

Селюкова Ксенія Юрївна
здобувачка вищої освіти
Житомирський державний університет імені Івана Франка
м. Житомир

ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ ТА ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ

Додаткові платні послуги є важливим елементом діяльності закладів готельного господарства, оскільки вони не лише забезпечують додаткові джерела доходу, а й підвищують рівень сервісу, формують конкурентні переваги та сприяють комплексному задоволенню потреб споживачів [1, с. 112].

Додаткові платні послуги виступають важливою складовою функціонування сучасних готелів і мають суттєвий вплив на їх ефективність та ринкові позиції. В умовах зростаючої конкуренції саме розширення спектра сервісів дозволяє підприємствам формувати стійкі конкурентні переваги та позитивний імідж.

Додаткові послуги готелів створюють можливість отримання додаткового прибутку поряд із доходом від реалізації основних послуг проживання. Водночас вони допомагають готелю вирізнятися серед конкурентів, формуючи унікальність пропонованого продукту та підвищуючи його привабливість для гостей. Важливим чинником є професійна організація та якість надання таких послуг. Якщо додаткові сервіси впроваджуються без належного рівня підготовки або управління, це може призвести до негативних наслідків для підприємства. Низька якість обслуговування або невідповідність очікуванням клієнтів здатні викликати їхнє невдоволення та, відповідно, негативно вплинути на репутацію готелю.

Протягом останніх десятиліть індустрія MICE сформувалася як окрема сфера бізнесу. Щорічні витрати на організацію ділових заходів, таких як конференції, наукові форуми, навчальні семінари, виставки та корпоративні наради, у світовому масштабі становлять сотні мільярдів доларів. При цьому обсяг цього ринку продовжує стабільно зростати.

Івент-менеджмент та MICE-послуги (конференції, семінари, виставки) дозволяють готелям завантажувати номерний фонд у міжсезоння. Бізнес-туристи, які приїжджають на події, забезпечують стабільний попит на проживання та ресторанне обслуговування незалежно від пори року чи погоди.

У табл. 1 нами узагальнено вплив різних видів додаткових послуг на доходи та конкурентоспроможність закладу готельного господарства.

Таблиця 1. Значення додаткових послуг для підвищення доходів та конкурентоспроможності готелю

Додаткова послуга	Як впливає на доходи готелю	Як впливає на конкурентоспроможність
Ресторан, бар, доставка їжі в номер	Додатковий прибуток від продажу страв і напоїв, банкетного обслуговування	Підвищує комфорт перебування гостей, робить готель більш привабливим
Конференц-зали та бізнес-послуги	Доходи від оренди залів, проведення конференцій, семінарів і ділових зустрічей	Приваблює бізнес-клієнтів і корпоративних гостей
Трансфер та оренда автомобілів	Оплата за транспортні послуги	Забезпечує зручність пересування гостей
Спа-послуги, фітнес-центр, масаж	Прибуток від оздоровчих процедур та абонементів	Підвищує рівень сервісу та престиж готелю
Екскурсійне обслуговування	Додаткові доходи від організації турів і екскурсій	Робить готель привабливим для туристів
Пральня, прасування, хімчистка	Оплата побутових послуг	Підвищує комфорт перебування гостей
Прокат інвентарю (велосипеди, спортивінвентар)	Додаткові кошти від прокату	Розширює можливості відпочинку для гостей
Продаж сувенірів і товарів	Дохід від реалізації товарів	Створює зручність для туристів

Джерело: узагальнено та побудовано автором на основі даних [1, 2, 3]

Розширення системи додаткових послуг може здійснюватися не лише безпосередньо в межах готельного підприємства, а й за його межами. У зв'язку з цим значну роль відіграє місцева влада, яка здатна створювати сприятливі умови для функціонування та розвитку туристських дистинацій. Саме на рівні місцевого та державного управління можуть вирішуватися важливі питання, зокрема координація діяльності готелів, подолання галузевих проблем та формування належної міської інфраструктури, що забезпечує ефективну роботу туристичних і готельних підприємств.

Разом із тим розвиток додаткових послуг не повинен розглядатися як самоціль. Їх значення є допоміжним, оскільки вони виступають доповненням до основної діяльності готелю – надання послуг проживання. За умови правильного планування та ефективної організації додаткові сервіси можуть стати важливим інструментом підтримки та розвитку готельного підприємства [3].

Розширення спектра таких послуг дає змогу не лише урізноманітнити пропозиції для гостей, але й залучати до готельного комплексу мешканців міста, які можуть користуватися ресторанами, конференц-залами, спортивними або розважальними послугами. Ефективний розвиток цього напряму діяльності потребує поєднання сприятливих зовнішніх і внутрішніх умов. Важливу роль відіграють наявні ресурси готелю, що забезпечують щоденну роботу підприємства, а також професійне управління процесом організації додаткових послуг.

Водночас фінансові аспекти не завжди є визначальними при впровадженні нових сервісів. У сфері додаткових послуг особливого значення набувають креативні та нестандартні підходи до вирішення організаційних питань. Саме завдяки оригінальним ідеям готель може підкреслити свою унікальність та виділитися серед конкурентів на ринку.

Отже, додаткові платні послуги відіграють важливу роль у діяльності закладів готельного господарства. Вони забезпечують підвищення рівня сервісу, формують конкурентні переваги, сприяють економічній стабільності та створюють умови для комплексного задоволення потреб клієнтів.

Розвиток системи додаткових послуг є важливим напрямом стратегічного управління готельним підприємством та необхідною умовою його успішного функціонування на ринку.

Список літератури

1. Круль Г., Заячук О. Організація і технологія надання послуг гостинності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
2. Пономаренко І. В. Додаткові послуги як фактор підвищення конкурентоспроможності готелів. Бізнес-Інформ. 2020. № 6. С. 45–50.
3. Чагайда, А. О. (2020). Тенденції розвитку комплексу додаткових послуг для створення конкурентних переваг готелю. *Економіка, управління та адміністрування*, (1(91)), 60–65. [https://doi.org/10.26642/ema-2020-1\(91\)-60-65](https://doi.org/10.26642/ema-2020-1(91)-60-65)