

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/119228>

Тип работы: Статья

Предмет: Туризм

-

Аннотация: в статье рассмотрено понятие гостиничной услуги, представлены классификации гостиничных услуг по мнению различных авторов, выделены два основных вида гостиничных услуг, таких как основные и дополнительные услуги.

Ключевые слова: гостиничная услуга, основные и дополнительные услуги, классификация, оплата, гостиничный продукт, форма услуг.

Гостиничная услуга — это действие (операция) предприятия по размещению потребителя через предложение номера (места) для временного проживания в гостинице, а также другая деятельность, связанная с размещением и временным пребыванием.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в условиях современного глобального мира гостиничный бизнес, по сути, превратился из отрасли, обособленной в рамках какого-либо государства, в транснациональную сферу деятельности, ежегодно обслуживающую сотни миллионов клиентов. Для привлечения потребителей гостиничных услуг гостиницы повышают качество предоставляемых услуг, поэтому особенно важно знать современные классификации видов гостиничных услуг. [5]

По поводу видов гостиничных услуг существует множество мнений специалистов-практиков и ученых по поводу их классификации.

Согласно мнения Г.А. Яковлева в сфере гостиничного бизнеса выделяют три группы гостиничных услуг:

- отдельные услуги и группы услуг;
- гостиничный продукт как комплекс услуг;
- расширенный продукт. [2]

Первую категорию составляют отдельные услуги.

Вторую категорию составляют услуги кухни, горничных, портье.

Третью категорию гостиничных услуг составляют услуги, соединенные с компонентами местности.

Н.И. Кабушкин и Г.А. Бондаренко предлагают четырехуровневую модель гостиничных услуг - в виде ядра, окруженного тремя кольцами.

Рис. 1. Четырехуровневая модель гостиничных услуг по Н.И. Кабушкину

Ядро является базовым продуктом, в него включены такие ресурсы, без которых невозможно участие в рыночном процессе. Ожидаемый продукт. Сюда относятся услуги, которые удовлетворяют минимальные ожидания клиентов, сюда относится цена гостиничного номера, интерьер, внешний вид сотрудников, условия и время обслуживания. [3]

Список использованных источников

- 1) Гаврилова, С. В. Организация туристического и гостиничного бизнеса: учебно-методический комплекс / С.В. Гаврилова, А.Г. Томская, А.В. Дмитриев. – Москва: Евразийский открытый институт, 2018. – с. 302-310
- 2) Гостиничное дело: учебник / под ред. д. иск., проф. Н.М. Мышьяковой, к.культ., доц. С.Г. Шкуропат. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2017. – с. 285-290
- 3) Тимохина, Т. Л. Гостиничный сервис: учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 331 с.
- 4) Тимохина Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов/Т.Л. Тимохина. – М: Книгодел, 2017-357с.
- 5) Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии: учебное пособие для СПО / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; отв. ред. В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 205 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/119228>