Оценка соответствия гостиничных предприятий поселка Листвянка концепции индустрии гостеприимства.

В настоящее время конкуренция предопределяет все сферы развития экономики разных стран. Высокий уровень сервиса и обширная клиентская база – то, к чему стремится любое предприятие на рынке любой страны, в том числе и в поселке Листвянка.

Индустрия гостеприимтсва наряду с другими сферами экономики требует структуры, которая сможет выстроить ее конкурентоспособность.

В структуру туристической индустрии поселка Листвянка включены:

1. предприятия общественного питания;
2. гостиницы и гостевые дома;
3. культурно-развлекательные мероприятия.

Сложность развития индустрии гостеприимства заключается в ее непосредственном каждодневном изменении, что требует максимальных временных и финансовых затрат и вложений в маркетинговую деятельность компании. Постоянные изменения сопровождаются генерированием идей на каждом новом этапе развития современных гостиниц.

По итогам проведения анализа на 13 мая 2015 года в Листвянке находится 234 гостиничных предприятия, 25 из которых используют четко структурированную маркетинговую стратегию.

Сегодня имеет место некоторая маркетинговая идея по управлению гостиничным бизнесом. Концепция этой маркетинговой идеи заключается непосредственно в принятии «индустрии гостеприимства». Термин «индустрия гостеприимства» гораздо шире термина «индустрии туризма». Фундамент этих сегментов деятельности представлен непосредственно «гостеприимством», а это подразумевает теплое и приветливое обращение с гостями.

Если индустрия гостеприимства подразумевает под собой главным образом теплое и приветливое обращение с гостями, следовательно, прямым фактором влияния на отношения с клиентом является индивидуальный подход. Важно предугадывать желания гостя, превосходя его ожидания. Домашний уют, приятная обстановка, чистота, развитая инфраструктура, техническое оснащение объектов туризма и большое количество внимания по отношению к каждому гостю, приветливый персонал, радушный прием должны отвечать всем требованиям клиента и превосходить их.

Конечно, бывают ситуации, в которых люди не могут или не хотят обеспечивать должный уровень обслуживания. Человеческий фактор играет огромную роль в индустрии гостеприимства. В результате между гостями и персоналом могут возникнуть конфликтные ситуации, неразрешимые обстоятельства и отсутствие взаимопонимания, из чего вытекают жалобы и отрицательные отзывы о компании. Именно все эти конфликтные ситуации и нежелание идти на уступки со стороны руководства и персонала могут привести к полному отсутствию взаимопонимания между клиентами и персоналом, такая ситуация приобрела свое стойкое значение и название: самообслуживание.

По итогам проведения опроса 100 гостей различных гостиничных предприятий в поселке Листвянка, которым было предложено оценить уровень обслуживания (от 1 до 5), был получен такой результат:

Чистота номера проживания	3, 7
Удовлетворенность уровнем обслуживания со стороны персонала	2,9
Техническое оснащение номера	4,1
Инфраструктура поселка	3,2
Уровень информационного и экскурсионного обслуживания	4,3

Таким образом, результат опроса показывает достаточно низкий уровень соответствия развития гостиничных предприятий концепции индустрии гостеприимства.

К сожалению гостей и счастью конкурентов самообслуживание в поселке Листвянка является основным способом ведения гостиничного бизнеса, особенно это популярно в так называемом сегменте «гостевых домов».

Прогресс идет вперед, поэтому в наше время удается порадовать клиентов и удовлетворить их запросы дистанционно (при помощи сайтов бронирования гостиниц, а также заказа продуктов питания по телефону). Взаимодействие туриста с персоналом обретает новые рамки, гораздо более широкие, нежели несколько лет тому назад. Количество непосредственного общения сокращается, таким образом, удается удержать положительную атмосферу между клиентом и персоналом.

Но, к сожалению, или к счастью, многие клиенты в силу определенных обстоятельств могут не пользоваться продуктами растущего технического прогресса, многим дороже, надежнее и привычнее человеческое общение.

Крайне малое количество компаний представленного поселка стремятся доказать, что технический элемент – это помощник, а не конкурент.

Как известно, в России экспорт услуг в сфере туризма превалирует над импортом. Таким образом, гости из других стран, стремящиеся посетить Россию, чаще всего выбирают такие места, как Москва, Санкт-Петербург и озеро Байкал. Листвянку можно назвать точкой шаговой доступности относительно Иркутска. Город и поселок разделяет расстояние в 60 км. Час пути, и туристы могут увидеть Байкал.

За рубежом уровень заработной платы превышает средний ее уровень в России, как следствие, очень много представителей нашей страны уезжают заграницу с целью получения заработной платы в сфере обслуживания и сервиса.

Туристические компании России стараются привлечь русских туристов с целью отдыха заграницей, таким образом, увеличивая спрос на сферу обслуживания иностранных компаний, развивающих свою деятельность в сфере гостеприимства.

Итак, **индустрия гостеприимства** – это понятие, включающее в себя услуги по обслуживанию клиентов.

Учитывая границы этой концепции маркетинга, очень малое количество гостиничных предприятий знакомы с индустрией гостеприимства, ведут свой бизнес в рамках прошлых представлений об оказании услуг сервиса. Таким образом, в условиях ужесточенной конкуренции подобного рода предприятия находятся под угрозой банкротства. Автором предложена идея разработки модели развития «индустрии гостеприимства» в поселке, включающая в себя усиленные меры по разработке программы развития инфраструктуры поселка и внедрения системы менеджмента качества на предприятиях, ведущих свою деятельность в данной сфере.