

РОЗРОБКА ПАКЕТІВ ПОСЛУГ ДЛЯ КЛІЄНТІВ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Остапенко Ю.В., гр. МР-48

Науковий керівник – ст. викл. **Афанасьєва О.П.**

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Здійснюючи свою маркетингову діяльність, підприємство сфери гостинності повинно переслідувати мету виробляти такі готельні продукти та послуги, які найбільшою мірою можуть задовольнити споживачів цільових сегментів ринку.

Для визначення цільових сегментів ринку курортно-рекреаційного комплексу «Море», було проведено маркетингове дослідження думок клієнтів щодо рівня послуг комплексу методом письмового анкетного опитування. Аналіз результатів якого дозволив виділити 5 основних сегментів споживачів послуг КРК «Море»: «солідні люди», «закохані парочки», «еліта», «відрядженні» і «гості з дітьми». Для даних сегментів розроблено ряд пакетних пропозицій для вдосконалення продуктової стратегії комплексу:

- пакет послуг «Новорічний сімейний» для сегменту споживачів «гості з дітьми»;

- для сегменту «солідні люди» пропонується організація тижнів кухонь різних країн в ресторані «Море» із застосуванням відповідної національної атрибутики у всьому готелі, розробкою спеціального меню, святкової програми із залученням зірок вітчизняної та закордонної естради, кіно та телебачення;

- для сегменту «закохані парочки» пропонується пакет «Уїк-енд на двох», який стане популярним особливо у молодят під час їх медового місяця;

- для сегменту «відрядженні» запропоновано постійний пакет, який би включав оплату харчування за спеціальними цінами, оренду конференц-залу;

- для сегменту «еліта» пропонуємо включити комплекс послуг під назвою «Секрети кримських вин», де буде запропонована широка карта вин, організована їх дегустація в ресторані комплексу, відвідування винних підвалів Криму: Масандри, Інкерману, Сонячної Долини, представлена спеціально розроблена шоу-програма.

Запропоновані пакетні пропозиції для підприємства сфери гостинності – це, перш за все, можливість привернути цінних для готелю як корпоративних, так і індивідуальних клієнтів і виграти за рахунок продажу не тільки місць розміщення, але і додаткових послуг.