

4. ДОДАТКОВІ ГОТЕЛЬНІ ПОСЛУГИ ЯК ПОКАЗНИК ЯКОСТІ ТА КУЛЬТУРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

С. Срібна, Т.Ю. Примак

Національний університет харчових технологій

З метою підвищення якості та культури обслуговування клієнтів, а також конкурентоспроможності на світовому ринку готельних послуг, підприємства повинні мати не тільки високий рівень комфорту, але й широкий набір додаткових послуг.

Різноманітність й асортимент додаткових послуг постійно розширюються. Якщо раніше в переліку їх нараховувалося не більше десяти, то сьогодні вже понад шістдесят.

На нашу думку, сервіс готелів доцільно організувати не за принципом попиту, а за принципом пропозиції. Тому додаткові послуги доцільно розділити на групи, що мають загальні риси з точки зору задоволення попиту на них:

1. Полегшують перебування відвідувачів у готелі.
2. Збагачують знання туристів про район, країну перебування.
3. Підвищують рівень комфорту в номерах.
4. Задовольняють особливі вимоги та потреби гостей.

Додаткові послуги є невід'ємною складовою діяльності будь-якого готелю. Їх кількість і якість безпосередньо пов'язані з ступенем затребуваності і може бути різною.

Готельні комплекси роблять небачені хитрощі, аби тут з'явився турист. Наприклад: сертифікат для придбання товарів на солідну суму або спеціальне ліжко для собак, які подорожують разом із своїми господарями, вартістю 90 євро за ніч. Причому прибуток від надання таких послуг може становити від 20% до 40% у структурі прибутку готелю.

Проте основною частиною додаткових доходів для готелів поки що залишається організація різних конгресів, симпозіумів, виставок та інших корпоративних заходів.

Одним із головних пунктів у вдосконаленні якості готельних послуг є реклама, як ефективний засіб інформування потенційних клієнтів про нові товари та послуги.

Для підвищення якості додаткових послуг варто реалізувати першочергові заходи з підвищення ефективності використання існуючої інфраструктури та внести певні корективи, підготувати персонал, розробити програму активного просування готельного продукту та реалізувати її.

Жоден готель не стане користуватися популярністю, якщо до основного роду діяльності, тобто здачі номерів, не додати додатковий сервіс. Зрозуміло, що готелі різного рівня і «зірковості» пропонують і зовсім різний додатковий сервіс. Адже тих, хто зупинився в бюджетному номері, навряд чи зацікавить наявність вертолітного майданчика. У той же час, відсутність Інтернету чимало здивує не тільки бізнесмена, але й просту пересічну людину.