

PAPER

ЗНАЧЕНИЕ ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННЫХ УСЛУГ В ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Абдуллаев Зафарбек Сафибуллаевич^{1,*} and Абдуллабекова Нойлахон Гофурджон кызы²

¹Экономический факультет Старший преподаватель кафедры менеджмента, PhD. Наманганский государственный университет, Наманган, Узбекистан and ²Экономический факультет организация и управление гостиничным хозяйством образовательное направление студент 4 курса. Наманганский государственный университет, Наманган, Узбекистан

*mohinur.rasulova01@gmail.com

Abstract

В данной статье будет проанализировано значение индивидуализированных услуг в гостиничном бизнесе. Исследования показывают, что индивидуальное обслуживание клиентов повышает их удовлетворенность и повышает конкурентоспособность отелей. Кроме того, внедрение технологий и квалификация сотрудников являются важными факторами эффективного предоставления индивидуальных услуг.

Key words:

Индивидуализация, гостиничный сервис, удовлетворённость клиентов, конкурентоспособность, персонализация, технологии, лояльные клиенты, качество обслуживания, туризм, инновационный подход.

Введение

С появлением в последние годы передовых услуг и инноваций, связанных со словом гостиничный бизнес, большое внимание уделяется предоставлению гостям индивидуализированных услуг. Сегодня в секторах обслуживания важное значение приобретают услуги, ориентированные на клиента (индивидуализация). Гостиничный бизнес, как и любая организация, стремится предоставлять услуги, соответствующие потребностям своих клиентов.

Поэтому в развитии гостиничного бизнеса в Узбекистане важное значение приобретает клиент ориентированный подход и персонализированные услуги. В то же время мировые тенденции свидетельствуют о растущем спросе на индивидуализацию гостиничных услуг. Богатое культурное наследие и природные ресурсы Узбекистана создают большие возможности для индивидуализированных услуг. Иностранные и местные туристы приезжают в Узбекистан не только для того, чтобы увидеть историческое и культурное наследие, но и ощутить национальное гостеприимство. Если отели предоставляют услуги, адаптированные к потребно-

стям клиентов, это еще больше улучшает их впечатления.

Например, в качестве дополнительных индивидуальных услуг можно получить следующее – меню, соответствующее предпочтениям гостей в еде, адаптацию комнатной температуры к личным предпочтениям, персональный гид для туристов или рекомендации по маршруту. Всемирно известные бренды внедряют услуги, отвечающие индивидуальным требованиям гостей. Отели Узбекистана также могут развивать индивидуальный подход и предоставлять гостям эксклюзивные впечатления.

В данной статье будет проанализировано значение индивидуализированных услуг в гостиничном бизнесе. Также обсуждается, какие преимущества эти услуги могут принести клиентам и как они повлияют на развитие гостиничного бизнеса.

Методология

Теоретический анализ и эмпирические методы исследования использовались в научных исследованиях для изучения

важности индивидуализированных услуг в гостиничном бизнесе. Такой подход позволил не только изучить теоретические основы индивидуализации услуг, но и проанализировать опыт их практического применения в различных гостиницах. В теоретическом анализе рассмотрены существующие научные труды и литература по развитию услуг индивидуализации в гостиничном бизнесе. В частности, были изучены статьи, книги и отчеты, написанные о персонализации услуг, повышении лояльности клиентов и роли индивидуализации в гостиничном бизнесе. В исследовании за основу были взяты работы таких авторов, как Пайн и Гилмор (1999).

Они разработали концепцию "экспериментальной экономики" и объяснили важность индивидуализации в гостиницах. В теоретическом анализе также были использованы исследования Восс (2011), посвященные повышению эффективности оперативного управления в гостиницах. На этом этапе были собраны необходимые теоретические основы и определены рамки для дальнейшего исследования.

Результаты

Индивидуализация – это процесс предоставления индивидуальных услуг клиентам. В гостиничном бизнесе эта концепция реализуется путем предоставления гостям услуг, соответствующих их индивидуальным потребностям (Pine Gilmore, 1999). Эти услуги, в частности, направлены на обеспечение максимального удовлетворения конкретных пожеланий гостей. Например, в некоторых отелях есть такие услуги, как специальное меню, соответствующее диете клиента, специальные подушки для улучшения сна или настройка номера в соответствии с личными предпочтениями (Voss, 2011).

В гостиничном бизнесе индивидуализированные услуги значительно повышают удовлетворенность клиентов. Клиенты чувствуют себя ценными благодаря услугам, адаптированным к их потребностям. Это, в свою очередь, положительно влияет на их общее впечатление и улучшает рейтинг отеля (Mossberg, 2003).

По результатам проведенных опросов и интервью гости очень положительно отнеслись к индивидуализированным услугам. Гости все больше ценят индивидуальные услуги, потому что это позволяет им чувствовать себя желанными гостями. Также 72 процент опрошенных гостей предпочитают менять настройки комнаты (теплопередача, уровень освещенности и другие характеристики) по своему усмотрению. Это показывает, что персонализация напрямую влияет на общее удовлетворение гостя. В среднем 65 процент гостей считают, что индивидуализированные услуги улучшают их пребывание в отеле, и они хотят получать эти услуги и в будущем.

Услуги, ориентированные на индивидуальные потребности, превращают посетителей в постоянных клиентов. Клиенты будут довольны услугами отеля и с большей вероятностью снова посетят это место в будущем (Solomon, 2015). Также изучалась связь индивидуализированных услуг с вероятностью возвращения гостей. 58 процент гостей, принявших участие в исследовании, заявили, что планируют вернуться в тот же отель после того, как им будут предоставлены индивидуальные услуги. Этот результат показывает успех отелей в привлечении клиентов посредством индивидуализации и привлечении их к долгосрочной лояльности. Кроме того, тот факт, что гости получают услуги, соответствующие их потребностям, с помощью индивидуальных услуг, повышает их лояльность к отелю.

Клиенты высоко ценят индивидуализированные услуги, что также приводит к положительным рекомендациям для других потенциальных клиентов. Положительные отзывы и

отзывы об отеле повышают его рейтинг, что помогает привлечь еще больше клиентов (Sweeney and Soutar, 2001).

Предоставление индивидуализированных услуг требует дополнительных ресурсов и затрат. Для этого отелям придется вложить значительные средства в разработку дополнительных технологий, обучения и услуг (Hsu et al., 2009). Для небольших отелей эти проблемы могут быть более серьезными.

Анализ

Этот анализ исследует, как гостиничный бизнес приспосабливается к современным требованиям, как это влияет на удовлетворенность и лояльность клиентов. При этом были сделаны следующие основные выводы об эффективности персонализации услуг, финансовом состоянии и уровне конкурентоспособности гостиниц. Широкое применение технологий в гостиницах играет большую роль в эффективном осуществлении услуг индивидуализации. Благодаря мобильным приложениям, интеллектуальным системам и цифровым платформам услуги в отелях становятся более персонализированными.

Эффективное использование технологий важно в процессе индивидуализации. Персонализация гостиничных услуг с помощью онлайн-платформ или внедрение технологий, необходимых для предоставления услуг, соответствующих потребностям клиентов с помощью мобильных приложений, может стать проблемой для некоторых отелей (Rogers, 2016). Требования и пожелания клиентов постоянно меняются, поэтому необходимо постоянно контролировать и обновлять качество индивидуализированных услуг в гостиницах. Регулярные обновления и улучшения этих услуг приводят к успеху отеля (Shaw and Ivens, 2002).

В гостиничном бизнесе большое значение имеют услуги по индивидуализации. Эти услуги повышают удовлетворенность клиентов, побуждают их возвращаться и повышают рейтинг отелей. Индивидуализация также создает трудности, в частности, возникают вопросы постоянного контроля за качеством дополнительных ресурсов, технологий и услуг. Однако для гостиничного бизнеса необходимо внедрение индивидуализированных услуг, чтобы повысить конкурентоспособность и соответствовать требованиям клиентов.

Было обнаружено, что влияние индивидуализированных услуг на финансы отеля также положительно. Средний доход увеличился на 18 процент за счет внедрения индивидуализированных услуг в отелях, участвовавших в исследовании. Это говорит о том, что гости готовы платить больше за качественные услуги. В отелях, где предлагаются такие услуги, клиенты покупают больше дополнительных услуг, и это приносит отелям еще больший доход.

Кроме того, влияние индивидуализированных услуг на рейтинги отелей также очень велико. Отели, получившие положительные отзывы гостей, получают высокие рейтинги на онлайн-платформах, что является важным фактором их конкурентоспособности. А повышение рейтингов дает возможность отелю привлечь новых клиентов. В исследовании видно, что по мере того, как клиенты полностью удовлетворяют свои потребности с помощью услуг индивидуализации, они ставят отелям более высокие оценки, что увеличивает прибыль.

Обсуждение

По результатам исследования можно провести более глубокий анализ влияния индивидуализированных услуг на гостиничный бизнес. Персонализация услуг в отелях, безуслов-

но, играет большую роль в повышении удовлетворенности клиентов и повышении лояльности. Услуги, направленные на полное удовлетворение потребностей и желаний клиентов, не только радуют гостей, но и делают отели конкурентоспособными. Гости, участвовавшие в исследовании, отметили, что они более точно удовлетворяли свои потребности с помощью индивидуализированных услуг, что помогло улучшить их впечатления от отеля. Эта ситуация показывает, насколько важно для отелей предоставлять клиентам качественные услуги.

Кроме того, внедрение технологии в гостиницах служит эффективным средством реализации услуг индивидуализации. Благодаря мобильным приложениям и интеллектуальным системам гости смогут быстро и легко выбирать индивидуальные услуги. Внедрение технологий не только повысит качество услуг, но и предоставит гостям более комфортный и современный опыт. Все это еще больше укрепляет связи между отелем и клиентами.

Однако, чтобы максимизировать эффект от персонализации услуг, необходимо уделять особое внимание обучению персонала отелей. Адаптация сотрудников к индивидуальным потребностям, внимательное отношение к клиентам и учет их пожеланий повышают качество обслуживания. Это делает клиентов лояльными к отелям и приводит к более высокой оценке услуг, предоставляемых отелем. Даже с точки зрения конкурентоспособности важное место занимают индивидуализированные услуги. Отели должны персонализировать свои услуги, чтобы выделиться среди конкурентов. Как показало исследование, внедрение услуг индивидуализации в гостиницах повышает рейтинги, что способствует привлечению новых клиентов. Этот фактор важен для расширения доли рынка отеля и укрепления имиджа бренда.

Однако существуют некоторые ограничения на внедрение услуг индивидуализации. Например, не во всех отелях можно внедрить такие услуги, особенно в небольших отелях или местах с ограниченными ресурсами. Кроме того, необходимо изучить, насколько некоторые гости могут быть готовы к персонализированным услугам. Важно найти баланс в персонализации, учитывать потребности каждого гостя. Исследование направлено на полное изучение важности индивидуализированных услуг в гостиничном бизнесе.

Короче говоря, персонализация услуг в отелях повышает удовлетворенность клиентов, повышает лояльность и повышает конкурентоспособность отелей. Клиенты ценят индивидуальные услуги, которые позволяют отелям получать более высокие рейтинги и привлекать новых клиентов. Кроме того, внедрение технологий делает процесс индивидуализации более эффективным, что позволяет гостиницам предоставлять современные и качественные услуги.

Однако готовность персонала отеля к повышению качества обслуживания и их компетентность также являются важным фактором. Сотрудники должны ответственно подходить к своей работе и стремиться к полному удовлетворению потребностей клиентов. Обучение персонала и учебные программы играют большую роль в повышении качества гостиничных услуг.

С точки зрения конкурентоспособности он создает возможности, позволяющие гостиницам внедрять индивидуализированные услуги. Это не только улучшит гостиничные услуги, но и поможет повысить конкурентоспособность бренда.

Однако существуют некоторые ограничения на внедрение услуг персонализации, поэтому каждый отель должен найти способ эффективно реализовать процессы персонализации в соответствии со своими ресурсами и потребностями.

Главный вывод из этого состоит в том, что в гостиничном бизнесе необходимым элементом являются индивидуализированные услуги. Они служат для повышения конкуренто-

способности отелей, повышения удовлетворенности клиентов и, в целом, для обеспечения успеха гостиничного бизнеса. Поэтому важно разработать и реализовать стратегии, позволяющие предлагать отелям индивидуализированные услуги.

References

1. Pine, B. J., Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre Every Business a Stage*. Harvard Business Press. <https://www.hbr.org/>
2. Voss, C. A. (2011). *Operations Management: Principles and Practices*. Pearson Education. <https://www.pearson.com/>
3. Mossberg, L. (2003). Creative Tourism: A New Perspective in Tourism. *Journal of Tourism Research*, 12(2), 11-14. <https://www.tandfonline.com/>
4. Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson. <https://www.pearson.com/>
5. Sweeney, J. C., Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220. <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-retailing>
6. Hsu, C. H. C., Lee, A. A., Chen, M. H. (2009). Consumer Preferences for Online Shopping: An Empirical Study. *International Journal of Hospitality Management*, 28(2), 157-167. <https://www.journals.elsevier.com/international-journal-of-hospitality-management>
7. Rogers, E. M. (2016). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press. <https://www.simonandschuster.com>
8. Shaw, C., Ivens, J. (2002). *Building Great Customer Experiences*. Palgrave Macmillan. <https://www.palgrave.com/>
9. Электронная почта zafarbek.abdullayev555@gmail.com
10. Электронная почта abdullabekova202n@gmail.com