

Абдель Хакім Ахоршайде, Джассім Аль-Гасауна, Діа Зеглат, Наврас Нусайрат, Махфуз Джуда

Роль інноваційної діяльності та зовнішнього середовища у взаємозв'язку між якістю обслуговування та маркетинговою діяльністю в готельному бізнесі

Економічна стійкість надає змогу клієнтам готелів та іншим зацікавленим сторонам здобувати прибуток від готельних послуг. Готелі можуть підвищити успіх власної маркетингової діяльності, використовуючи технології та інноваційні стратегічні ініціативи відповідно до потреб споживачів, що постійно змінюються. Отже, у цій статті досліджується вплив якості обслуговування на маркетингові показники готелів у Йорданії. Крім того, проаналізовано стримуючу роль операційних інновацій і зовнішнього середовища у взаємозв'язку між якістю обслуговування та маркетинговою діяльністю йорданських готелів. Стаття є кількісним дослідженням, де використано попередньо апробовану анкету через опитування генеральних менеджерів. Перевірені анкети були випадковим чином розподілені серед генеральних менеджерів готелів. Для аналізу даних розглянуто 162 заповнені анкети із використанням програмного забезпечення та методу часткових найменших квадратів. Результати демонструють позитивний взаємозв'язок між якістю обслуговування та маркетинговою діяльністю. До того ж, ця взаємозалежність була пом'якшена операційними інноваціями та зовнішнім середовищем. Очевидно, що менеджери йорданських готелів могли б знайти та розробити бізнес-стратегії, пов'язавши маркетингові показники конкретно з якістю обслуговування (SERVQUAL) і використавши стратегії управління й технологій через свою інноваційну діяльність та зовнішнє середовище.

Ключові слова: якість обслуговування, SERVQUAL, інноваційна діяльність, зовнішнє середовище, маркетингова діяльність, готелі

Класифікація JEL: L19, M31, Q55



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.