

## **КАСТОМІЗАЦІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДЛЯ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ ГОТЕЛЮ**

*Лобачова К.І.*

*Науковий керівник – Гордієнко Т.В.*

Оцінюючи свої можливості з обслуговування ринків, готельні підприємства розглядають варіанти, що лежать в межах між двома екстремумами: масовим маркетингом (центральне припущення: всі споживачі однакові, і їм можна робити стандартизовані пропозиції) і маркетингом "один-на-один" (центральне припущення: споживачі відрізняються один від одного, і для кожного необхідно розробляти кастомізовані пропозиції).

У ХХІ столітті існує величезна кількість готелів, які відрізняються від всіх інших своєю індивідуальністю і цікавою задумкою. Майже в кожній країні знаходиться надзвичайний готель або готель на воді, крижаний готель, готель на деревах, готель розташований в колишніх маяках, тюрмах, храмах та багато інших.

Готельні підприємства намагаються відрізнитися своїм дизайном і для цього використовують таку послугу як кастомізація.

Кастомізація - індивідуалізація продукції під замовлення конкретних споживачів шляхом внесення конструктивних або дизайнерських змін.

Для того, щоб готель був не схожий на інших, кожен власник намагається знайти новітні послуги, технології, щоб удосконалитися. Але зовнішній вигляд готелю, обладнання номерів має важливу роль для комфортного проживання відвідувача. Кольори, розташування меблів і просто атмосфера дуже впливає на людину, яка буде заселятися в готель, тому керівники винаймають спеціалізованих художників, які можуть допомогти в оформленні готельного підприємства за запитами власника. Також це може бути не тільки оформлення готелю, але й індивідуальною символікою на різні товари в номерах, так звані «іменні».

Масова кастомізація в певному сенсі являє собою компроміс між масовим виробництвом і виробництвом "під замовлення", оскільки забезпечує клієнтам унікальну цінність за помірною ціною. З боку компанії використання сучасних технологій і гнучких виробничих процесів дає можливість кастомізувати пропозиції для клієнтів при досягненні відносно високих обсягів виробництва і зниження витрат.

Яскравим прикладом використання такого підходу виступає мережа готелів "Рітц-Карлтон". Внутрішні стандарти наказують співробітникам готелів спостерігати за звичками і уподобаннями гостей під час

їх перебування в готелях мережі. Потім результати цих спостережень заносяться в клієнтську базу даних, обробляються і використовуються таким чином, щоб постоялець в свій наступний візит відчував себе "як вдома" і був оточений звичними речами, наприклад, такими, як добірка класичної музики, певний набір продуктів на сніданок, гіпоалергенні подушки.

Спільна кастомізація. Даний підхід передбачає ведення діалогу зі споживачами для того, щоб вони змогли сформулювати свої запити, вибудовування чіткої пропозиції, що задовольняє ці запити і виробництво кастомізованих продуктів. Цей варіант підходить для ситуацій, коли споживач не може чітко сформулювати, що він хоче, і втрачається від необхідності вибору з безлічі запропонованих опцій.

До переваг кастомізації можна віднести:

- дозволяє підвищити ефективність продажів, за рахунок розширення асортименту та поглиблення сегментації.
- підвищує адаптаційну можливість постачальника.
- зближує виробничі (закупівельні) програми продавців з витратами цільових груп споживачів.

До недоліків кастомізації можна віднести:

- не гарантує продаж товару, оскільки не в змозі врахувати індивідуальні переваги покупця.
- не рятує від можливого затоварення і падіння попиту на товар, внаслідок несприятливої ринкової кон'юнктури.
- не має на увазі ефективного зворотного зв'язку зі споживачами, оскільки виробництво (закупівля) товару здійснюється поза участю споживача.

Впровадження такого методу буде істотним: для розширення кола відвідувачів, за рахунок залучення незвичайним оформленням готельного закладу, задоволення духовних потреб, підняття власної репутації серед конкурентів, виділення серед інших готельних закладів, індивідуальний дизайн, властивий саме цьому готелі що дозволить підвищити конкурентоспроможність готельного підприємства.

В Україні існують кастомізаційні компанії, які мають величезний список послуг щодо задоволення індивідуальних замовлень такі як Studio-B by Valeriy Bazhanov(м. Запоріжжя) та True IP (м.Львів). Кількість їх ще замало, але з часом ця галузь буде розвиватися в зв'язку з актуалізацією і потребою серед клієнтів.