

## РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЯХ

*Мартинов Д.Г., студент*

*Науковий керівник: Золоухіна І.В., к.т.н., доцент*

*Харківський національний університет  
міського господарства ім. О.М. Бекетова*

Система заходів, яка забезпечує високий рівень комфорту, що задовольняє різноманітні побутові та господарські запити гостей, називається в готельному господарстві сервісом.

Сервіс потрібно будувати не тільки за принципом попиту (що хоче гість), але і за принципом пропозиції (готель пропонує нові послуги, які може надати, а гість обирає). Але не можна нав'язувати послуги. Виконавець не має права без згоди споживача надавати додаткові послуги, що надаються за плату. Споживач має право відмовитися від оплати послуг, не передбачених договором. Також забороняється обумовлювати виконання одних послуг обов'язковим наданням інших послуг.

Історія виникнення додаткових готельних послуг сягає своїм корінням в глибоку старовину. З ускладненням і диференціацією людських потреб розширювалася і вдосконалювалася система додаткових послуг. Цей процес відбувається і в даний час. Розвитку системи додаткових послуг сприяло становленню готельної справи як галузі економічної діяльності, з плином часу вона приносить все більші та стабільні доходи. Різноманітність і різнобічність у переліку надаваних додаткових готельних послуг дозволяє готельному підприємству здобувати перемогу в складній конкурентній боротьбі на ринку розміщення.

Додаткові продукти готелів дозволяють отримувати додаткову вигоду поряд з вигодою від реалізації основного продукту, а так само допомагають відрізнити основний продукт від продуктів-конкурентів. Фактор професійної пропозиції додаткових послуг є важливим, оскільки непрофесійне впровадження додаткових готельних послуг часом може принести підприємству більше шкоди (у формі невдоволення з боку клієнтів), ніж користі.

Система додаткових послуг на відміну від інших частин готельного бізнесу вимагає нестандартних підходів до вирішення багатьох питань. Правильна організація процесу впровадження та надання додаткових послуг обумовлює можливість розширення

переліку пропозицій для клієнтів готелю та залучення додаткових категорій споживачів.

Індустрія ділових зустрічей і пов'язаних з ними поїздок за останні десятиліття виросла в самостійну сферу бізнесу. Обсяг коштів, що витрачаються щорічно у всьому світі на проведення ділових зустрічей, наукових конференцій, навчальних семінарів, виставок і корпоративних нарад, оцінюється в сотні мільярдів доларів, і ємність цього ринку постійно зростає.

Раніше готелі забезпечували лише проживання та харчування учасників заходів, надаючи спеціально створеним конгрес-центрам займатися приміщеннями для засідань і необхідним технічним обладнанням. Однак учасники всіляких конгресів, що бережуть свій час, хотіли, щоб засідання та ділові зустрічі проходили як можна ближче до місця їх проживання. Та й з організаційної та економічної точок зору отримувати якомога більше послуг на місці для них було б вигідніше.

У наш час у готелі вже недостатньо надати клієнту звичайний номер зі сніданком. Запити гостей стають все вищі, і, щоб задовольнити їх, готельним підприємствам доводиться вигадувати масу додаткових послуг.

Розвиток системи додаткових послуг можливий і поза стінами готельного підприємства, у зв'язку з чим багато хто справедливо вказує на суттєву роль держави, як творця сприятливого клімату для діяльності всіх складових частин готельної галузі. Вирішення таких питань, як координація діяльності готелів, необхідна при вирішенні багатьох галузевих проблем, або створення відповідної міської інфраструктури, може і повинна здійснювати якась зовнішня сила, і держава на цю роль підходить якнайкраще.

Виходить, що розвиток додаткових послуг не повинно бути самоціллю, їх роль вторинна й чітко обмежена. Вони дійсно є чимось, що доповнює «основну страву» - надання власне готельних послуг.

За певних початкових умовах і правильної організації процесу додаткові послуги - це серйозна підмога в роботі готельного підприємства.

Розвиток додаткових послуг дозволяє не тільки розширювати перелік пропозицій для клієнтів готелю, але і залучати до відвідування готельного комплексу жителів міста.

Сприятливий розвиток даного напрямку діяльності готелю неможливо без вдалого поєднання зовнішніх і внутрішніх умов,

наявних ресурсів, які безпосередньо впливають на повсякденну роботу готелю, і грамотного керівництва даним напрямком роботи. Примітно, що фінансові питання при організації та розвитку додаткових послуг далеко не завжди стоять на першому плані. У системі додаткових послуг, як ні в якій іншій частині готельного бізнесу, затребувані нестандартні підходи до вирішення багатьох питань. Це дає готелю хоч і невелику, але реальну можливість виділитися на тлі конкурентів.

Перелік додаткових послуг може доповнюватися, змінюватися і диференціюватися в залежності від розмірів готелю, його місця розташування та цільового призначення, рівня комфортабельності й інших причин. Найчастіше готелі пропонують своїм гостям скористатися послугами підприємств харчування (бару, ресторану, кафе, коктейль-бару, фіто-бару), продуктового та сувенірного магазинів, торгових автоматів тощо.

Провести вільний час і відпочити можна на дискотеці, в казино, нічному клубі, залі ігрових автоматів, залі відеоігор, більярдній і кегельбані. Для любителів активного відпочинку готелі пропонують скористатися послугами сауни, лазні, масажної, басейну (відкритим, критим і дитячим).

До подібних послуг також відносяться спортзали, дитячі майданчики, міні-гольф, тренажерний зал, майданчики для гольфу, баскетболу, волейболу, настільний теніс, теніс, конюшня, пляж на морському, озерному, річковому узбережжі, а також устаткування для водного і підводного видів спорту.

Перелік і якість надання платних додаткових послуг повинен відповідати вимогам присвоєної готелю категорії.

Для середніх і великих туркомплексів (турготелів, повносервісних готелів та інших) з середнім і високим рівнем комфортабельності характерна наявність величезного переліку додаткових послуг:

1. послуги організацій громадського харчування (бар, ресторан, кафе, буфет, пивний бар);
2. магазини (сувенірний, продуктовий), торговельні автомати;
3. інфраструктура розваг (дискотека, казино, нічний клуб, зал ігрових автоматів, більярдна);
4. екскурсійне обслуговування, послуги гідів-перекладачів;
5. організація продажу квитків в театри, цирк, на концерти і т.д.;
6. транспортні послуги (бронювання квитків на всі види транспорту, замовлення автотранспорту за заявкою гостей, виклик таксі, прокат автомобілів);

7. купівля і доставка квітів;
8. продаж сувенірів, листівок та іншої друкованої продукції;
9. побутове обслуговування (ремонт та чищення взуття, ремонт і прасування одягу; послуги хімчистки та пральні; зберігання речей і цінностей; розвантаження, навантаження і доставка багажу в номер; прокат предметів культурно-побутового призначення - телевізори, посуд, спортивний інвентар тощо; ремонт годин, побутової техніки, радіоапаратури; послуги перукарні, манікюрного і масажного кабінетів та інші побутові послуги);
10. послуги салону краси;
11. сауна, лазня, басейни, тренажерний зал;
12. оренда залів переговорів, конференц-залу;
13. послуги бізнес-центру;

Проектований 4\* готель в м. Харків за спрямованістю є діловим готелем. Таким чином, з огляду на можливі потреби лілових гостей доцільно буде в подальшому розширити асортимент додаткових послуг створивши наступні:

1. Послуги гіда-перекладача/перекладача.
2. Прокат авто (з водієм або без). Часто гість має бажання пересуватися без перешкод і обмежень в часі за доступну ціну.
3. Чищення взуття.
4. Чистка одягу. Зовнішній вигляд ділової людини має велике значення і як наслідок це дорогі ділові костюми, пальта тощо. До того ж ділові люди не любляють возити із собою велику кількість речей, але вони мають бути свіжими.
5. Магазин електро-, комп'ютерних та канцелярських товарів.
6. Налаштування гаджетів.
7. Більярдна. За дослідженнями більярд є найпопулярнішою формою відпочинку і ділового населення.
8. Кімната дитячого відпочинку та няня.
9. Купівля і доставка квітів. За дослідженням ця послуга є дуже популярною у готелі будь-якого спрямування.
10. Сувенірна крамничка. Коли немає часу знайомитися з культурою та архітектурою даної місцевості, в пригоді стане дана послуга.

Задля впровадження вищеперерахованих послуг готель має необхідний ресурс - площу, яка запроектована під здачу приміщень в оренду. Необхідним залишиться лише доукомплектувати штат працівників відповідними кваліфікованими спеціалістами.