

## ХАУСКИПИНГ – УПРАВЛЕНИЕ ГОСТЕПРИИМСТВОМ

**Н.И. Федяева,**

*магистрант кафедры международного туризма  
и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»*

**О.К. Слинкова,**

*доктор экономических наук, доцент,  
профессор кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»*

**Аннотация.** Рассмотрена и проанализирована роль службы хаускипинга в управлении гостеприимством на предприятии гостиничного бизнеса в целях повышения качества сервиса.

**Ключевые слова:** гостиница, гость, персонал, служба хаускипинга, высококачественный сервис.

Современный рынок гостиничных услуг живет и развивается в условиях различных геополитических ситуаций. Несмотря на нестабильность реалий, сложность межнациональных взаимоотношений, отрасль динамично развивается, именно это обстоятельство требует комплексного рассмотрения тенденций развития и особенностей гостиничного сервиса. В современных жизненных условиях, профессиональная деятельность индустрии гостеприимства является сложной сферой. Большое количество персонала предприятия, составляющее различные службы, работает над качеством предоставляемой услуги. Качество гостиничных услуг неразрывно связано с гостеприимством, обеспечение высокого уровня которого является заслугой всего коллектива гостиницы, но прежде всего – контактного персонала. На это указывают многие специалисты. Так, например, Г.В. Шелудько в своей статье отмечает: «роль и значение контактного персонала трудно переоценить, ведь именно при его посредстве и на его «фоне» происходит идеальное согласование требований потребителя и предложений производителя сервисных услуг» [4, с. 145].

Одной из ведущих и значимых служб отеля является хозяйственная служба или служба номерного фонда, а еще служба горничных. Это подразделение имеет множество названий, но, по нашему мнению, больше всего её характеризует следующее название: служба хаускипинга. И это не связано с данью моде и современности. Просто в переводе с английского – это слово означает «уход за домом», создание в нем уюта, комфорта и порядка. Деятельность сотрудников этой службы самым непосредственным образом определяет складывающийся в гостиничном предприятии характер и уровень гостеприимства. Именно профессионалы этой службы помогают каждому гостю почувствовать себя как «дома», а сама служба должна являться производителем высококлассного сервиса.

Существуют разные представления о том, какой сервис следует считать высококлассным. Н.А. Лучина, характеризуя высококлассный сервис, указывает на важную его черту – достойное обслуживание: «С достойным предоставлением сервиса человек должен чувствовать себя не клиентом, а гостем: тем, кого ждали, чьи потребности хотели удовлетворить, проблемы решить, и не ради материальной выгоды, а именно потому, что он нуждается в этом» [1, с. 176]. К числу характеристик высококлассного сервиса относят также «готовность работников сферы услуг сделать для клиента все и даже больше того, что требуют должностные инструкции» [2, с. 46]. Также очень важной чертой высококлассного сервиса мы считаем искренность. Персонал можно многому обучить, но гости всегда чувствуют, насколько искренними являются те или иные проявления в поведении работников гостиницы.

Предприятие, в котором гостю предоставляют возможность наслаждаться качественным сервисом, ощущать тактильный уют от качественного и свежего белья,

получать эстетическое наслаждение от интерьерного решения номера, не имеет конкурентов в своем сегменте. Трудно переоценить роль службы хаускипинга в обеспечении комфорта пребывания гостей в отеле, от ее грамотной организации зависит многое. Ведь каждый гость, посещая то или иное гостиничное предприятие, в первую очередь оценивает его зрительно. Чистота, или её отсутствие, санитарно-гигиеническое состояние туалетных комнат – показатель отношения персонала к работе и первый критерий оценки и требований гостей. Это показывают результаты многочисленных опросов. Именно работу горничной гость не только осязает, но и ощущает ежедневно. Работа службы осуществляется без выходных и перерывов на обед. В любую минуту сотрудники этой службы готовы выполнить просьбу гостя. Это придает ценность гостиничному предприятию и службе, в частности.

Подобрать персонал и выстроить системную работу службы – очень ответственный и трудоемкий процесс. Он усложняется тем, что статус профессии необоснованно занижается. На самом же деле, требования, предъявляемые к вакансии высоки. Претендент должен иметь определенные качества характера, желание помочь гостю в любой ситуации и в то же время не вторгаться в его приватное пространство, иметь чувство такта и меры, обладать определенным запасом знаний и умением донести информацию гостю, чувством вкуса. Именно поэтому, отнюдь не любой кандидат будет рассмотрен и принят на должность горничной.

Руководство службой осуществляет хаускипинг-менеджер, или руководитель службы. Именно он выстраивает систему работы, а также осуществляет обучение и наставничество. Хаускипинг-менеджер создает систему взаимозаменяемости персонала и в значительной степени определяет атмосферу и настрой коллектива. Бытует такое мнение, что профессионализм руководителя показывает его отсутствие. С этим трудно не согласиться. Четко выстроенная работа службы не требует дополнительных распоряжений и контроля.

Руководитель службы хаускипинга должен транслировать сотрудникам корпоративные ценности. Выступая в качестве стержня корпоративной культуры, они формируют профессиональную этику. В.А. Хильшер справедливо отмечает: «Профессиональная этика включает широкий круг вопросов, ее необходимо учитывать в отношениях внутри одной организации и между сотрудниками других организаций. Без соблюдения норм деловой этики, внешней и внутренней культуры поведения большинство сотрудников не чувствуют себя защищенными, действуют в условиях дискомфорта, что также может сказываться на качестве исполнения профессионального долга» [3, с. 97-98].

Общие принципы профессиональной этики базируются на следующем:

- профессиональная солидарность;
- особое понимание долга и чести;
- особая форма ответственности, обусловленная предметом и родом деятельности.

Итог вышесказанного неоспорим: на оказание высококачественной услуги и формирование высококачественного сервиса влияют и отношения персонала с гостем, и конечно же, отношения внутри коллектива. Если сотрудник не испытывает психологического комфорта в своем трудовом коллективе, он вряд сможет искренне проявлять дружелюбие и приветливость по отношению к гостю. И наоборот, сотрудник проецирует на гостя дружелюбие, понимание и уважение, если сам испытывает это в своей трудовой ячейке.

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что служба хаускипинга в гостиничном предприятии является механизмом, генерирующим гостеприимство и воспроизводящим высококачественный сервис. Это сложный и многогранный механизм, влияющий на восприятие гостиничного предприятия гостем и формирования его конкурентных преимуществ.

## Литература

1. Лучина Н.А. Совершенствование гостиничного сервиса как основа успешного бизнеса / Н.А. Лучина // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 9 (111). URL: <https://research-journal.org/archive/9-111-2021-september/sovershenstvovanie-gostinichnogo-servisa-kak-osnova-uspeshnogo-biznesa> (дата обращения: 20.10.2023).
2. Патрусова А.М., Слинкова О.К. О соотношении качества обслуживания и удовлетворенности трудом на предприятиях сервиса // Научный результат. Серия: Технологии бизнеса и сервиса. 2016. Т. 2, № 2. С 45-50.
3. Хильшер В.А. Профессиональная этика в сфере гостеприимства: значение и функции / В.А. Хильшер, Е.В. Ананьев // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2018. №1. С. 97-107.
4. Шелудько Г.В. Диалектика взаимодействий при производстве услуг сервисным предприятием // Российское предпринимательство. 2006. № 10. С. 143-145.

## КОНЦЕПЦИЯ УМНОГО ГОРОДА В ОБЕСПЕЧЕНИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

**А.А. Хуртасенко,**  
магистрант I курса,  
кафедра международного туризма  
и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»  
**Т.Б. Климова,**  
кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой  
международного туризма и гостиничного бизнеса НИУ«БелГУ»

***Аннотация.** В данной статье рассматривается концепция умного города как ключевого фактора для обеспечения устойчивости инфраструктуры и развития туризма. Умные города используют инновационные технологии для оптимизации различных сфер жизни, включая транспорт, энергетику, образование и здравоохранение. Особое внимание уделяется применению интеллектуальных решений для управления общественным транспортом и системами навигации, что позволяет повысить комфорт и безопасность для туристов. Использование экологически чистых видов транспорта, развитие возобновляемых источников энергии и внедрение информационных технологий также играют ключевую роль в развитии туризма и повышении конкурентоспособности умных городов. В статье рассмотрены примеры успешного применения технологий умного города в туристической отрасли, а также предложены рекомендации для дальнейшего развития данной концепции.*

***Ключевые слова:** технологии, умный город, умный туризм*

**Введение.** Умный город – это концепция, которая подразумевает использование инновационных технологий для оптимизации процессов управления городом, повышения уровня жизни горожан, а также обеспечения устойчивого развития городской инфраструктуры. В последнее время концепция умного города привлекает все больше внимания со стороны ученых, политиков, городских администраций по всему миру и активно обсуждается сквозь призму развития отдельных секторов экономики. Туризм не является исключением. Учитывая, что это одна из крупнейших и быстрорастущих отраслей экономики в мире, возникает необходимость в развитии инфраструктуры туризма, улучшении качества оказываемых услуг и пр.

Концепция умного города предлагает инновационные решения для устойчивого развития туризма, способствует оптимизации использования ресурсов и, при грамотном управлении, повышению качества жизни людей в целом