

УДК 640.412

Єжова С.Е.¹, Журавльова С.М.²

¹ студ. гр. МТЕз-410 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ОСНОВНІ ТА ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Пропозиція готельних послуг є сукупністю можливостей готельних підприємств представити на ринок готельні продукти і послуги. Готельний продукт з точки зору виробництва є сукупністю певної кількості і якості послуг, здатних задовольнити потреби людей у відпочинку, розвагах і комфортному проживанні.

Як і всякий інший товарний ринок, ринок готельних послуг неоднорідний і класифікується за регіональними, цільовими та іншими ознакам.

З точки зору маркетингової діяльності готельний ринок характеризується як:

- потенційний ринок, що складається з сукупності споживачів із спорідненими потребами відносно готельних послуг, достатніми ресурсами і можливостями купівлі;
- цільовий ринок, що складається із споживачів, об'єднаних загальними потребами і характеристиками, на яких націлена діяльність компанії;
- основний ринок, що складається із споживачів – основних покупців послуг;
- додатковий ринок, що складається із споживачів, які є покупцями певного об'єму послуг;
- стратегічний ринок, що складається із споживачів послуг, на яких фірма робить ставку в майбутньому.

Ринок готельних послуг характеризується наявністю суб'єктів, якими виступають готельні підприємства і споживачі готельних послуг. Найважливішими категоріями ринку є попит і пропозиція. Досягнення збалансованості між попитом і пропозицією забезпечується дією ринкового механізму.

Дослідження ринку готельних послуг визначається по двох напрямках: оцінка тих або інших параметрів на даний момент часу і отримання прогностичних даних.

Послуга – це дії, виконання зусиль. Послуга – це що, володіє цінністю для покупця і може сприйматися свідомістю, розумово. Послуга з'являється як деяка обіцянка, що передбачає високу довіру до того, хто її надає.

Специфіка готельної послуги визначається особливостями і технологіями обслуговування гостей. Технологічний процес надання готельної послуги включає:

- зустрінути гостя при вході в готель;
- реєстрацію, оформлення документів і розміщення гостя;
- обслуговування в номері;
- обслуговування при наданні послуг харчування;
- задоволення культурних запитів, спортивне, оздоровче та фітнес-обслуговування;
- оформлення виїзду, проводи при від'їзді.

Усі перераховані елементи не залишають гостю нічого матеріального або реально відчутного, проте саме вони формують або почуття задоволеності, або почуття досади від марно втраченого часу і грошей.

Таким чином, особливості ринку готельних послуг, специфіка готельної послуги, особливості споживачів готельних послуг визначають специфічні особливості маркетингу в готельному бізнесі.

Крім того, послуги підприємств готельного господарства класифікуються на декілька видів: основні послуги, супутні послуги, додаткові послуги та послуги в широкому розумінні. Основні послуги – це обсяг послуг, які включаються в ціну номера або місця (проживання) і надаються споживачу згідно зі складеним договором.

Додаткові послуги – це обсяг послуг, які не належать до основних, замовляються і оплачуються споживачем додатково за окремим договором (наприклад, користування побутовими приладами).

Кожен готель, який розраховує на ринковий успіх, прагне до розробки готельних послуг з високою споживчою цінністю. Звичайно це нові послуги, які несуть якісно нові можливості для споживачів.