

УДК 65.012.4:338.48

Скоба В.А.¹, Безхлібна А.П.²

¹ студ. гр. МТЕ-410сп НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ПІДХОДИ ДО ВИМІРЮВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Конкуренція вимагає від ресторанних підприємств не лише надання відмінних послуг, але й встановлення та підтримки довгострокових відносин з клієнтами. В цьому контексті вимірювання лояльності клієнтів стає ключовим інструментом для оцінювання якості послуг ресторанного підприємства

Передумовою успішного вимірювання лояльності клієнтів є розуміння самої природи лояльності. Лояльність клієнтів відображає ступінь задоволення та відчуття зв'язку, яке клієнти відчують щодо певного ресторанного підприємства. Це включає в себе не лише повторні візити клієнтів, але й їхню готовність рекомендувати підприємство іншим особам, а також позитивні емоції та відчуття задоволення від взаємодії з рестораном.

Один з підходів до вимірювання лояльності клієнтів – це використання опитувань та анкетування. Цей метод дозволяє зібрати дані та детальну інформацію про задоволення клієнтів, їхні очікування та враження від візиту до ресторану. Анкети можуть бути розповсюджені як після візиту клієнта, так і через онлайн-платформи або електронні листи, що дозволяє отримати об'єктивну зворотню інформацію від різних категорій клієнтів.

Інший підхід – це використання програмного забезпечення для відстеження та аналізу поведінки клієнтів. За допомогою цих програм можна виміряти частоту відвідувань, обсяг замовлень, час перебування та інші параметри, що вказують на рівень зацікавленості та задоволення клієнтів від ресторанного обслуговування. Аналіз отриманих даних дозволяє виявити тенденції та визначити способи покращення якості послуг.

Третій підхід полягає в оцінці відгуків та рецензій клієнтів у соціальних мережах та відкритих рейтингових системах. Сьогодні все більше людей діляться своїми враженнями від візитів до ресторанів у мережі, що створює можливість для ресторанних підприємств відстежувати та аналізувати публічну думку про своє обслуговування та вживати заходів для покращення.

Таким чином, вимірювання лояльності клієнтів є важливим інструментом для оцінювання якості послуг ресторанного підприємства. Розуміння та використання різних підходів та методів до вимірювання лояльності дозволяє ресторанам отримувати об'єктивну зворотню

інформацію від клієнтів та вдосконалювати свої послуги для задоволення потреб та очікувань своєї аудиторії