

УДК 338.478.2

Зоткіна А.А.¹, Віндюк А.В.²

¹ студ. гр. МТЕ-419з НУ «Запорізька політехніка»

² д-р пед. наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

ОРГАНІЗАЦІЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

З метою підвищення якості та культури обслуговування клієнтів, а також конкурентоспроможності готельних послуг, готельні підприємства повинні мати не тільки високий рівень комфорту, але й широкий набір додаткових послуг. Сервіс готелів доцільно організувати не за принципом попиту, а за принципом пропозиції. Різноманітність й асортимент додаткових послуг постійно розширюються. Якщо раніше в переліку їх нараховувалося не більше десяти, то сьогодні вже понад шістдесят (а в німецьких готелях найвищої категорії кількість додаткових послуг досягає майже 300). Додаткові послуги виконують декілька завдань.

1. Полегшують перебування туристів у готелі, за рахунок:

– інформаційних послуг (інформування про послуги, що їх надає готель, розваги в туристичному районі, транспортні зв'язки, можливості купівлі товарів, місцезнаходження історико-культурних пам'яток і закладів тощо);

- комунально-побутових послуг (прання, чищення, прасування одягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивного інвентарю тощо);
- посередницьких послуг (резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення театральних квитків, резервування номерів в інших містах тощо);
- послуг автотуристам (забезпечення гаражем, стоянкою, дрібним ремонтом транспортних засобів);
- надання друкованої продукції, настольних ігор;
- продажів товарів;
- прокату спортивного, пляжного інвентарю, друкарських машинок, автомобілів, розмножувальної техніки та ін.;
- зберігання кореспонденції, цінностей.

2. Збагачують знання туристів про район, країну (організація екскурсій, зустрічей, перегляду фільмів, урочистостей з нагоди національних свят).

3. Підвищують рівень комфорту в номерах (подавання закусок і напоїв до номера, медичні та косметичні процедури, встановлення додаткового обладнання в номері, організація спортивно-оздоровчих послуг, створення умов для проведення конференцій тощо).

4. Задовольняють особливі вимоги гостей – діячів мистецтва, спортсменів, бізнесменів та ін. (надання музичних інструментів, послуг особистого екскурсовода, перекладача, секретаря, комп'ютером тощо).

Перелік додаткових послуг істотно відрізняється в різних за видами та категоріями готелях. Готелі категорії «Люкс» або «5*» повинні надавати всі додаткові послуги самостійно. Для цього вони мають розгалужену мережу підрозділів (перукарню, ресторан, кафе, бар, відділення зв'язку та банку, крамниці, кіоски, хімчистку, касу з продажу квитків на всі види транспорту тощо), що виробляють і реалізують різноманітні додаткові послуги.

Готелі, які не можуть самостійно виконувати весь комплекс додаткових послуг, укладають договори на їхнє надання із відповідними комунально-побутовими, транспортними, банківськими, торговельними підприємствами, закладами культури та ін.

Удосконалюючи систему вітчизняного сервісу, необхідно наближати її до загальноприйнятих світових норм і стандартів.

У сучасних готелях організація системи надання послуг досягла нової прогресивної технології обслуговування туристів. Так, великою зручністю для гостей готелю є запровадження пластикових карток. Закодовані картки містять дані, необхідні для готелю (вони можуть записуватись ще під час бронювання номеру), а електронний код слугує ключем для входу в номер.

Американські готельні фірми за допомогою такої картки забезпечують гостей доступ до значної кількості послуг. Спеціальний пристрій, дозволяє туристові резервувати місця в ресторані, вибирати страви для подання їх у

номер, порахувати баланс своїх витрат у готелі, забронювати авіаквитки, місця в готелях, взяти автомобіль напрокат тощо. Для отримання цих послуг туристові достатньо скористатися кредитною картою, за допомогою якої всі витрати автоматично фіксуються і записуються на його рахунок.

Конкурентоспроможність готельних послуг визначається рівнем їхньої якості і ціни. Якість впливає на кінцевий результат (прибуток) і збільшує обсяг продажів. Але підвищення якості пов'язане зі збільшенням витрат на надання послуг. Додаткові витрати, у свою чергу, збільшують собівартість, але з цього впливає і зростання продажів. При цьому збільшується загальна ефективність, що отримується від підвищення якості послуг. Оптимальне співвідношення критерію «ціна/якість» готельних послуг є визначальним у забезпеченні високого іміджу і підвищенні конкурентного статусу готелю на ринку.