства, а доступ к канистрам с концентратами имеет только авторизованный персонал. Таким образом, мы исключаем как возможное

³⁷ Обзор моющих средств для отелей. Портал про гостиничный бизнес. – URL: <http://prohotel.ru>.

хищение дорогостоящего концентрата, так и некорректное использование, которое может привести к некачественной уборке – как в случае передозировки, так и при недостаточном количестве моющего средства».

Применение дозирующих систем значительно облегчает и оптимизирует уборку в отеле и делает конечный результат более предсказуемым. Точное дозирование имеет большое значение с точки зрения контроля над расходами для гостиницы – в нашей непростой экономической ситуации это особенно актуально. Эта система значительно экономит расход препаратов и исключает возможность воровства. Затраты также существенно уменьшатся, если покупать моющие средства оптом у компании-дилера или непосредственного производителя. Также важно учитывать тот факт, что при использовании профессиональных дозаторов, сама процедура уборки выходит на инновационный уровень.

Применяемая в отелях профессиональная химия должна быть широкого спектра действия и с учетом частоты смены постояльцев, приезжающих из разных стран. Многие российские отели работают с продукцией компаний «ECOLAB» и «JONSON DIVERSEY». Она соответствует требованиям и санитарным нормам, принятым на территории РФ. Крупные производители обеспечивают комплексный подход к уборке. Они не только поставляют моющие средства и дозаторы, но и обучают персонал. Для качественной уборки важно, чтобы персонал был обучен правильно использовать моющие средства для конкретного вида загрязнения. Именно от профессионализма сотрудников зависит объем потребления химикатов. Умелое использование профессиональных химических моющих средств для поддержания чистоты продлевает срок службы сантехнического оборудования, мебели и тем самым снижает издержки компании на реконструкцию отеля в целом. Эти средства имеют российские и международные сертификаты, которые подтверждают их

экологическую безопасность.

Безусловно, использование профессиональной химии, содержащей ПАВ, способных к биологическому (под действием микроорганизмов), а не к биохимическому разложению, наиболее эффективно и безопасно и не наносит вреда окружающей среде и потребителям. В зависимости от предназначения профессиональная химия подразделяется на средства моющие, чистящие, для дезинфекции, для ухода за мебелью, коврами, стеклянными поверхностями и др. А по химическому составу – на щелочные, кислотнo-щелочные и нейтральные. Для ежедневной уборки номеров хаускиперы используют нейтральные моющие средства, они безопасны для кожи и предназначены для очистки слабо загрязненных поверхностей. Для уборки санузлов используют препараты на основе лимонной кислоты, который не только эффективно удаляет солевые отложения, мыльный и водный камень, но и при регулярном использовании предотвращает образование налета и других известковых отложений. Есть специальное средство на спиртовой основе для мытья стекол, зеркальных поверхностей, кафельной плитки. Оно быстро удаляет грязь, отпечатки пальцев, не оставляет разводов и подходит для всех видов твердых водостойких поверхностей. Большинство этих средств имеет приятный запах свежести».

Но отельеры отказались полностью от вредных химикатов, агрессивные средства применяются только при генеральной уборке, которая проводится один раз в 7-10 дней. При этом после их использования поверхности обязательно промываются чистой водой. Для того, чтобы профессиональная химия не вызвала аллергию, необходимо соблюдать технологию уборки, и тогда у горничных не будет проблем. Например, если распылять чистящее средство правильно – на салфетку, а не на зеркало, когда капли разлетаются вокруг на 30–40 сантиметров, то горничная не будет вдыхать никаких паров. Поэтому очень важно

регулярно проводить тренинги персонала.

Для правильного использования моющих средств нужно обладать специальными знаниями. Одним из важных факторов является рН продукта. Для профессиональных продуктов это свойство должно быть указано на ярлыке. Современные кислотные моющие средства (рН 0-5) используются для уборки в санитарной зоне, для уборки после строительных работ. В малых концентрациях слабокислыми продуктами ополаскиваются текстильные ткани.

Все кислотные препараты имеют особый аромат, вызываемый парами кислот. Поэтому при использовании этих продуктов необходимо «соблюдать инструкции по технике безопасности, по возможности не распылять их на стены, а наносить их на протирачный материал. Используя данные препараты на хромированных поверхностях, нужно обязательно промыть чистой водой. Нейтральные моющие средства (рН 6-8) являются наименее агрессивными и подходят для уборки различных поверхностей (например, шерстяные ковры, линолеум, ламинат или паркет)»³⁸.

Чаще всего щелочные средства (рН 9-14) горничные используют для удаления старых и специфических загрязнений. Если необходимо использовать продукты с уровнем рН более 11, необходимо промыть очищенные поверхности слегка кислым раствором, потому что щелочь не может быть полностью удалена только водой.

Щелочные моющие средства агрессивно воздействуют на очищаемые поверхности и организм человека, поэтому обязательным элементом уборки является соблюдение мер безопасности. «Все профессиональные моющие и чистящие средства должны иметь сертификаты качества и необходимые инструкции по применению.

³⁸ Там же.

Персонал обязан знать инструкции и правильно использовать средства»³⁹. Правильный выбор и использование моющих средств – это процесс, который требует определенного уровня знаний и навыков. Любительский подход к вышеупомянутым проблемам чистоты влияет на качество самой уборки, время ее выполнения, финансовые затраты и сохранность очищенных поверхностей.

В Европе все больше и больше отелей переходит на использование мыла, гелей для душа и шампуней в упаковках большого формата, которые не заменяются после каждого гостя. Это не только позволяет следовать экологическим стандартам, но и значительно экономит время на уборку номера и освобождает пространство в тележке горничной. Отельные рекомендуют ассортимент торговой марки Torq, где можно найти жидкое мыло, мыло пену, шампунь для тела и волос в полулитровых и литровых герметичных картриджах. Немаловажно, что картриджи герметичные, поэтому гости отеля могут быть уверены в безопасности использования. На картриджах нанесена информация о составе, что, как правило, отсутствует на маленьких флакончиках. Наличие информации о составе косметического средства — одно из требований, предъявляемых при проверках Роспотребнадзора.

Если говорить о гостевых туалетных комнатах, то диспенсеры большой емкости реже требуют перезаполнения, а значит, тоже экономят время персонала на уборку. Например, диспенсер для рулонных полотенец Torq вмещает от 400 до 1500 полотенец в зависимости от типа расходного материала и выбранного размера листа. Диспенсер для туалетной бумаги (система Т6) при очень компактных размерах вмещает до 270 м туалетной бумаги, а в диспенсере для мыла-пены используется картридж, содержащий 2500 порций мыла. Очень важно учитывать эти

³⁹ Мостовая И.В., Закалистова А.А. Гостиничные инновации: работа службы housekeeping. – URL: <https://www.iupr.ru>.

аспекты при подборе материалов для гигиенического оснащения ванных и туалетных комнат отеля. Специалисты торговой марки Tork разработали целую программу для работников сферы гостеприимства — «Одной звездой больше»⁴⁰. В ее рамках они предлагают наиболее востребованную среди отельеров продукцию.

Сегодня все более популярной среди работников хозяйственных служб становится уборка помещений с применением микроволоконных материалов, так как она сокращает применение химических средств и при этом эффективна. Микроволоконные салфетки производят из современного высококачественного синтетического микроволокна. Салфетки используются для уборки любых поверхностей. Они обеспечивают высокий темп уборки за счет капиллярного эффекта, благодаря которому влага мгновенно впитывается.

Микроволоконные материалы недороги, не оставляют разводов и ворса, дают и ряд других преимуществ. Например, новинка компании Vileda Professional – микроволоконные салфетки «МикронКвик». Этот новый материал эффективно убирает жирные пятна, отпечатки пальцев, очищает и осушает поверхность, при этом не оставляя разводов и ворса. Кроме этого, такие салфетки тоньше в два раза, при этом способны собрать грязи на 200% больше.

Они идеально подходят для объектов с высокими требованиями к уборке: для дорогостоящих поверхностей, требующих тщательного ухода. Универсальность и долговечность чистящих и моющих средств, экономия на покупке химии и расходных материалов являются существенной составляющей снижения гостиничных расходов. Качество протираемых поверхностей, ограничение распространения бактерий, широкие возможности практического применения (как в сухих, так и во влажных

⁴⁰ Сайт торговой марки Tork. – URL: <https://www.tork.ru>.

условиях) активно влияют на совершенствование технологий и стандартов ведения гостиничного хозяйства.

Уборка твердых напольных покрытий является одним из самых дорогих пунктов в общей смете расходов, затрачиваемых на уборку гостиницы. Ведь такие полы нужно чистить специальными моющими средствами несколько раз в день, в зависимости от уровня звездности отеля, а также погодных условий. Значительно снизить стоимость данных расходов можно, механизировав уборку, т.е. используя специальное полумоечное оборудование.

При выборе моющего средства необходимо учитывать тип напольного покрытия, поскольку то, что хорошо для чистки стойких загрязнений с матовой керамической плитки, может нанести вред линолеуму или натуральному паркету. Есть универсальные продукты с нейтральным уровнем pH. Они в низких концентрациях безвредны для любого типа покрытия, но не могут справиться с накопившейся старой грязью и некоторыми типами специфических загрязнений. Такое загрязнение обычно удаляется в результате более глубокой очистки, которая проводится высококонцентрированными, агрессивными химическими средствами. Хаускиперы чаще используют щелочные препараты, неправильное применение которых может привести к образованию на линолеуме не выводимых пятен, потере глянца на полированном мраморе или керамограните. Такие средства способны разрушить защитную пленку-покрытие на паркете или ламинате.

Среди средств по уходу за твердыми полами хаускиперы отмечают немецкую компанию KIEHL, которая предлагает самый широкий ассортимент эффективных и доступных средств. В ассортименте немецкой марки KIEHL полный арсенал универсальных и специализированных продуктов для широкого круга задач: очистки ковровых покрытий, стекол, мебели, каменных и деревянных полов,

сантехники и других материалов. Формула средства разработана с учетом максимальной эффективности при оптимальном щадящем отношении к поверхности, а высокая концентрация составов и продуманная система дозирования обеспечивают экономичный расход средства. «Хорошие продукты для поддерживающей уборки твердых полов есть у многих производителей, представленных на российском рынке, таких как ECOLAB, FRANKLIN, TANA PROFESSIONAL, KARCHER»⁴¹.

Сегодня в гостиничном бизнесе отельеры начинают использовать инновационные технологии компании Tennant. Компания завоевала уважение на рынке благодаря разработке технологий, позволяющих эффективно очищать больше пространства и устранять проблемы с уборкой. ES – это технология рециркуляции воды, позволяющая использовать воду для уборки многократно. FaST – это технология уборки пеной, при которой одной столовой ложки воды достаточно для уборки одного квадратного метра пола. Разработка чистки пеной FaST уменьшит риск скольжения и падения клиентов, оставляя полы сухими. Одного картриджа FaSTPак ТМ хватает для уборки 100 тыс. кв. м, что позволяет значительно сократить затраты на химические средства. ES-H₂O – это технология уборки водопроводной водой без использования каких-либо средств, которая сократит потребление воды и средств. ReadySpace – это быстросохнущая технология уборки ковров, позволяющая работать в любое время, так как уже через 30 минут по окончании обработки ковровые покрытия высыхают. Она увеличивает эффективность очистки ковровых покрытий, продлевая срок их службы. Компания Tennant расходует на разработку и внедрение инноваций около 4% товарооборота и предлагает разнообразное оборудование, которое

⁴¹ Обзор моющих средств для отелей. Портал про гостиничный бизнес. – URL: <http://prohotel.ru>.

повышает производительность уборки⁴².

Одним из самых непростых мероприятий в поддержании чистоты гостиничных объектов является правильное обслуживание текстильных поверхностей. Здесь важно придерживаться правильного технологического подхода, который сочетает в себе и технику, и профессиональную химию, и обучение сотрудников. Независимо от того, насколько высокого качества моющее средство, без надлежащего оборудования и правильного использования, оно не даст хорошего результата. Следует помнить, что безупречный внешний вид коврового покрытия в течение многих лет может быть сохранен только в том случае, если он должным образом очищен, что требует регулярного ухода, поддерживающей и периодической глубокой чистки. Методы поддерживающего ухода включают в себя:

1. «Сухая пена» (Dry Foam) – является активно поддерживаемым методом JONSON DIVERSEY и состоит из вспенивания специального продукта (шампуня Tap1) на ковре с использованием аппарата-генератора пены. В сочетании с механическим воздействием этот продукт позволяет очищать не слишком старые загрязнения при условии, что поверхность немного влажная, следовательно, сокращается время высыхания. Подобный эффект может быть достигнут при использовании других продуктов, таких как Super Carpet & Upholsteri (Franklin) или I-Capsol (Karcher).

2. Сухая порошковая чистка (Mikrosponge) – самый быстрый метод чистки ковров, не требующий времени на высыхание, следовательно, наиболее подходящий для условий применения в гостиничном секторе. Для этих целей используют Sapur Powder (Ecolab) или Envirodri Mikrosponge. Аналогичная продукция есть в линейке компаний

⁴² Tennant. Официальный сайт. – URL: <https://www.cleanpr.ru>.

LINDHAUS и SEBO.

3. Боннетная чистка (Скиминг) – самый быстрый и наиболее дешевый метод поддерживающей чистки. Ассортимент используемых продуктов достаточно широк: Answer Multi Use (Franklin), Carpasol (Kiehl), Traffic & Line Cleaner (Ecological Products), One Clean Traffic (Chemspec).

4. Для одношаговой экстракции или обработки ковромоечными машинами наиболее подходящими являются Water Extraction (Franklin), Double Clean (Prochem), Formula 90 (Chemspec), Carp Extracta (Kiehl).

Перечисленные методы не в состоянии справиться с сильными, застаревшими загрязнениями, поэтому периодически нужно делать более интенсивную чистку. Самым эффективным методом чистки «убитых» ковров является комбинированный: шампунирование + промывание. Для пенного шампунирования одним из наиболее подходящих продуктов является Sapur Shampoo (Ecolab), Carp Acryl (Kiehl) или Super Carpet & Upholsteri (Franklin), а ополаскивание необходимо проводить слабокислотными кондиционерами, ассортимент которых на нашем рынке невелик. Можно назвать Rinseaway (Franklin) или Neutralisator Conditioner (Ecological Products), Textile Rinse (Prochem) и All Fibre Textile Rinse (Chemspec).

Немаловажным моментом является своевременное удаление пятен с ковровых покрытий и обивки мягкой мебели. При использовании универсальных пятновыводителей необходимо понимать, что с их помощью можно удалить 70-80% процентов сложных пятен, для остальных 20-30% придется подбирать узкоспециализированные средства. Специально для гостиниц разрабатывались такие продукты, как средства для водорастворимых пятен – Sapur A (Ecolab), Spotex 2 (Taski), Brown Bee Gone (Franklin); и для загрязнений водонерастворимых – Sapur B (Ecolab), Spotex 1 (Taski), Rug Spotter (Franklin). Особенности этих

пятновыводителей включают тот факт, что они не требуют обязательного прополаскивания после использования. «Есть еще более универсальные продукты, которые сочетают в себе свойства для удаления как водорастворимых, так и загрязнений водонерастворимых. Это Carp Deta (Kiehl), Pro Spotter (Prochem), RM-769 (Karcher), Ultan Fleck-ex Top (Tana Professional). Отдельное внимание следует уделить удалению таких распространенных загрязнений, как жевательные резинки. Для их удаления можно использовать как аэрозоли, такие как Sapur Freeze (Ecolab) или Tapi Anti-Gum (Taski), так и растворители, такие как Liqwa Gel (Chemspec), Citrus Gel (Prochem) или Fullsolv Orange (Franklin)»⁴³.

Еще одну проблему в гостиницах составляют неприятные запахи. Согласно результатам многочисленных исследований, запахи влияют на подсознание и вызывают положительные или отрицательные эмоции. Кроме того, разные запахи неодинаково влияют на разных людей, поэтому в помещениях, где живут гости, не должно быть запаха, в том числе запахов использованных моющих средств.

Запах табака и дыма вызывает особые проблемы. Поэтому в ассортименте горничной должны присутствовать средства, нейтрализующие запахи. Чтобы эффективно избавляться от неприятных запахов, нужно использовать только профессиональные продукты, потому что, в отличие от товаров для дома, они действительно устраняют природу самого аромата. Многие домашние освежители воздуха на самом деле не влияют на источник запаха, а просто маскируют их на некоторое время. Поэтому профессиональные продукты называются нейтрализаторами или абсорбентами, поскольку «они действуют на источник запаха, летучие ароматические вещества или бактерии,

⁴³ Обзор моющих средств для отелей. Портал про гостиничный бизнес. – URL: <http://prohotel.ru>.

нейтрализуют их путем обволакивания, или полностью абсорбируют»⁴⁴. У некоторых из этих продуктов есть легкие, ненавязчивые запахи, некоторые не оставляют запаха после применения. Приятно выделять отмечают следующие универсальные нейтрализаторы – Freshcare 54/55 (Ecolab) и R6 (Jonson Diversey). Но наиболее эффективными для устранения табачных запахов, дыма, запаха гари и многих других неприятных запахов являются – Nišo-Tin less (Franklin) или Antitab (OxiLab). Они эффективны даже после пожара.

Если есть проблема с запахами гниющих продуктов, например, в особенных помещениях, таких как места скопления мусора, места переработки мяса или рыбы, плохо проветриваемые склады и погреба, сауны и бассейны, то одним спреем с подобными запахами не справиться. Необходимо тщательно и не один раз вымыть все поверхности специальными составами, разработанными для удаления бактерий, вызывающих запах гниющих продуктов, а также нейтрализующих споры грибков, которые активно размножаются во влажной среде. Работники хозяйственных служб гостиниц считают сегодня самым эффективным средством Trash Buster (Ecological Products). Именно этот продукт большинство гостиниц в мире используют для очистки мест скопления мусора. Но Trash Buster – не единственный продукт, рекомендуемый для уборки областей с высоким уровнем неприятных запахов. Работники хозяйственных служб используют и такие высококонцентрированные моющие препараты, как Omni Frash (Kiehl) и Fish Awey (Franklin).

Помимо ковров, полов и сантехники в гостиницах много других поверхностей, которые также нуждаются в чистке и уходе, например, нержавеющая сталь, которая активно используется в производстве лифтов, декоративных элементов в стиле Hi-Tech, кухонного

⁴⁴ Там же.

оборудования, сантехники.

Особенность ухода за этими поверхностями заключается в том, что многие традиционные моющие средства либо оставляют пятна и разводы на поверхности, либо вообще повреждают ее, поэтому необходимо использовать специальные средства. Данные продукты следует разделить на две категории: чистка и уход. Helios Brilliant (Ecolab) или Jet (Kiehl) лучше всего подходят для уборки. Эти средства способны удалять сильные загрязнения, в том числе следы влияния кислоты, не оставляя после себя разводов. Для последующей полировки можно использовать эффективные средства, которые создают защитный слой, препятствующий быстрому загрязнению. Ассортимент этих продуктов гораздо более широкий: «Chromol (Ecolab), Suma Inox Classic D7 (Jonson Diversey), Stainless Steel Cleaner (Franklin), Eloxa Prima (Kiehl), Tanet Metapur (Tana Professional), Pro Lustreur Alimentaire (PFC)»⁴⁵. Отдельные предметы мебели также требуют периодической полировки. Этот процесс устраняет не только возможные разводы, но также имеет антистатические свойства, которые отталкивают пыль.

Вызывают интерес работников хозяйственной службы «продукты для удаления такого вида загрязнения, как граффити. Многие владельцы зданий смиряются с наличием на их фасадах надписей и рисунков, либо идут по самому дешевому пути, просто их закрашивая. Считается, что один из лучших продуктов этого назначения – Graff It Out (Franklin). Частично проблему загрязняющих надписей помогут решить Graffiti Remover (Spartan) и Tablefit (Kiehl)».

Одним из самых современных методов клининга сегодня является метод предварительной подготовки, широко распространенный в Европе. Европейские отели стремятся соблюдать экологические стандарты,

⁴⁵ Там же.

минимально задействовать агрессивную химию, поэтому уборка помещений производится методом предварительной подготовки. Инновационная система безведерной уборки практически вдвое сокращает время уборки, уменьшает риск перекрестного загрязнения, заметно улучшает качество уборки и существенно снижает расход моющих и дезинфицирующих средств. «Эта безведерная уборка помещений обладает такими преимуществами как: высокая экономичность, эргономичность и гигиеничность»⁴⁶. В России осознание эффективности и выгоды данной технологии уборки только начинается. По большей части при уборке до сих пор используется метод «ведро и вода». Менеджеры российских гостиниц отмечают: «Чтобы соответствовать мировым стандартам, мы активно работаем со всеми поставщиками клининговой продукции, всегда стараемся быть в курсе последних новинок, которые делают нашу работу более качественной и менее трудоемкой. Например, одно из таких новшеств – внедрение метода влажной уборки полов с применением системы предварительной подготовки. Такая система полностью удовлетворяет наши нужды благодаря своей экологичности и простоте. Также мы заметно сократили расход моющих средств и время, затрачиваемое на уборку номера. Одним словом, с помощью этого метода мы добиваемся главного результата – положительных отзывов гостей о работе хозяйственной службы. Мы всегда открыты новым предложениям и любим тестировать современные технологии. Успешно данный метод используется в процессе уборки общественных зон, имеющих мраморную отделку. Уход за мрамором – сложная и важная работа, особенно если в отделке использованы мягкие сорта мрамора».

⁴⁶ Нидзельский П.Д., Яцкова М.А., Соколина Г.М., Жданова Ж.В. Итоги внедрения современной системы клининга в лечебном учреждении: ожидания и реальность. Инфекция и иммунитет. 2017. № 5. С. 336. – URL. <https://elibrary.ru>.

Технология безведерной уборки методом предварительной подготовки была изобретена в 1983 году в небольшом финском городе Salo компанией, которая занималась производством уборочного инвентаря. Сотрудники компании долго размышляли над тем, как повысить скорость уборки и не потерять в качестве. Результатом таких исканий явилась новая технология уборки - метод предварительной подготовки, уборка без ведра. Считается, что Финляндия одна из самых чистых стран Европы. Не удивительно, что именно там родилась новая, не похожая на все другие технология уборки.

Технология метода заключается в следующем: персонал подготавливает в стиральной машине или в фирменных пластиковых контейнерах нужное количество моющих насадок и салфеток непосредственно перед началом уборки. Если используются специальные контейнеры, моющие насадки заливаются дезинфицирующим или моющим раствором прямо в них. Концентрация и объем средства рассчитываются исходя из инструкций и рекомендаций, в том числе для этого вида насадки. Для полного пропитывания насадок необходимо выдержать экспозицию 10-15 минут. После этого контейнеры с увлажненными насадками и салфетками устанавливаются на тележку для мытья пола и привозят к помещению, где планируется любой вид уборки. Основное требование к смене насадок: одна насадка рассчитана на уборку площади до 30м². «Грязные, использованные моющие элементы складываются в мешок без контакта с чистыми насадками, поверхностями и руками персонала»⁴⁷. В завершении уборки все насадки на швабру и салфетки привозятся в санитарное помещение и промываются в бытовой или промышленной стиральной машине с использованием дезинфицирующего моющего средства. Рекомендованный режим стирки:

⁴⁷ Пименова О.В. Ответы на вопросы читателей. Российский журнал детской гематологии и онкологии. 2018. Т. 5. № 2. С. 56-57. URL: <https://elibrary.ru>.

60С°, максимальный 95 С°. После цикла термохимической дезинфекции моющие насадки снова готовы к использованию.

Основой всей системы служит комплексная уборочная тележка, выполненная из высококачественного пластика или нержавеющей стали. Тележки оснащены специальными мешками для грязных mopов и салфеток, фиксаторами ручек и другими полезными приспособлениями. Слово «mop» происходит от английского «mop», что в переводе означает швабра. Однако в русском языке слово «mop» означает моющую насадку или, говоря по-простому, тряпку для мытья пола, одеваемую на держатель mopa или флаундер. Само же понятие «швабра» не применяется в профессиональном сленге работников клининговой сферы. Таким образом, mopы – это специальные моющие насадки для уборки напольных или вертикальных поверхностей из различных волокон, применяемые для уборки и дезинфекции поверхностей, которые используются вместе с ручкой и крепежом, чаще всего называемым флаундером.

Mopы бывают веревочные (вертикальные) и плоские (горизонтальные), из тканого и нетканого материала. Для их производства применяют микроволокно называемое «микрофиброй», которое вплетено в хлопчатобумажную основу, а также различные комбинированные материалы. Каждый тип mopa имеет свои преимущества и недостатки. Вертикальные mopы имеют достаточно низкую стоимость по сравнению с плоскими mopами, гораздо лучше впитывают воду и моющие растворы, что важно при определенных видах работ, а также они хорошо и легко отжимаются. К недостаткам данных видов mopов можно отнести неудобство их использования, так, полевые испытания показали, что при уборке помещений площадью от 1000 м², время, затраченное на уборку веревочными mopами будет на 30% больше, чем при использовании горизонтальных mopов. Вертикальный mop оставляет поверхность слишком влажной, а срок его службы не превышает 1 месяца.

Горизонтальные mopы могут применяться двумя способами: для обычной уборки помещений с применением ведра и отжима, по технологии с предварительной подготовкой mopов.

Положительными моментами метода предварительной подготовки в процессе уборки помещений являются:

- увеличение производительности труда;
- внимательность и забота о сотрудниках хозяйственной службы: «в процессе работы персоналу не надо тратить время на выполаскивание, отжим, смену воды и другие вспомогательные операции, что позволяет существенно повысить производительность труда и серьезно снизить физическую нагрузку. Практика, подтвержденная научными исследованиями, показывает, что производительность труда вырастает на 40%. Помимо всего, держатели и mopы для безведерной уборки очень легкие (например, mop МикроТек весит всего 160 грамм). Малый вес компонентов в частности и очень высокая эргономика системы в целом позволяют снизить мускульное напряжение в плечах более чем на 30%, в спине более чем на 20%»⁴⁸.

- гигиеничность. Высокая гигиеничность обусловлена тем, что после уборки небольшой площади mop сразу же отправляется в стирку, а также за счет физических свойств микроволокна, из которого изготавливается большинство mopов.

- сокращение издержек на химические средства и расходные материалы (например, mopы системы СВЕП Хай Спид выдерживают до 1000 стирок - а это не менее года службы). Благодаря столь долгому сроку использования закупать расходные материалы можно гораздо реже. Производители отмечают, что возможность четкого контроля над

⁴⁸ Метод предварительной подготовки - современная технология уборки помещений – URL. <http://vileda-professional.com/ru-RU/products/systems/ppmopping/>

расходом химических средств позволяет снизить затраты на них более чем на 40%.

- снижение затрат на персонал. Экономия достигается за счет долгого срока службы mopов и существенного увеличения производительности труда.

Подводя итоги, можно сказать, что уборка помещений гостиниц без использования ведра, методом предварительной подготовки обеспечивает:

- высокую дезинфекцию (устранение бактерий до 99,8%);
- эргономичность;
- оптимизацию расхода дезинфицирующих и моющих средств;
- длительный срок службы оборудования и расходных материалов;
- экономию времени на уборку.

В результате, повышается эффективность и качество уборки, значительно уменьшаются затраты. Инновационный метод предварительной подготовки обеспечивает высокий уровень гигиены и несомненное удобство в работе горничных и уборщиков общественных помещений.

Однако какими бы удобными и продвинутыми ни были новые салфетки или эргономичные системы швабр, эти новинки сегодня с трудом внедряются даже в четырех- и пятизвездных отелях. Менеджеры называют несколько причин:

- сокращение расходов в бюджете хозяйственной службы;
- нежелание руководителей хозяйственной службы вникать в преимущества новых методов;
- ширится практика назначения на должность руководителя молодых сотрудников из других служб, активно стремящихся делать

карьеру и осваивающих технологию работы службы по корпоративным стандартам, в которых нет ничего о химии и новом инвентаре;

- достаточно часто в гостиницах никем из высшего руководства не анонсируется и не стимулируется посещение профессиональных выставок и мероприятий, выписка и чтение профильных журналов или интернет-порталов. Только «сарафанное радио» или преемственность поколений продвинутых и активных руководителей дает молодым информацию, где им получить профессиональную консультацию или совет.

Удобной должна быть не только система влажной уборки, но и другие уборочные системы, а также иное уборочное оборудование.

Гостиничный менеджмент постоянно пребывает в поисках новых более эффективных средств уборки, которые позволят максимально усовершенствовать данный процесс. Это касается не только уборки номерного фонда, но и всех зон гостиниц. Например, раньше в общественных зонах уборка велась профессиональными пылесосами, что во время высокой загрузки холла не совсем удобно гостям. Сейчас в такие периоды с уборкой успешно справляются электровеники. При большом наплыве гостей они помогают оперативно и маневренно собрать любой появившийся мусор.

Сегодня на рынке много интересных уборочных машин – пылесосы для сухой уборки и пылеводососы, ковроочистители, электрошетки, а также различные модифицированные и улучшенные насадки для чистки мебели, радиаторов, труб и жалюзи. Хорошо себя зарекомендовала и полюбилась отельерам линейка профессиональных пылесосов производства швейцарской фирмы Cleanfix.

Среди примеров удачных новинок, на взгляд хаускиперов, новые пылесосы, которые представляют собой мини-моечную машину. Зимой такие пылесосы просто незаменимы: они обладают большим объемом

бака, распыскивают воду, затем качественно собирают ее, оставляя пол чистым и сухим.

В процессе уборки хаускиперы используют различные современные технические средства. Например, «пылесосы для сухой чистки; высококлассные гостиницы имеют в своем арсенале компактные пылесосы для уборки малых площадей; пылесосы-стойки для средних и больших площадей, которые имеют встроенные электрические щетки. Отельеры в своем арсенале сегодня имеют пылесосы-рюкзаки (ранцевые пылесосы)»⁴⁹. Если предстоят клининговые работы в местах с ограниченным пространством, где невозможно использовать громоздкую технику, следует купить ранцевый пылесос. Такое устройство отлично подойдет для уборки на лестницах, в тесных помещениях и на участках с некачественными напольными покрытиями, на которых колесики обычных пылесосов могут застрять или повредиться. Пылесос-ранец просто надевается на спину оператора и крепится специальными лямками. Стандартные, профессиональные устройства занимают много места, а пылесос-рюкзак – это компактное устройство, которое будет идеальным помощником персонала мини-гостиницы. Также эти пылесосы могут быть полезны для уборки коттеджей, т.к. их удобно переносить из дома в дом и между этажами. Для пользования ранцевым пылесосом необходимы специальные навыки, неопытный сотрудник может забыть о габаритах пылесоса за спиной и повредить мебель или стены. К тому же вес аппарата (4–7 кг) создает дополнительную нагрузку на спину работника.

Полезным для уборки гостиничных комплексов инвентарем является пароочиститель. Эта техника необходима при уборке сильных загрязнений в узких местах, таких как решетки, батареи, вытяжки,

⁴⁹ Кулаковская И.С. Инновационные технологии чистоты и комфорта как залог коммерческого успеха отеля. Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – URL: <https://elibrary.ru>

шкафы-купе и душевые кабины, унитазы и краны. Освоив новый пароочиститель, горничные убирают им весь номер полностью, вплоть до окон и санузла. Это связано с тем, что такой пароочиститель поставляется с большим набором насадок для сухой и влажной уборки, что позволяет мыть окна, зеркала, двери и мебель. С помощью пара удаляются кофейные и винные пятна с текстильных поверхностей.

Стекла и зеркала, очищенные паром, не нуждаются в тщательной полировке, потому что капли, оставшиеся от пара, не оставляют следов кальция. Пароочиститель вместе с удалением грязи также уничтожит патогенные бактерии. Специалисты рекомендуют сегодня профессиональные модели пароочистителей следующих производителей: Tesnavar, Menikini, Керхер, Bieffe Фаринелли, IPC и Лэйвор. Например, популярная модель DE-4002 (Karcher) настолько проста и удобна в использовании, что ее можно найти практически в любой гостинице. Модель New Steami (IPC) также оснащена всасывающим устройством, которое необходимо для очистки жалюзи и мягкой мебели. Говоря об универсальных машинах, работники хозяйственной службы обращают внимание на Chemstractor V «5 в 1», который сочетает в себе «пылесос, водосос, роторную и размывочную машину, ковровый экстрактор и парогенератор»⁵⁰.

Небольшие отели используют минимум оборудования и максимум ручного труда. Качество ручной уборки может быть высоким, но временные затраты при этом слишком велики. Для мини-отелей неплохим решением будет малогабаритная полумоечная машина DEC 380, совмещающая в себе функции мощного сухого пылесоса и моющего пылесоса, что позволяет минимизировать расходы на оборудование и сократить время уборки. Она обеспечивает идеальную чистоту, легка в

⁵⁰ Современная техника для профессиональной уборки отелей. Портал про гостиничный бизнес. - URL: <http://prohotel.ru>

управлении и позволяет снизить физическую нагрузку на оператора. Эта машина разработана с применением самых современных технологий и материалов, благодаря чему ее можно использовать в узких коридорах и заставленных мебелью номерах. Разработчики позаботились о повышенной звукоизоляции приводов, что обеспечивает низкий уровень шума, и не будет тревожить гостей. Благодаря наличию двух всасывающих балок, машина моет пол в обе стороны с высококачественным осушением поверхности. При этом машину можно использовать не только для мойки, но и для полировки пола, размывки ковров, осуществляющихся посредством щеток различной жесткости, которые легко и быстро меняются.

Напольные ковровые покрытия остаются очень популярными, в особенности в гостиницах. Они исключают опасность, что кто-то из посетителей поскользнется, гасят шум шагов. Однако при всем удобстве их использования есть один нюанс – такие покрытия ежедневно подвергаются интенсивному загрязнению, поэтому нуждаются в тщательной и систематической чистке. Для уборки ковровых покрытий можно использовать еще одну техническую новинку – экстракторную машину. Это специальный пылесос, предназначенный для нанесения очищающего раствора на поверхность с одновременным сбором грязной жидкости, так называемый "моющий пылесос".

Оборудование, предназначенное для чистки текстильных напольных покрытий, имеет ряд обязательных характеристик, которые определяют качество выполняемых работ – сила впрыска и сила всасывания, т.е. давление и разрежение. Чем сильнее сила давления, тем глубже проникает очищающий раствор, тем в результате он больше вымоет грязи. А высокая мощность всасывания обеспечивает лучшее удаление растворенной грязи и ускоряет время сушки коврового покрытия. Обычно эти два свойства взаимосвязаны, нет устройств с

низким давлением и высоким вакуумом, и наоборот.

Считается, что «нормальное качество чистки ковров может быть обеспечено при давлении не менее 2,5 атм и разряжении выше 3000 мм (300 кПа)»⁵¹. Еще одна особенность хорошего экстрактора – соотношение объемов резервуаров для моющего раствора и грязной воды. Правильный экстрактор имеет либо одинаковые по объему баки, либо резервуар для загрязненной воды немного меньше, чем для работающего рабочего раствора. Если резервуар для моющего раствора значительно меньше, чем для грязной воды, это устройство предназначено для очистки твердых полов. Несмотря на то, что у него имеются ковровые насадки, он не способен выполнять качественную чистку текстильных покрытий.

Говоря о производительности, то для качественной чистки ковров потребление моющего средства составляет около 0,5 л на 1 м². В результате, экстрактором с 10-литровыми резервуарами можно очистить без перерыва 20 м². Многие производители экстракторов указывают максимальную производительность, независимо от времени слива грязной воды и приготовления нового моющего раствора. Практика показывает, что фактическое значение производительности составляет 60-70% от заявленных в техническом паспорте. Например, если в паспорте указано 100 м² в час, то на практике можно очистить только 60-70 м² и это при условии работы квалифицированного, подготовленного персонала.

Для крупных гостиниц и гостиничных комплексов с большим объемом ковровых покрытий производители рекомендуют использовать не только самые мощные экстракторы с большим объемом резервуара, как, например, Puzzi-400 (производимый фирмой Karcher), или Serena-Silent – самый тихий из крупных экстракторов (производитель Santoemma), или Снайпер 12 (США), но и особые ковроборочные

⁵¹ Там же.

комбайны. Такая машина выполняет сразу три операции за один проход: наносит моющий раствор, втирает его в ковровое покрытие щеткой, и всасывает растворенную грязь. Такие устройства значительно превосходят традиционные экстракторы по качеству и по производительности работ. Хаускиперы отмечают продукцию итальянской компании Santoemma (модели Sharon Brush или Charis), поскольку среди прочего, преимуществами данного оборудования является способность использовать агрегаты на текстильных и на твердых поверхностях. Nilfisk и Karcher имеют аналогичные модели, но без насадок для чистки твердых полов.

Поломоечная техника, однодисковые машины (ОДМ) и поломоечные машины (ПММ), – это оборудование для уборки твердых полов. Роль этих устройств в том, чтобы с помощью механического действия щеток удалять сильные загрязнения. Машины с одним диском классифицируются как универсальные. С их помощью можно чистить ковровое покрытие, отмывать грязь почти во всех типах твердых полов, полировать глянцевые поверхности и производить ряд других полезных процедур. Наличие такой техники необходимо для любого объекта, независимо от его размера или уровня. Следует учитывать только то, что работа с однодисковой машиной требует наличия подготовленного обученного персонала. «Основные характеристики, на которые следует обратить внимание в однодисковых машинах – это количество оборотов. Оптимальным является 150-170 оборотов в минуту с радиусом щеточного узла 41-43 см. Также следует обратить внимание на тип передачи. У шестеренчатой передачи имеется несколько преимуществ перед ременной, в основном из-за ее износостойкости»⁵².

Поломоечные машины предназначены для быстрой и качественной

⁵² Там же.

очистки больших площадей твердых полов. Использование такого оборудования является обязательным для крупных отелей с большими холлами и залами с твердыми напольными покрытиями из мрамора, гранита, керамогранита, ПВХ и т.д. Выбирая полмоечную машину, необходимо опираться несколько характеристик:

1. Тип устройства питания машины. Наиболее подходят для гостиниц аккумуляторные машины, поскольку она должна работать, проводить уборку в течение дня, когда в холле много посетителей, и присутствие электрического кабеля на полу не желательно как с точки зрения безопасности, так и с эстетической точки зрения.

2. Объем резервуаров для очищающего раствора и грязной воды. Объем резервуаров влияет на время уборки и очищаемую поверхность. «У большинства производителей потребление моющего средства составляет 50-60 мл на 1 м². Чем больше резервуары, тем реже необходимо сливать грязную воду и набирать моющий раствор. Иначе эта процедура будет занимать много времени. «На скорость уборки влияет рабочая ширина ПММ, которая в первую очередь зависит от диаметра щетки или ширины щеточного узла. Кроме этого, учитывается и ширина всасывающей балки, так как приходится убирать и в узких проходах. Для примера, у машин с рабочей шириной 40-50 см, ширина всасывающей балки не менее 70 см, чтобы собирать не только размытую щетками грязь, но и убирать брызги, образующиеся от вращения щетки»⁵³.

Качество очистки зависит от типа щеток. На полмоечных машинах используются два типа щеток: дисковые и валковые (цилиндрические). «Дисковые щетки идеально подходят для ровных и гладких полов. А вот для структурированных, рельефных полов, и при наличии глубоких швов, лучше использовать валковые щетки, которые глубже проникают в

⁵³ Там же.

углубления на неровных поверхностях: Отельеры отмечают, в первую очередь Karcher, а так же Comac, Numatic, Fimar, IPC. Оборудование этих производителей находится примерно в одной ценовой и качественной категории. Более дорогую ценовую нишу занимает оборудование Nilfisk, Нако и Tennant»⁵⁴.

Для радикальной борьбы с пылью менеджеры европейских отелей, расположенных в исторических зданиях с уникальной атмосфера роскоши со старинными интерьерами, антикварной мебелью, картинами известных художников, рекомендуют самую современную технологию в настоящее время - систему центральной пылеуборки.

В основном причиной загрязнения предметов искусства является биологически активная пыль, поднятая в воздух переносным пылесосом, которая вступает в соединение с поверхностью старинных предметов и красок на картинах. Уборка переносными пылесосами доставляет значительный дискомфорт гостям гостиниц, а при использовании центральной системы пылеуборки полное отсутствие шума позволяет создать гибкий и удобный график уборки, не мешающий отдыху гостей. Уборка шумными переносными пылесосами приводит к разрушению предметов культуры, в том числе, за счет звуковых колебаний. Наводить порядок в таком пространстве, где на каждом шагу произведения искусства, крайне сложно. Необходима такая технология уборки, которая не причинит им вреда. Небрежность уборщика при традиционной уборке может привести к повреждению корпусом пылесоса паркета, ценной мебели и предметов интерьеров. Поэтому европейские отельеры отдают предпочтение центральной системе пылеудаления, при которой сохраняется интерьер и увеличивается срок службы напольных покрытий, напрямую связанный с качеством очистки помещения.

⁵⁴ Там же.

«Принципы работы центральной системы пылеудаления заключаются в следующем: силовой агрегат системы центрального пылеудаления устанавливается в подсобном помещении, а в жилые и общественные зоны отеля выводятся только пневморозетки, внешне напоминающие электрические, которые соединены между собой системой воздуховодов и линией управления, которые обычно прячут в стенах, под полом или в навесных потолках. Выхлоп выводится за пределы здания. Горничной нужно просто вставить мягкий шланг в пневморозетку, и встроенный пылесос начинает работать, уничтожая грязь, опасные для здоровья микрочастицы и пылевых клещей».⁵⁵ Воздух в помещении при этом становится чистым.

Еще одна из заметных и позитивных тенденций, которая косвенно влияет на уменьшение площади для скапливания пыли и микробов, – это стремление гостиничного дизайна к минимализму. «Номера сегодня максимально эргономичны для гостя, но при этом в них уделено большее внимание удобству клининга. Навстречу инновациям идет мебель, которая крепится к стене и ускоряет процессы уборки за счет отсутствия необходимости двигать столы и тумбочки, – рассказывает Ольга Прохорова. – Исчезли антресоли и высокие шкафы, многие апарт-отели взамен предлагают гостям функциональное пространство под кроватью, куда можно положить габаритные вещи, а потом легко произвести влажную уборку. С самих кроватей почти исчезли покрывала: их содержание в чистоте всегда было сложным процессом, к тому же горничным теперь стало проще заправлять постель. Фокус на материалы также не может не радовать – ковролин на полу номеров постепенно уступает место ламинату и виниловой плитке, которые быстрее поддаются чистке и не собирают пыль, а также легко заменимы по модулям в случае частичного ремонта».

⁵⁵ Системы центрального пылеудаления DUO VAC – воплощение идеальной чистоты. URL. <http://dmee.ru>

Раздел 3

**ТЕНДЕНЦИИ И ИННОВАЦИИ В РАБОТЕ
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ГОСТИНИЦЫ «MERCURE
ROSTOV-ON-DON CENTRE»: АНАЛИЗ КЕЙСА**

**3.1 Общая характеристика гостиничного предприятия
«Mercure»**

Бренд «Mercure» входит в группу AccorHotels – мирового лидера в сфере путешествий, современного образа жизни и цифровых технологий. Основателями сети Ассор являются Поль Дюбруль и Жерар Пелиссон, которые в настоящее время являются ее почетными президентами. Первый отель сети был построен во французском городе Лилль в 1967. Это был отель из цепочки Novotel. А в 1975 году группа компаний Ассор приобрела марку «Mercure». Накануне своего пятидесятилетнего юбилея Ассор заявил о смене названия и внедрении нового фирменного стиля. Он становится AccorHotels, и выбирает новый слоган «Feel Welcome», который полностью отражает философию компании и воплощает в себе щедрость и саму суть гостеприимства.

Цели изменения фирменного стиля – повысить узнаваемость и влияние AccorHotels, связав название, принадлежащее одновременно коммерческому бренду и компании-учредителю с порталом AccorHotels.com, хорошо известным миллионам пользователей. Новый бренд станет центром системы компаний, управляющей обширным портфолио всемирно известных брендов во всех сегментах – от эконом до премиум. Бренды сегмента «люкс» - Raffles, Sofitel Legend, SO Sofitel, Sofitel, Fairmont, onefinestay, MGallery by Sofitel, Pullman и Swissôtel; популярные бренды среднего ценового сегмента и бутик-бренды 25hours, Novotel, Mercure, Mama Shelter и Adagio; наиболее востребованные

бренды сегмента «эконом» JO&JOE, ibis, ibis Styles, ibis budget, а так же региональные бренды Grand Mercure, The Sebel и hotelF1.

Группа AccorHotels предлагает уникальный опыт размещения в 4200 отелях, курортах и резиденциях, а так же в 10000 лучших частных домов по всему миру. Благодаря опыту инвестора (подразделение HotelInvest) и оператора (подразделение HotelServices), AccorHotels успешно работает в 95 странах.

В 2017 году Группа AccorHotels отметила 50-летний юбилей и подвела итоги полувековой деятельности в сфере гостеприимства. Генеральный директор и председатель совета директоров Группы AccorHotels Себастьян Базен так подвел итог деятельности компании: «Уровень прибыли, достигнутый нами в 2017 году, демонстрирует еще один скачок в эффективности работы компании с великолепными операционными результатами и новым рекордом по количеству открытий. Группа продолжает использовать позитивные рыночные тренды и наращивать объем бизнеса. На этом фоне AccorHotels продолжает следовать по своей динамической траектории, консолидируя долю рынка и наращивая список услуг для гостей и партнеров. Сегодня Группа сильна как никогда. Благодаря развитию нашей модели «расширенного гостеприимства» мы оказались на переднем крае индустрии, которая постоянно трансформируется и имеет безграничные возможности»⁵⁶. Мнение С. Базена подтверждается коммерческими успехами компании за 2017 год: оборот компании вырос на 19% до 17,9 миллиардов евро, рост выручки на 17,7% до 1,937 миллиардов евро, прибыль до уплаты процентов и налогов увеличилась на 23,9% до 492 миллионов евро, чистая прибыль увеличилась на 66,4% до 441 миллионов евро, открыт 301 новый отель, номерной фонд увеличен на 51 413 комнат.

⁵⁶ <http://hotelier.pro/news/item/3302-accorhotels>

В России Группа AccorHotels представлен брендами Novotel, Mercure, Sofitel, Mama Shelter.

Бренд Mercure получил свое название по имени римского бога Меркурия – покровителя торговцев и путешественников⁵⁷. В Ростове-на-Дону бренд Mercure представлен гостиницей «Mercure Rostov-on-Don Centre». Отель был открыт в октябре 2014 года. По адресу Ворошиловский проспект дом 35 расположен памятник архитектуры 1910 года постройки – Доходный дом купцов Ахчиевых. Проект гостиницы был разработан как реставрация и приспособление памятника истории и культуры города под гостиничный комплекс. Расположение в центре города удобно для людей приезжающих в Ростов с деловыми целями и в поисках отдыха и развлечений. Анализ отзывов гостей показывает, что месторасположение отеля вызывает самые благоприятные оценки:

Оригинальный недавно капитально отремонтированный отель в центре Ростова-на-Дону. Через дорогу хороший парк, вокруг которого по периметру расположены многие областные органы управления. В пешей 5-мин. доступности центральная набережная, рынок - привоз, множество магазинов, кафе и т.д. В общем - самый центр областного центра!

В связи с проведением Чемпионата мира по футболу в 2018 году все средства размещения должны пройти процедуру присвоения категории. Отелю «Mercure Ростов-на-Дону Центр» присвоена категория «четыре звезды», поскольку он удовлетворяет требованиям, предъявленным к категории четыре звезды. Гостиница предлагает гостям 89 номеров, выполненных по специальному дизайн проекту:

- номер standard с двуспальной кроватью;
- номер standard с 2 односпальными кроватями;
- номер privilege с большой двуспальной кроватью;

⁵⁷ <https://www.accorhotels.com/ru/russia/index.shtml>

- номер категории *privilège* с 2 односпальными кроватями;
- люкс с одной двухспальной кроватью .

Таблица 6

Состав номерного фонда отеля «Mercure Ростов-на-Дону Центр»⁵⁸

Категория номера	Описание номера	Количество номеров в отеле
Standard	двухспальная или 2 односпальные кровати, индивидуальный кондиционер, бесплатный Wi-Fi, эргономичное рабочее место, сейф для ноутбука, тропический душ, банная косметика, ЖК-ТВ, кабельные/спутниковые телеканалы, приборы для приготовления кофе и чая.	79
Privilege	2 односпальные или одна большая двухспальная кровать, индивидуальный кондиционер, бесплатный Wi-Fi, эргономичное рабочее место, сейф для ноутбука, тропический душ, банная косметика, ЖК-ТВ, кабельные/спутниковые телеканалы, приборы для приготовления кофе и чая, кофемашина и бесплатный мини-бар.	8
Lux	гостиная и спальня, кровать двухспальная, индивидуальный кондиционер, бесплатный Wi-Fi, эргономичное рабочее место, сейф для ноутбука, тропический душ, банная косметика, ЖК-ТВ, кабельные/спутниковые телеканалы, приборы для приготовления кофе и чая, кофемашина и бесплатный мини-бар.	2

Для организации питания гостей имеется ресторан бар и D` Ajemoff. Каждое утро для гостей накрывается завтрак "Шведский стол". Для

⁵⁸ <https://www.accorhotels.com/store/>

организации деловых мероприятий отель предлагает воспользоваться тремя конференц-залами. Кроме того, для отдыха и здоровья гостей имеются фитнес-центр и спа-центр.

Услуги проживания в отеле, согласно «Правилам предоставления гостиничных услуг», относятся к категории основных. Но комфорт гостей зависит от множества дополнительных услуг.

Бесплатные услуги, предоставляемые клиентам, в гостинице:

- высокоскоростной Интернет;
- факс;
- сейф на стойке регистрации;
- возможность подключения к Интернету;
- автомат для чистки обуви;
- фитнес-центр;
- заказ билетов на культурные или спортивные мероприятия.

Платные услуги, предоставляемые клиентам, в гостинице:

- трансфер до аэропорта;
- химчистка/глажка;
- сауна;
- массаж.

К числу платных услуг, необходимых для бизнесменов, можно отнести следующие услуги:

- услуги письменного/устного перевода;
- заказ услуги печати/копирования;

В качестве поощрения и привлечения гостей в отеле «Mercure Ростов-на-Дону Центр» существует программа лояльности *Le Club AccorHotels*, которая включает ценовую дифференциацию проживания в отеле.

Для гостей в отеле «Mercure Ростов-на-Дону Центр» есть вполне современная регистрация – через Интернет.

3.2. Анализ работы службы хаускипинга отеля «Mercure»

Клиенториентированность и инновационные технологии – основа современного гостиничного сервиса. Анализ работы отеля «Mercure Ростов-на-Дону Центр» и с частности службы хаускипинга, опирается на собранные объективные данные и субъективные мнения гостей отеля о характере обслуживания. Причем в сфере обслуживания значение субъективного мнения часто выступает определяющим. Исследования портала Accorhotel показывают, что отзывы постояльцев об отеле в Интернете опережают по значимости и звездность, и предлагаемое качество обслуживания, и даже стоимость (рисунок 2).

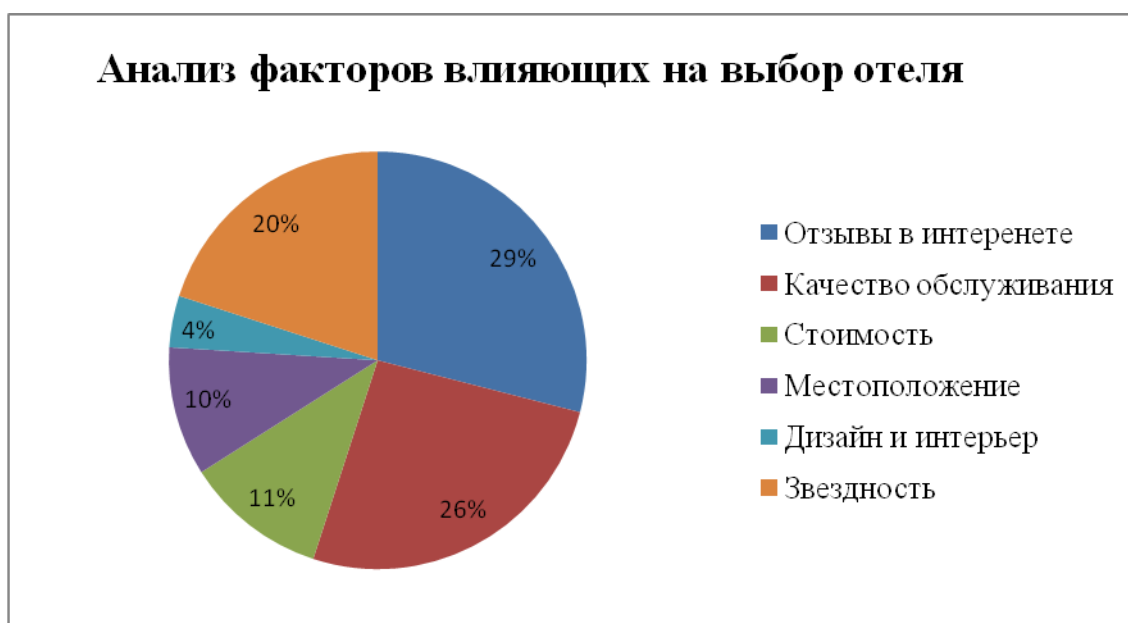


Рисунок 2 – Анализ факторов влияющих на выбор отеля⁵⁹

Показатели, которые нас интересуют, выведены из разработанной нами формулы современного гостиничного сервиса – технические

⁵⁹ <https://www.accorhotels.com/ru/russia/index.shtml>

инновации, клиентоориентированность, стандарты обслуживания, обученный и мотивированный персонал.

Прежде всего, отметим, что отель использует программы автоматизации производственных процессов «Опера». Автоматизированы процессы бронирования, заселения, организации ресторанного и складского учета, и т.п. Очень важно, что программа позволяет автоматизировать процессы работы таких служб, как Housekeeping.

Функции программы в части хозяйственной службы следующие:

1. Формирование заданий на уборку номерного фонда.
2. Отображение статуса номера.
3. Автоматизация учета белья.
4. Расчет з/п горничной исходя из количества уборок.
5. Распределение обязанностей (график).
6. Контроль над внешним видом белья. Его перемещение между складами/ этажами.
7. Подсчет количества моющих средств.
8. Расчет и учет наполнения мини-баров
9. Контроль над выполнением уборки.

В отеле активно развиваются и внедряются новейшие технологии профессиональной уборки, прежде всего в части профессиональной клинговой техники, моющих средств и других расходных материалов.

К уборочной технике относятся: всевозможные сервисные тележки, пылесосы для сухой уборки, пылеводососы, ковроочистители и ковромойки, однодисковые машины/полотеры, поломоечные комбайны, подметальные машины.

В отеле «Mercure» используют различные типы пылесосов для профессиональной уборки, главным отличием которых выступает мощность и тип системы, применённой для фильтрации пыли и грязи. Это пылесосы с тремя типами фильтров: аквафильтр, циклон и классический

пылесборник. Каждая из систем имеет свои достоинства и недостатки (таблица 7), но для различных типов уборки подходят различные типы пылесосов.

Таблица 7

**Сравнительные характеристики пылесосов
с различными типами фильтров⁶⁰**

Процесс	Достоинства	Недостатки
Пылесосы с аквафильтром		
<p>В специальный резервуар наливается вода, через которую проходит всасываемый вместе с пылью и грязью воздух</p> <p>После уборки сливается грязная вода. Резервуар вымыть и просушить</p>	<p>Не требуется покупка дорогих сменных пылесборников</p> <p>Увлажнение и очистка воздуха в помещении</p>	<p>Большие размеры и масса</p> <p>Не у всех моделей фильтры для качественной очистки воздуха.</p> <p>Даже для небольшой работы необходимо произвести полный набор операций</p>
Пылесосы без мешка для сбора пыли (циклон)		
<p>Отдельный отсек для сбора мусора, используется система вихревая (циклон). Воздух внутри отсека заверчивается вокруг фильтра. Принцип смерча – крупные частички вращаются по кругу и не могут попасть в центр</p>	<p>Простота в обслуживании. Не требуется закупать одноразовых пылесборников, заливать воду. Не требуется очистка после каждой уборки, освобождать отсек от мусора по мере необходимости</p>	<p>Возможность контакта с открытой пылью.</p> <p>Необходимость более мощной оснастки фильтров на выходе</p>

⁶⁰ Составлено автором

Пылесосы с мешком для сбора пыли (классический пылесборник)		
<p>Пылесборники двух типов: бумажные и текстильные</p> <p>Текстильные не справляются с мелкой пылью</p> <p>Если модель использует оба типа пылесборников, то для постоянного использования применяют бумажный, а текстильный на случай отсутствия бумажных</p>	<p>Исключается контакт с пылью</p> <p>Менять мешки по мере заполнения, а они довольно емкие</p> <p>Простота использования – вынул заполненный и вставил новый</p>	<p>Необходимость закупки новых мешков</p>

Проблема пылесосов – нагревание пыли и неприятный запах от этого, что в отеле недопустимо. В отеле используются специальные ароматизаторы для пылесосов, активные фильтры с угольным порошком (или поролоновые фильтры с угольной пропиткой).

Комплектная оснастка пылесосов, применяемых для профессиональной уборки следующая:

- телескопическая трубка;
- базовая щетка-насадка (с ножным переключателем пол/ковер);
- щетка универсальная (без переключения) как правило, хорошо справляется с ковром, но не с полом;
- насадка для чистки мягкой мебели;
- щелевая насадка;
- насадка-щетка небольшая круглая с густой высокой щетиной (для уборки твердых ровных поверхностей (стол, стены). Корпус щетки не касается поверхностей и поэтому не может повредить);
- электростатическая щетка-метелка (удобно для техники, растений и сложных поверхностей).

Для удобства уборки номеров используется цветовая индикация салфеток: красная для санузла и раковины, синяя – для стекла, зеленая – для пыли. Гостям предлагаются белые салфетки. Таким образом горничная никогда не спутает салфетки для уборки номера и салфетки, которые следует оставить гостям в ванной комнате.

Осуществляя уборочные работы, важно помнить о правильном распределении времени, об экономии времени, отводимого на уборку. Инновационные средства уборки помогают сокращению временных затрат и усилий со стороны обслуживающего персонала.

При уборке пылесосами важно использовать чистящие и моющие средства. Многие из этих средств основаны на инновационных формулах и требуют специальных знаний при применении. В таблице 8 представлены основные характеристики.

Таблица 8

Свойства средств для уборки⁶¹

Виды	Свойства
Бытовые средства	Не справятся с гостиничными загрязнениями
Дешевые средства	Требуются повторная промывка чистой водой. Дорогие средства кристаллизуются и легко удаляются пылесосом
Хорошие профессиональные средства	не будут способствовать быстрому повторному загрязнению Позволят проводить уборку реже и обеспечат лучшую сохранность вещей
Средства, которые рассчитаны на твердое покрытие пола. Не применять для ковролина.	В ковролине остаются частички вещества, не вымываются и приводят к повторному более быстрому загрязнению

Бытовые средства, продаваемые в супермаркетах, не справятся с

⁶¹ Составлено автором

гостиничными загрязнениями. Поэтому для различных уборочных нужд используют профессиональные средства. В отеле «Mercure» используют средства бренда Diversey.

Компания Дайверси – это мировой лидер в области производства средств для профессиональной уборки. Девиз компании: «Наш долг – чистое и здоровое будущее». Задачи, которые ставит перед собой компания, следующие – защита и охрана окружающей среды, посредством производства лучших продуктов, с помощью которых можно заботиться о гигиене, сокращение воздействия химических средств на природу.

Компания предлагает инновационные комплексные решения по уборке, мойке, дезинфекции для различных сфер бизнеса, в том числе и гостиничной сферы (таблица 9).

Девиз AccorHotels «Feel Welcome» – это выражение гостеприимства и клиентоориентированности сервиса. Отель «Mercure» как полноценный представитель сети работает, следуя высшим стандартам гостеприимства и современным тенденциям клиентоориентированности. Несмотря на то, что проживание в отеле животных создает дополнительные сложности уборки, в отеле реализован сервис «проживания с животными».

Уборка номера горничной производится ежедневно, существует экспресс-уборка по просьбе гостей. Ежедневно происходит смена постельного белья, полотенца. Кроме того, обслуживающий персонал производит побудку по просьбе гостей. В отеле оборудованы 3 номера для лиц с ограниченными возможностями с учетом всех требований создания безбарьерной среды – ширина дверных проемов должна позволить проехать на коляске, достаточное пространство перед кроватью, в ванной. В ванной и туалете имеются поручни и защитные коврики, чтобы горячая вода не обожгла колясочнику ноги.

Чистящие и моющие средства

Наименование средства	Назначение средства	Вместимость упаковки, мл
R1	Для ежедневной уборки туалетов. Регулярное применение препарата предотвращает образование налета и известковых отложений	750
R2	Для уборки водостойких поверхностей и полов (универсальное моющее средство). Обладает дезинфицирующим эффектом	750
R3	Для мытья стекол, зеркальных поверхностей, кафельной плитки, дезинфекции телефонных аппаратов. Быстро удаляет грязь, отпечатки пальцев, не оставляет разводов	750
R4	Полироль для мебели. Создает защитный слой	750
R5	Освежитель воздуха	750
R6	Сильнодействующее кислотное средство для обновления сантехнического фаянса	

Исследование клиентоориентированности и выполнения стандартов обслуживания проведем на основе анализа отзывов сайта Booking.com и TripAdvisor (324 отзыва).

Анализ показал наличие как положительных, так и отрицательных

отзывов. Численность положительных отзывов в целом заметно больше. Из общих замечаний – положительно оценивают гости месторасположение отеля:

– *Хорошее расположение отеля, в центре, рядом (в пешей доступности) есть хорошие, интересные рестораны. Ходили ужинать в "Вино и мясо", там делают очень хорошие стейки.*

– *Гостиница расположена в центре Ростова-на-Дону, рядом - основные достопримечательности, много кафе и ресторанов. Одна часть отеля выходит на оживленный проспект, другая - на тихую улицу с односторонним движением и дворы, учитывайте это при выборе номера.*

Однако расположение в центре имеет свои недостатки, часть номеров, которые выходят окнами на проспект довольно шумные:

– *Уютно, сервис достойный, в номере вода, чай/кофе. Вся гарнитура отличного качества, огорчал только рёв моторов в ночное время от спортивных машин, через пластиковые окна были слышны отголоски...*

Расположение в историческом особняке также вносит своеобразие – многие номера отличаются от стандарта, даже окнами:

– *Номер очень понравился. Ощущение, как будто в старинном здании живешь с индивидуальной планировки, деталями интерьера и т.п. Все необычно)))*

– *Двоякое впечатление оставил только отдельный (в нашем случае) санузел, двери частей которого смотрят друг на друга через входной коридор. Самый большой плюс - окна. Которых... нет. То есть они есть, но замаскированы так, что не выделяются.*

– *Интерьеры мрачноваты. Света в номерах мало. В некоторых номерах весьма неудачная планировка: отдельный санузел и окно в нише - ощущение бункера.*

Расположение в центре в историческом особняке привело к отсутствию парковки, что отмечается гостями как существенный недостаток:

– Нет нареканий к сервису, но отель показался уменьшенной копией своих собратьев в Сочи, Москве и т.д. Огорчило отсутствие нормальной парковки, периодически вылетал Интернет. Эти моменты компенсировал комфорт и хорошая звукоизоляция в номере.

– Приехал во второй половине дня в воскресенье. Парковочное место было. Вечером получилось стать только с обратной стороны. Утром понедельника, с утра пошел за машиной увидел страшную картину. Машины чуть ли одна на одной стоят. Парковки собственной у отеля нет. Поэтому с местом в будни проблема будет. Все остальное отлично.

Особенности гостиничному сервису придают городские службы, «вмешиваясь» в предоставление услуг:

– Общее впечатление очень хорошее! Но заселение омрачилось неработающим отоплением (температура на улице приближалась к 0 гр), отсутствием воды (но это вина Водоканала - в этот день случилась городская авария!), отсутствием комплекта принадлежностей и полотенца для второго человека, хотя номер был забронирован и оплачен за неделю на двоих. Тем не менее спасибо большое персоналу!! Проблема была решена быстро - нас переселили в номер категорией выше! Но и там отопление было на высоте - видимо это «болезнь», общая по отелю!

Гости отмечают работу определенных сервисов:

– Очень доволен сервисом бронирования и работы конференц-залов отеля Mercure в Ростове-на-Дону. 29-30 октября 2017г. проводил конкурс по отбору персонала для международной компании ИЗОПАН РУС. Выбирал между конференц-залами в отелях Mercure и Attache. Из за моментальной реакции и очень внимательного отношения остановил

выбор на отеле Mercure. Очень понравилась профессиональная работа менеджер отдела продаж Куличковой Марии. Оперативно решили вопросы с бронированием, оборудованием залов и стоимостью. Работали в обоих залах - "Парамонов" (побольше) и "Байков" (поменьше). Отличные помещения, хорошее оборудование, вежливый и отзывчивый персонал. В стоимость аренды входило обеспечение чаем и кофе и даже получили для каждого участника по фирменному карандашу). Для полного удовлетворения не хватило лишь отсутствие на стульях встроенных планшетов для удобства записей.

Гостиничный сервис – это приятные мелочи, наличие которых в Меркюре отмечают гости:

– Из приятных фишек - в лобби книги, интересные фотоальбомы о Ростове и местных достопримечательностях.

– Ещё понравились открытки с видами Ростова и отеля на ресепшн. Нужно только написать адрес, отель сам заплатит за пересылку и передаст открытку на почту.

Но если говорить об обслуживании гостей персоналом, в основном оценки даются - «приятный персонал», «вежливые сотрудники на ресепшн и в лобби». «обслуживающий персонал обслуживает незаметно и предупредительно».

Гостиничный сервис – это внимание ко всем категориям гостей:

– Путешествовали с 5-месячным ребёнком. Очень радует отношение сотрудников к гостям. И наличие парковки огромный плюс. Конечно, данный отель больше ориентирован на командировочных, чем на отдых с детьми. Но сотрудники отеля стараются сделать отдых любого гостя максимально комфортным. В последний наш визит очень понравилась игрушка для ребёнка и фрукты для нас с мужем.

– Останавливаемся в этом отеле уже третий раз. Спасибо за уют и комфорт. Отдельная благодарность за приятные сюрпризы детям.

Гостиничный сервис – это моментальное выполнение требований гостей:

– *Приятный номер, нормального размера, всё идеально чисто, красивая ванная комната, да и сам номер, есть всё необходимое. В процессе умывания выяснила, что не взяла с собой зубную пасту, так после общения с рецепши горничная принесла мне в номер "зубной набор" бесплатно, что было весьма приятно.*

– *Утюг в номер на 8 этаж доставляли после звонка на ресепши через 3 минуты. Под дверью что ли подслушивали???*

– *Гостеприимство и приветливость персонала, молниеносность исполнения просьб.*

Гостиничный сервис – это предугадывание пожеланий гостей:

– *А также удивила оперативность сотрудников. В предыдущий визит я отметила, что хотелось бы видеть в номере зубные наборы. Раньше они были вроде по запросу гостя. Когда мы остановились в отеле через 2 недели, зубные наборы нас ждали в ванной комнате. Спасибо за такое внимание к мелочам и такую быструю реакцию на слова гостей. Будем останавливаться в этом отеле снова и снова.*

Для того, чтобы предугадывать желания гостей, необходимо организовать обратную связь с гостями. Ответы на отзывы гостей – один из каналов обратной связи. Приятно, что Генеральный Управляющий отелем Наталья Васильевна Ковальчук лично отвечает гостям. И это не только формальные благодарности за отзыв. Приведем пример реального диалога.

Отзыв гостя: Хорошее месторасположение, приветливый персонал, парковка только городская, своей нет. Отель понравился. Был в командировке с коллективом. Выбрал этот отель из за локации, потому что люблю ходить по новым городам пешком.

Ответ Н.В. Ковальчук: Благодарим Вас за оставленный

комментарий! Нам приятно, что Вы высоко оценили работу персонала и расположение отеля. Наши сотрудники всегда с удовольствием расскажут Вам о самых интересных достопримечательностях, а также предложат карту города для более комфортной прогулки.

Специально отметим отзывы гостей о службе горничных, о проведении уборки, о чистоте в отеле:

*– служба горничных и сервиса - уборка качественная. количество полотенец точно по регламенту 4**

– Отель понравился. Для меня пока это лучший отель в Ростове. Люблю сеть за то, что в номерах ничем не пахнет, ни химией, ни застарелым сигаретным дымом. Для меня это очень важно, т.к. я аллергик.

– Номер убрали качественно.

– Номера просторные, светлые, тихие. Чистота чуток подкачала (несколько пыльно, особенно в шкафу). С заселением мне не повезло, но очень хочется верить, что это действительно было просто невезение. В новогодние праздники за стойкой работала одна молодая девушка, которая и заселяла гостей, и отвечала на звонки. Все делала очень неспешно, стойка быстрой регистрации для участников программы лояльности естественно не работала, мою электронную регистрацию тоже никто не обработал... Ну и в финале девушка забыла дать мне ваучер на приветственный напиток.

– Персонал весь нам показался довольно доброжелательным. Уборка в номерах хорошая. Полотенца, белье все чистое, без запахов и т.п.

– Лучший на данный момент отель Ростова. Чисто, тихо. Хорошие обильные завтраки.

– По номерам и уборке вопросов нет, всё на очень хорошем уровне.

Судя по отзывам, отель соответствует заявленному

четырёхзвездочному стандарту сервиса. Тем не менее, анализ отзывов гостей показал отдельные недостатки в работе персонала отеля, случаи невнимания, некомпетентности сотрудников (таблица 10).

Таблица 10

Проблемы в обслуживании гостей

Фрагмент отзыва гостей	Комментарии
<p>С заселением мне не повезло, но очень хочется верить, что это действительно было просто невезение. В новогодние праздники за стойкой работала одна молодая девушка, которая и заселяла гостей, и отвечала на звонки. Все делала очень неспешно, стойка быстрой регистрации для участников программы лояльности естественно не работала, мою электронную регистрацию тоже никто не обработал... Ну и в финале девушка забыла дать мне ваучер на приветственный напиток.</p>	<p>Нехватка персонала забывчивость – не психологическое качество, а проявление некомпетентности не сообщила гостю о технических проблемах в системе электронной регистрации, в результате у гостя сложилось мнение, что это результат ее плохой работы</p>
<p>Что не понравилось: окна выходили на центральную улицу - было шумно; окна открываются всего на 10-15 см из-за не съемных ограничителей - было душновато (все-таки юг и май месяц); был балкон, но дверь была заблокирована, открыть ее отказались без объяснения причин</p>	<p>ограничители на окнах – необходимость (проблемы безопасности). Работники отеля не смогли гостю убедительно объяснить, что это ради его же безопасности</p>

Фрагмент отзыва гостей	Комментарии
<p>И ещё момент, когда попросили принести доску и утюг, принесли все оперативно. Но состояние утюга это ужас! Провод весь перекручен, нарушена обмотка. Девушка передала утюг мужу и сказала-осторожнее вот тут голый провод, чтоб вас током не ударило)) к девушке претензий нет. А вот утюги отелю стоит купить новые все-таки!</p>	<p>Новые утюги действительно нужны. Но проблема в обслуживании – нельзя гостям давать предметы, которые могут быть опасными для жизни и здоровья</p>
<p>При заселении сотрудник ресепшен протянул ключ и сказал: "Ваш номер на 5-м этаже". И всё. На мой вопрос о дополнительных услугах отеля и условиях проживания скороговоркой рассказал о времени и месте завтрака. На этом весь пыл угас.</p>	<p>Гость требовал большего внимания и участия.</p>
<p>Во время завтраков официанты ходят с каменными лицами, едва реагируя на приветствия и слова благодарности. Я понимаю, что у них непростой труд и уважаю его, но нельзя же настолько открыто демонстрировать отсутствие позитива.</p>	<p>Улыбка – обязательный атрибут хорошего сервиса.</p>

Проведенный анализ показывает направление совершенствования обслуживания отеля «Mercurie» - внедрение инноваций и обучение персонала.

3.3. Технологические инновации в работе хозяйственной службы группы компаний AccorHotels

Чистота современного отеля – результат технологий и инноваций, природа которых в постоянном развитии и совершенствовании. В соответствии с нашей формулой гостиничного сервиса и типологии рассмотренных в первой главе инноваций наши переложения касаются мероприятий по повышению производительности труда, улучшению качества обслуживания гостей, внедрению новых технологий. В понятие инновации обязательно входят новые технологии, которые гостиницы могут применяться в самых разных сферах своей деятельности. Это могут быть новейшие расходные материалы, безопасные экологические моющие средства и приспособления для персонала службы housekeeping, инновационные противопожарные системы безопасности, использование энергосберегающих технологий в гостиницах.

Группа компаний AccorHotels уже сообщила, что тестирует «умный» номер для отеля, используя голосовую активацию и Интернет команды, чтобы улучшить гостевой опыт. Вот лишь некоторые из тестируемых функций: подключенный планшет, позволяющий регулировать свет и музыку в комнате, закрывать занавески, наклонять спинку кровати и управлять аудиовизуальным оборудованием. Также к услугам гостей светодиодное освещение с датчиком движения, вспомогательные средства для сна, такие как светящийся метроном Dodow или Dreem — заставка, способствующая лучшему сну.

Думаем, нужно внимательно присмотреться к этому опыту, внимательно изучить результаты тестирования, тем более что этот опыт существует в рамках сети AccorHotels. Но даже сейчас можно внедрять его элементы, направленные на улучшение сна. Актуальность этих

средств связана с особенностями местоположения отеля в центре города и выходом части окон на шумный проспект. Конечно, гости отеля отмечают хорошую звукоизоляцию окон с самих номеров (отсутствие громких звуков не только с улицы, но и от соседей), но проблемы у современных горожан мешают хорошему сну и могут переадресовываться отельерам. Кроме средства для сна, можно предложить оборудовать номера инновационными будильниками, ориентированными на физиологическое пробуждение. Конечно, отель предлагает гостям пробудку по требованию, но медики считают, что самым правильным является пробуждение в условиях постепенно усиливающегося освещения (имитация восхода солнца). За полчаса до времени пробуждения будильник, совмещенный с лампочкой, включается и постепенно усиливает освещенность, как солнечные лучи постепенно начинают освещать дом. Внедрение подобной инновации подчеркнет клиенториентированность сервиса в отеле.

Кроме того, хорошему сну может способствовать новое экологическое постельное белье. AccorHotels и ее промышленный партнер Standard Textile разработали инновационную технологию Elevation®, которая включает в себя концентрацию основной массы материала в центре банного полотенца, что помогает оптимизировать вес продукта, сохраняя при этом то же качество и ощущения для гостя. Это нововведение в сочетании с отказом от химического отбеливания приводит к значительному сокращению негативного влияния на экологию. Воздействие на окружающую среду от одного полотенца в отелях средне-ценового сегмента сократится на 45%-52%, а в эконом-сегменте – на 35%-45%.

Экологические преимущества данной инновации – снижение загрязнения окружающей среды за счет снижения выбросов углекислого газа на 42% и сокращение потребления воды на 48% в процессе

производства полотенец и халатов, сокращение количества химических веществ, используемых в текстильной промышленности на 88%, увеличение продолжительности срока службы полотенец и банных халатов на 20% и снижение негативного воздействия с 16% до 9%.

Французское происхождение бренда проявляется в том, что внедрение нового экобелья произведет значительное социально-экономическое влияние на текстильную промышленность Франции: вся обработка сырья и производство тканей, будут выполняться в районе Вогезов (французская мануфактура по выпуску постельного белья).

Прежде чем внедрить данную инновацию и утверждать, что она произведет революцию, AccorHotels обратился к независимым организациям, с просьбой произвести необходимые исследования.

Внедрение в отеле экобелья способствует расширению клиенториентированных новаций, таких как велнесс-номера и номера для аллергиков. В некоторых отзывах гостей подчеркивалось, что им, аллергикам, в отеле было достаточно комфортно⁶².

Еще одна инновация, которая следует из отзывов и замечаний гостей. Некоторые гости, оценивая работу службы хаускипинга, говорили об отсутствии разного рода запахов, которые витают в других отелях. Мы уверены, что отсутствие неприятных запахов – результат хорошей работы хозяйственной службы. Плохие запахи не перебеешь различного рода освежителями воздуха, ароматизаторами, которыми горничные пользуются при уборке номеров. Необходима хорошая, качественная уборка. Но в современном отельном бизнесе с успехом используют различные ароматехнологии, чтобы все гостиницы ассоциировались у гостей не только с названием и логотипом, и с элементами дизайна и интерьера, приветствиями персонала, но и с определенным ароматом.

⁶² Аромамаркетинг в отельном бизнесе <http://prohotelia.com/2009/08/аромамаркетинг-в-отельном-бизнесе/>

Следует обратить внимание на инновации в области взаимоотношений с гостями отеля. Например, консьержи в гостинице «Intercontinental» первыми стали применять планшетные «iPod» для работы с гостями, так как планшетные «iPod» удобны для быстрого предоставления информации гостям. В феврале 2016 года бренд AccorHotels 'Mercure запустил БОТ(бот) — новейшее решение для обмена мгновенными сообщениями в Facebook и Messenger. Удобный инструмент позволяет путешественникам детально ориентироваться в регионе просто путем геолокации.

К организационным инновациям можно отнести совершенствование методик контроля за работой горничных. Супервайзер хозяйственной службы, выделяет для тщательного контроля два номера из общего числа убранных одной горничной. Используя лист критериев оценки, проверяет тщательно и качественно. Затем выставляет оценку и выводит общий балл. Этот балл учитывается в системе стимулирования работников. Супервайзер отмечает зоны, которые убрались хуже. Если были обнаружены какие-то малейшие поправки, то они вносятся в автоматизированную систему. Но если горничная не справляется и ее оценки недостаточно хороши, это не является основанием для немедленного наказания горничной. С ней необходимо провести контролируемую уборку – возможно, она не знает, как именно нужно убирать ту или иную поверхность. В этом случае проблема решается проведением дополнительных тренинговых занятий, для того чтобы работа по уборке номеров в дальнейшем проводилась идеально.

Обучение и тренинги для работников службы хаускипинга должны проводиться регулярно, а не только при приеме на работу. Обучающие программы включают проработку проблем технологий уборки (знание новых материалов, процессов) и выполнение стандартов уборки.

Примерная программа обучающего курса
«Инновационные технологии уборки».

1. Проблемы чистоты и гигиены, как отражение состояния гостиничной отрасли.
2. Чистота в отелях: эстетический, микробиологический и эксплуатационный подходы.
3. Как продлить срок эксплуатации ковровых покрытий.
4. Причины образования неприятных запахов и методы эффективной борьбы с ними.
5. Эффективная экоуборка: Использование пароочистителей.
6. Гарантия чистоты с применением бумажной продукции. Опыт скандинавских отелей.
7. Современные бисфосфатные методы стирки белья. Немецкий опыт
8. Правила обустройства грязевого барьера и его вклад в чистоту напольных покрытий.
9. Экочистота и гигиена. Забота о клиенте и окружающей среде

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Инновации – это путь развития гостиничного сервиса, тем более что мы вступили в эру быстрых и кардинальных технических изменений, которые затрагивают не только космическую, нефтегазовую отрасль или атомное машиностроение. Эти изменения проникают в быт людей, технологии обыденной жизни, создавая комфорт и уют. Инновации в гостиничной сфере направлены на обеспечение максимальных удобств гостей. Например, технология, получившая название «Splash of Brilliance», позволяет рисовать в душе на запотевшей перегородке и отправлять нарисованное на планшет, откуда полученные идеи можно будет отправить себе на email или мессенджер. Планируется, что после двух месяцев использования «Splash of Brilliance» будут сделаны выводы, насколько технология рентабельна и востребована у гостей отеля⁶³.

Четыре инженера из Массачусетского технологического института открыли в Бостоне ресторан быстрого питания Spruce с «первой в мире» автоматизированной кухней. Блюда в заведении одновременно готовят семь систем с механизированными кастрюлями. Готовка у роботов занимает всего три минуты. Роботизированная кухня может готовить до 200 блюд в час. Стоимость одной позиции составляет около 7,5 \$. Владельцы ресторана отмечают, что Spruce находится на пересечении гостеприимства и технологий. Посетители ресторана выбирают желаемое блюдо с помощью специальных устройств с сенсорными экранами. В ассортименте салаты из самых разных ингредиентов, в том числе овощей, фруктов, зелени, злаков, сыра, орехов, куриного мяса или рыбы. Некоторые составляющие можно добавлять или исключать по желанию. Имеются варианты блюд для вегетарианцев, веганов, а также

⁶³ <http://prohotelia.com/2017/12/marriott-splash-of-brilliance/>

без глютена. Весь процесс непосредственного приготовления пищи занимает не больше трех минут. При этом кухня открыта — гости ресторана могут наблюдать за приготовлением пищи. Автоматизированная система умеет готовить блюда разных кухонь мира, в том числе тайской, марокканской и латиноамериканской⁶⁴.

В Hard Rock Hotel & Casino Biloxi, расположенном в Миссисипи (США) можно заказать коктейль роботу-миксологу с помощью специального приложения на планшетах, которые предлагает отель своим гостям. На экране отображаются все заказы в порядке очереди, а также добавляемые ингредиенты и инфографика в режиме реального времени. В отеле Sofitel SO Bangkok появился робот-художник Пол, рисующий портреты гостей шариковой ручкой. Группа компаний AccorHotels, к которой принадлежит бренд Mercure, ориентирована на инновации, что проявилось в стратегия корпоративной социальной ответственности Planet 21 ActingHere разработанной до 2020 года. Гости, проводящие более одной ночи в отеле, поощряют повторное использование своих полотенец, а половина средств, сэкономленных на стирке, выделяется для посадки деревьев. Почти 6 миллионов деревьев уже были высажены в 26 странах, и целью Группы является финансирование посадки 10 миллионов деревьев к 2021 году. В какой-то степени гостиницы – это выставки новаций, которые врываются в нашу жизнь и делают ее, если не лучше, то уж точно удивительней.

Приведенные примеры показывают, что источниками гостиничных инноваций в гостиничном сервисе выступает появление новых потребностей гостей, новые запросы, продиктованные изменением технологического фундамента общества. Другим источником инноваций выступает потребность качественного и безопасного сервиса. Ведь к

⁶⁴ <http://prohotelia.com/2018/05/worlds-first-robotic-kitchen/>

гостиницам и иным средствам размещения по-прежнему предъявляются повышенные санитарно-гигиенические требования. Гости чувствительны к недостаткам в работе хозяйственной службы гораздо более, чем к проблемам других служб отеля. Современные инновационные разработки, внедренные в работу хозяйственной службы, обеспечивают повышение качества уборки и снижение затрат на расходные материалы и персонал. Но в этом случае персонал должен быть обучен, владеть стандартами обслуживания на основе новейших технологий.

Анализ кейса - деятельности хозяйственной службы отеля «Mercure Rostov-on-Don Centre» показал соответствие современным трендам развития гостиничного бизнеса: внедрение инновационных разработок и стремление к клиентоориентированному сервису. Анализ отзывов гостей позволил установить соответствие обслуживания гостей заявленному уровню, а также выявил желаемые инновации и проблемы обслуживания. Положительно повлияет на быстроту и качество решения задач хозяйственной службы современного отеля, эффективность выполняемой работы, повышение стандартов обслуживания внедрение новых разработок в сфере экологических материалов (постельного белья), моющих средств и инструментов. Совершенствование клиентоориентированных технологий обслуживания требует постоянно действующей системы разработки стандартов обслуживания и эффективного обучения стандартам в форме тренингов и решения ситуативных задач.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Автоматизация работы службы Housekeeping
<http://www.delinform.ru/article.php?numn=3047>
2. Агамирова Е.В. Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе. - М.: Дашков и К, 2008. - 180 с.
3. Актуальные темы клининга и хаускипинга - URL:
<http://spamedia.ru/spa-actualno-man/244-aktualnye-temy-klininga-i-khauskipinga>
4. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг. - М.: Академия, 2009.
5. Аромаркетинг в отельном бизнесе - URL:
<http://prohotelia.com/2009/08/аромаркетинг-в-отельном-бизнесе/>
6. В Европе открылся первый «умный отель» - URL:
<https://www.frontdesk.ru/news/v-evrope-otkrylsya-pervyy-umnyy-otel>
7. В каких странах самые чистые и самые грязные гостиничные номера? - <http://prohotelia.com/2015/08/cleanliness-in-european-hotels/>
8. Ваген Линн Ван Дер. Гостиничный бизнес. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. 412 с.
9. Веселова Н. Ю. Организация туристского бизнеса. Краснодар, 2015.
10. Власова К. Л. Стратегический маркетинг фирмы в условиях конкурентной среды // Маркетинг в России и за рубежом. 2016.- № 10. С. 12-14.
11. Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса: Учебное пособие. - Ростов н/Д: Феникс, 2013.
12. Гаврилова А.Е. Деятельность административно-хозяйственной службы: учебник для студенческих учреждений высшего профессионального образования/ А.Е. Гаврилова- М.:

Издательский центр «Академия», 2012.

13. Горбашко Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности: Учебное пособие. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. - с. 256.

14. Гостиница и ресторан: бизнес и управление // Официальное русскоязычное издание для специалистов отрасли Horeca. – 2016. – №2. С. 27-29.

15. Гостиничное дело: Авдеева Маргарита о развитии клининга и аутстаффинга для гостиничного сектора в России. – 2014.

16. Гостиничный сервис. – URL: <http://knowledge.allbest.ru>

17. Даньшин Н.К. Организация и технология туризма. Донецк, 2016.

18. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. - М.: Академия, 2015. - 224 с.

19. Дударь Т. Чистый отель – прихоть или необходимость – URL: <http://prohotelia.com/2012/01/cleanliness-and-higiene/>

20. Дурович А.П.: Маркетинг гостиниц и ресторанов. - М.: Новое знание, 2005.

21. Иванов В.П. Внедрение новых технологий обслуживания в гостиничном бизнесе. М.: «Молодая гвардия», 2016 г.

22. Касумов Д.Г. Особенности организации системы управления гостиничным предприятием // Региональные проблемы преобразования экономики. 2011. № 1. С. 427-433.

23. Компания Blesk InCare предоставляет своим клиентам услугу аренды прямого белья – URL: http://bleskincare.ru/services/linen_cleaning/58/

24. Кулаковская И.С. Инновационные технологии чистоты и комфорта как залог коммерческого успеха отеля // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. Выпуск 5.

25. Кулаковская И.С. Инновационные технологии чистоты и комфорта как залог коммерческого успеха отеля. Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – URL: <https://elibrary.ru>
26. Лесник А.Л., Мащицкий И.П., Чернышев А.В. Организация и управление гостиничным бизнесом. - М.: Аспект Пресс, 2009. 265 с.
27. Метод предварительной подготовки - современная технология уборки помещений – URL. <http://vileda-professional.com/ru-RU/products/systems/ppmopping/>
28. Могильный М.П., Башкатова Н.П., Баласанян А.Ю. Стандарт организации (предприятия общественного питания) – М.: ДеЛи Принт, 2009.
29. Мостовая И.В., Закалистова А.А. Гостиничные инновации: работа службы housekeeping. – URL: <https://www.iupr.ru>.
30. Нидзельский П.Д., Яцкова М.А., Соколина Г.М., Жданова Ж.В. Итоги внедрения современной системы клининга в лечебном учреждении: ожидания и реальность. Инфекция и иммунитет. 2017. № 5. С. 336. – URL. <https://elibrary.ru>.
31. Нужны ли инновации в отеле? - URL: http://www.hotelline.ru/guest_article.php?news_cid=537&news_id=1154
32. Обзор моющих средств для отелей. Портал про гостиничный бизнес. – URL: <http://prohotel.ru>.
33. Официальный сайт гостиницы «Mercure» - URL: www.accorhotels.com/
34. Пименова О.В. Ответы на вопросы читателей. Российский журнал детской гематологии и онкологии. 2018. Т. 5. № 2. С. 56-57. URL: <https://elibrary.ru>.
35. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в

Российской Федерации».

36. Программы лояльности - URL: <http://www.city-of-hotels.ru/168/discount-hotel-ru/loyalty-program-hotels-ru.html>

37. Программы лояльности отелей – от количества к качеству - URL: <http://buyingbusinesstravel.com.ru/articles/programmy-loyalnosti-otелей-ot-kolichestva-k-kachestvu/>

38. Радыгина Е.Г. Создание безбарьерной среды в средствах размещения для гостей с ограниченными возможностями // Концепт. - 2014. - № 05 (май). - URL: <http://e-koncept.ru/2014/14120.htm>

39. Роль хозяйственной службы в гостиницах <http://positime.ru/rol-hozyaystvennoy-sluzhby-v-gostinichah>

40. Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны). – СПб.: Питер, 2008. – С.27-28.

41. Сайт торговой марки Tork. – URL: <https://www.tork.ru>.

42. Сенин В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 144 с.

43. Сети отелей в Ростове-на-Дону - URL: http://www.101hotels.ru/hotel_chain/russia/rostov-na-donu

44. Системы центрального пылеудаления DUO VAC – воплощение идеальной чистоты. URL. <http://dmee.ru>

45. Скобкин С.С. Квалификационные требования, характеристики должностей, нормативы труда работников гостиничного хозяйства и общественного питания: Практич. пособие / Сост. С.С. Скобкин. - М.: Экономистъ, 2014.

46. Скобкин С.С. Менеджмент в туризме. - М.: Магистр, 2016. - 447 с.

47. Современная техника для профессиональной уборки отелей. Портал про гостиничный бизнес. - URL: <http://prohotel.ru>
48. Составлено автором по материалам нормативного документа «Система классификации гостиниц и других средств размещения», утвержденном Приказом № 86 Федерального агентства по туризму (РОСТУРИЗМ) от 21 июля 2005 г.
49. Тимохина Т.Л. Организация административно-хозяйственной службы гостиницы: учебное пособие. - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2009.
50. Тимохина Т.Л. Организация административно-хозяйственной службы гостиницы: учебное пособие. - М.: ИД «Форум»: ИНФРА - М, 2012.
51. Умный дом - URL: <https://ecoteco.ru/library/magazine/zhurnal-111/tehnologii/umnyu-dom/>
52. Федцов В.Г. Культура сервиса: Учебно-практическое пособие. - М.: «Издательство ПРИОР», 2015.
53. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. М.: Финансы и статистика, 2016. - 176 с.
54. Хаускипинг. Что нового? Журнал «Пять звезд. Гостиничный бизнес» №9-10, сентябрь-октябрь 2017. – URL. <http://5stars-mag.ru/>
55. Химия и жизнь. Журнал «Пять звезд. Гостиничный бизнес». №01-02, Январь-Февраль 2013. – URL: <http://5stars-mag.ru>
56. Хозяйственная служба – URL: <http://www.city-of-hotels.ru/165/stuff-terms-ru/housekeeping-ru.html>
57. Шкардун В. Позитивный имидж фирмы как база эффективного брендинга // Бренд-менеджмент, 2015, №4. С. 12.
58. CASE-средства для автоматизации инженерной деятельности <http://sapr.ru/article/6833>
59. Guest Relation - связи с общественностью - URL: <https://work->

in-turkey.io.ua/s105730/guest_relation_-_svyazi_s_obshchestvennostyu

60. <http://hotelier.pro/news/item/3302-accorhotels>
61. <http://hotelier.pro/tourizm/item/1842-rosstat>
62. <http://hotelier.pro/tourizm/item/1842-rosstat>
63. <http://prohotelia.com/2017/04/palomar-pet-pals/>
64. <http://prohotelia.com/2017/12/marriott-splash-of-brilliance/>
65. <http://prohotelia.com/2018/05/worlds-first-robotic-kitchen/>
66. <https://www.accorhotels.com/ru/russia/index.shtml>
67. <https://www.accorhotels.com/ru/russia/index.shtml>
68. <https://www.accorhotels.com/store/>
69. <https://www.kuban.kp.ru/daily/26487.7/3356496>
70. <https://www.kuban.kp.ru/daily/26828/3869156/>
71. Tennant. Официальный сайт. – URL: <https://www.cleanpr.ru>.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	3
Раздел 1. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЦАХ.....	6
1.1 Понятие и структура инноваций	6
1.2 Инновации в работе современного отеля.....	20
Раздел 2. ИННОВАЦИИ В РАБОТЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ – ФАКТОР КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	32
2.1. Значение хозяйственной службы для успешного функционирования гостиницы.....	32
2.2 Технологические инновации в работе хозяйственной службы гостиницы.....	42
Раздел 3. ТЕНДЕНЦИИ И ИННОВАЦИИ В РАБОТЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ГОСТИНИЦЫ «MERCURE ROSTOV-ON-DON CENTRE»: АНАЛИЗ КЕЙСА.....	78
3.1 Общая характеристика гостиничного предприятия «Mercure».....	78
3.2. Анализ работы службы хаускипинга отеля «Mercure».....	83
3.3 Технологические инновации в работе хозяйственной службы группы компаний AccorHotels.....	97
Заключение.....	102
Список использованных источников.....	105

Научное издание

Сенченко Ирина Николаевна
Кожанова Ирина Анатольевна
Быкова Екатерина Сергеевна

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ИННОВАЦИИ В РАБОТЕ
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ГОСТИНИЦЫ**

Научный редактор
доктор социологических наук профессор И.В. Мостовая

Печатается по решению Ученого совета
Высшей школы бизнеса
Южного федерального университета
Протокол № 6 от 26.06.2018

Сдано в набор 07.06.18. Подписано в печать 20.07.18

Усл. п.л. 5,0
Тираж 500 экз.

ООО «ДГТУ-Принт»
344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1