

СЕКЦІЯ 5. ТУРИЗМУ ТА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Вікторія Ткач

д.е.н., професор,

Одеська національна академія харчових технологій

Стефанія Безручко

студентка,

Одеська національна академія харчових технологій

ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ ЯКОСТІ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ ТА ЗАДОВОЛЕННЯ СПОЖИВАЧІВ

Анотація. Данна стаття розглядає послуги, які впливають на споживача, їх задоволення та лояльність гостей. Далі, ця стаття також досліджує, чи суттєво впливає якість додаткових послуг та задоволеність споживачів на лояльність гостей.

Ключові слова: готельний бізнес, сервіс, послуги, задоволеність споживача, лояльність.

Огляд літератури щодо якості додаткових послуг, задоволеності споживачів, лояльності споживачів та взаємозв'язок цих трьох змінних направляє це дослідження. І ці відносини використовуються для розробки моделі дослідження та гіпотез. Була використана шкала LSQ розробити опитувальник для вимірювання якості додаткових послуг, обслуговування та збору даних 100 гостей апарт-готелю «LeopolisLux» шляхом опитування.

Емпіричні результати дослідження показують, що всі аспекти обслуговування, якості, задоволеності та лояльності гостей мають позитивні стосунки між собою.

Подібним чином, якість додаткових послуг та комунікації мають значний вплив на лояльність гостей, але якість оплачуваних додаткових послуг не робить істотного впливу на лояльність. У контексті готелю «LeopolisLux» гості, які мають статус «постійного клієнта» та знижки на номери виявляються лояльнішими, ніж інші гості. Гості у відпустці на два-три тижні лояльніші, ніж мандрівники вихідного дня. Ще одна суттєва знахідка цього дослідження полягає у важливості фактора спілкування для підвищення лояльності серед тих, хто не є постійними гостями готелю.

Апарт-готель «LeopolisLux» повинен зосередитись на комунікаційних аспектах та підвищенні якості додаткових послуг.

Обмеження: Шкала, використана в цьому дослідженні, в основному концентрується на готельному господарстві, що може не відображають якість обслуговування інших галузей. Тому висновки цієї статті не можуть бути узагальнені в інших сферах послуг.

Результати цього дослідження показують, що якість та креативність додаткових послуг слугує залученню гостей до складу готелю та має значний вплив на щодо лояльності постійних гостей закладу.

Список використаних джерел

1. Ананд С. В. та Сельварай М. (2012). Вплив якості послуги на задоволеність та лояльність споживачів в індійському банківському секторі: емпіричне дослідження за допомогою SERVPERF. Міжнародний журнал менеджменту та бізнес-дослідження, 2 (2): 151-163.
2. Ендрю, М. Ф. та Джон, М. Р. (2009). Факторний аналіз та дискримінаційна дійсність: короткий огляд деяких Практичні питання. Конференція Академії маркетингу в Австралії, Нова Зеландія, 1-9.
3. Березан, О., Рааб, К., Йо, М., і Любов, С. (2013). Стійкі готельні практики та національність: вплив на задоволеність гостей та намір гостей повернутися. Міжнародний журнал гостинності управління, 34: 227-233

Вікторія Ткач

д.е.н., професор,

Одеська національна академія харчових технологій

Поліна Ведерникова

студентка,

Одеська національна академія харчових технологій

**ЕКОНОМІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА СУЧАСНІ ІННОВАЦІЇ НА РИНКУ
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ**

Анотація. Дана стаття присвячена аналізу головних інноваційних ідей, технологій і рішень, які існують на ринку ресторанного господарства.

Ключові слова: інноваційні технології, ресторанний бізнес, концепції, інноваційний потенціал, бізнес-моделі.

Постановка проблеми. Необхідно приділяти особливу увагу впровадженню інновацій на підприємствах ресторанного господарства в період становлення цифровізації, що дозволить залучити нових потенційних клієнтів і утримувати вже наявних.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Окремим аспектам інноваційних технологій в ресторанному бізнесі присвячені дослідження вітчизняних науковців, серед яких: В. О. Волощук, Л. І. Гірняк, О.І. Ізмайлов, Л.І. Решетило, Т. В. Шепель, однак, існує ряд питань, які потребують додаткового вивчення, зокрема, впровадження інноваційних технологій на сучасному етапі розвитку ресторанного господарства.

Метою статті є аналіз теоретичних та практичних аспектів інноваційних технологій ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ресторанний бізнес на сьогоднішній день є вкрай привабливим і інновації стають обов'язковим елементом для залучення й утримання споживачів, чия вибірковість і вимогливість постійно і неухильно зростає. Нові та унікальні технології неминуче привертають увагу громадськості: виробників з точки зору можливості