

УДК 338.483.13:392.72

Іван Коркуна

*заслужений економіст України, академік ТАУ
канд. екон. наук, доцент кафедри
економіки та менеджменту*

Степан Мацюк

аспірант факультету туризму

Софія Сенів

*магістрант спеціальності
«Готельно-ресторанна справа»,
Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського*

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

На сьогодні питання інноваційних методів щодо підвищення лояльності споживачів для підприємств індустрії гостинності набувають дедалі більшої актуальності. Адже в період ринкових умов у сфері індустрії гостинності впродовж минулих років відбулися значні зміни у сфері індустрії гостинності, а саме най більших змін зазнала готельно-ресторанна індустрія. Настав час «максимізації» як зі сторони споживача послуг, так і зі сторони продавця. Це означає, що споживач хоче максимально задовільнити свої потреби, при тому витратити невеликі кошти, відповідно, продавець хоче продати свої товари та послуги максимально дорого щоб заощадити свій ресурс щодо капіталовкладень. Тож продавець шукає максимально нові інноваційні підходи, які задовольняли потреби обох сторін.

Інновація – це ідея новітньої продукції в галузі техніки, технології, організації праці та управління, а також у супутніх сферах наукової та соціальної діяльності заснована на використанні досягнень науки й передового досвіду, яка є кінцевим результатом інноваційної діяльності [1].

Сучасний ринок сфери індустрії гостинності на сьогодні є високо рентабельний завдяки впровадженню новітніх інноваційних технологій, які не тільки забезпечують комфорт у сфері надання послуг по проживанню клієнтів, та харчуванню, але мають чіткий взаємозв'язок з клієнтами, налагоджують нові шляхи комунікації, уніфікують маркетингову політику та PR-стратегію.

Індустрія гостинності становить собою основний сегмент у сфері послуг, які активно розвиваються і багаті на різноманітні нові технології, що є актуальним сьогодні. Важливу роль в обслуговуванні клієнтів відіграє PR-стратегія, управління лояльністю гостей, що містить лише рекламу та маркетинг, а й регулярний менеджмент-управління підприємствами сфери індустрії гостинності. Іноземні фахівці по різному трактують поняття «індустрія гостинності». У працях Л. Вагери «Індустрія гостинності» її досліджують як окремий сектор індустрії туризму, що забезпечує об'єднання туристів із супутніми галузями бізнесу. Науковець Дж. Уельсон трактує поняття «індустрія гостинності» як об'єднаний кластер із послуг туризму, готельно-ресторанного бізнесу, відпочинку та розваг, організацію медійний заходів тощо.

За твердження М. А. Браймера «індустрія гостинності» є збірним поняттям для різноманітних і чисельних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаному з приймання та обслуговуванням гостей [2].

На думку англійського вченого В. Мідлтона, є твердження, що комплексно туристичний продукт становить собою набір або пакет, матеріальних та нематеріальних компонентів, склад яких визначається діяльністю людей, у пакеті туристичного продукту поряд із нематеріальними послугами він виокремлює матеріальні компоненти [3].

Аналізуючи науковий досвід зарубіжних вчених в частині «індустрії гостинності» та впровадження інноваційних технологій у цій галузі, ми запропонували оптимальну модель бізнес-плану інвестування «індустрії гостинності» з використанням гіпотез Дж. Уельсона (див. рис. 1).

Отже, ураховуючи наведене, можемо зробити висновок, що потреба впровадження інновацій у готельно-ресторанному бізнесі в умовах безперервних економічних змін сприяє динамічному розвитку, зростанню результативності інвестування «індустрії гостинності». Запропонована модель бізнес-плану інвестування «індустрії

гостинності» є універсальна та формалізована, її можна використувати для визначення ефективності стратегії розвитку, окупності, експлуатації сучасних новітніх технологій у сфері інвестування «індустрії гостинності».

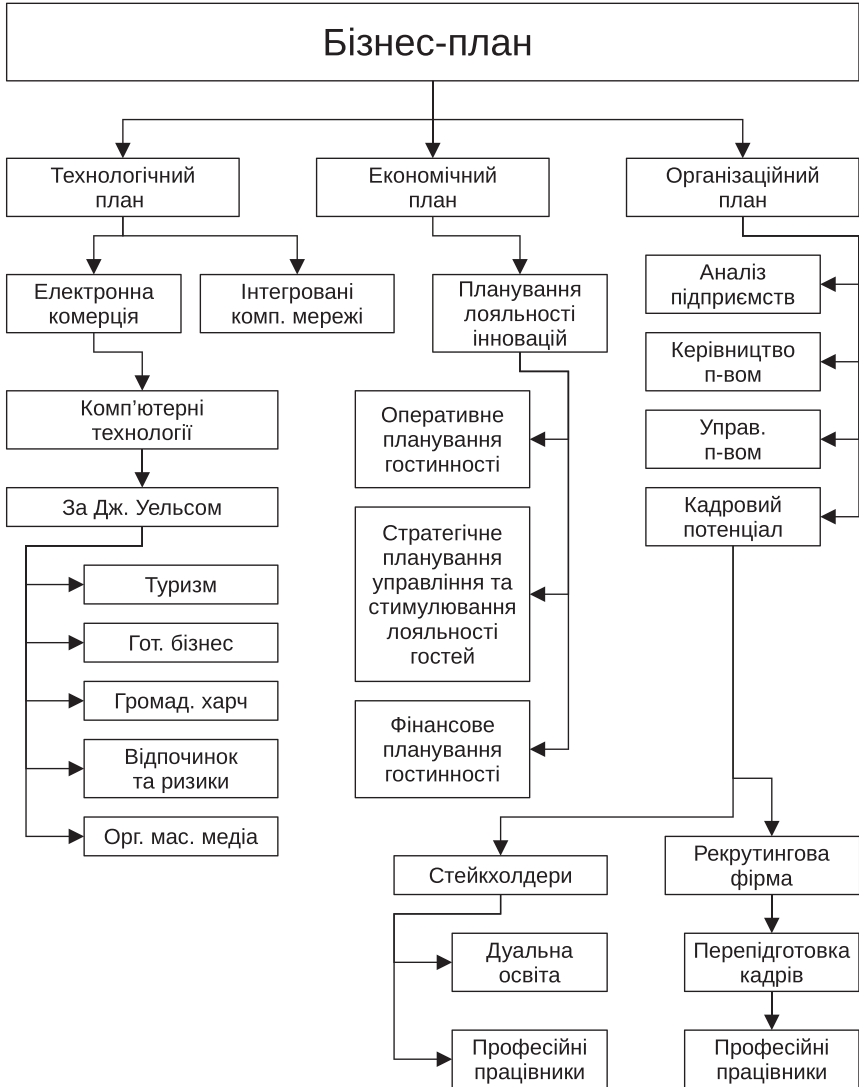


Рис. 1. Модель бізнес-плану інвестування індустрії

Ключові слова: інновації, лояльність споживачів, індустрія гостинності, модель бізнес-плану.

Список використаних джерел

1. Інновації // Вікіпедія [Електронний ресурс].– URL: <https://wikipedia.org>
2. Теоретичні основи функціонування індустрії гостинності.– URL: <https://economics.org/ua>
3. Милтон В. Менеджмент туризма / Милтон В.– Москва : Юнити, 2009.– 536 с.