

УДК: 338

Січко О.С.<sup>1</sup>, Іванов А.М.<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> студент, Одеський національний морський університет, м. Одеса

<sup>2</sup> канд. екон. наук, доцент, Одеський національний морський університет, м. Одеса

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ГОТЕЛІВ**

Дослідження бутик-готелів як окремого ринкового сегмента передбачає застосування комбінованих підходів: 1) SWOT-аналіз для виявлення сильних/слабких сторін у порівнянні з мережевими готелями; 2) PAPI та PESTEL-аналіз для оцінки зовнішніх чинників; 3) аналіз сервісних KPI (Occupancy Rate, ADR, RevPAR, NPS, LTV/CAC); 4) методи контент-аналізу відгуків на платформах; 5) бенчмаркінг – порівняння з провідними світовими бутик-мережами.

У післявоєнний період розвиток бутик-готелів гальмується нестачею інвестицій та підвищенням операційних витрат. Водночас саме малі готельні підприємства демонструють вищу адаптивність до кризових умов завдяки гнучкому управлінню, скороченню постійних витрат і переходу на цифрові моделі взаємодії з клієнтами.

Війна спричинила суттєву реструктуризацію ринку гостинності: понад 25% готельних підприємств тимчасово припинили діяльність або змінили формат на соціальний/волонтерський (розміщення ВПО, волонтерів, благодійних організацій). Для бутик-готелів ця ситуація стала випробуванням і стимулом до інновацій.

У таблиці 1 наведено актуалізовану добірку бутик-готелів Одеси, які репрезентують різні формати - дизайн-, арт-, історичний та гастрономічний.

Розглянуті бутик-готелі Одеси демонструють різні моделі позиціонування:

- Frederic Koklen Boutique Hotel - приклад історико-романтичної

Таблиця 1 – Основні характеристики провідних бутик-готелів міста Одеса

| Назва готелю                   | Концепція / стиль                                  | Кількість номерів | Основні особливості                                                                       | Сервісні інновації                        | Рівень рейтингу (Booking, 2024) |
|--------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------|
| Frederic Koklen Boutique Hotel | Французький історичний стиль                       | 17                | Номери оформлені у різних стилях (Прованс, Ампір), ресторан французької кухні, камерність | Консьєрж-сервіс, власна CRM               | 9,6                             |
| UNO Design Hotel               | Арт-дизайн, сучасний minimalism                    | 45                | Авторський дизайн, галерея сучасного мистецтва, open-space lobby                          | Digital check-in, інтеграція з ОТА        | 9,3                             |
| Palais Royal Boutique Hotel    | Неокласичний стиль, історичний центр               | 26                | Розташування біля Оперного театру, елегантний дизайн, ресторан європейської кухні         | RMS-система, омніканальний маркетинг      | 9,1                             |
| Vele Rosse Boutique Hotel      | Морський бутик, європейський комфорт               | 26                | Середземноморський стиль, близькість до моря, SPA-зона                                    | CRM-система, мобільна лояльність          | 9,0                             |
| Ribas Duke Boutique Hotel      | Бізнес-арт стиль, концепція комфортної елітарності | 32                | Частина мережі Ribas Hotels Group, сучасний дизайн, високий рівень сервісу                | Автоматизація PMS, інтеграція з CRM і ОТА | 9,4                             |

*Джерело: складено автором на основі [1].*

концепції, що створює атмосферу старої Одеси через архітектуру та антикварний інтер'єр.

- UNO Design Hotel - арт-готель нового покоління, зорієнтований на креативну молодь і ділових мандрівників; активно просуває себе в digital-середовищі.

- Palais Royal Boutique Hotel - класичний бутик у центрі міста, що поєднує високий рівень сервісу з елегантністю простору.

- Vele Rosse Boutique Hotel - курортний формат із середземноморською естетикою, орієнтований на туристів, які цінують тишу й комфорт.

- Ribas Duke Boutique Hotel - мережевий преміум-бутик із сучасним менеджментом і високим рівнем цифровізації.

Сучасний розвиток бутик-готелів визначається переходом від класичної моделі гостинності до цифрово-креативної екосистеми, у якій технології забезпечують індивідуалізацію сервісу.

Поширення систем Property Management System (PMS), Revenue Management System (RMS), Customer Relationship Management (CRM) та Business Intelligence (BI) аналітики дає змогу малим готелям ефективно керувати бронюваннями, прогнозувати попит, контролювати фінансові показники та персоналізувати комунікації з гостями.

Важливою тенденцією є впровадження онлайн-чекіну / мобільних ключів (digital key, mobile access), динамічного ціноутворення на основі алгоритмів RMS, власних маркетплейсів і каналів продажу, інтегрованих із Google Travel та Airbnb, аналітики відгуків у реальному часі (Sentiment analysis).

Подальший розвиток бутик-готельного ринку Одеси залежить від створення міської програми підтримки малого готельного бізнесу (податкові пільги, гранти на реставрацію історичних будівель), формування туристично-готельного кластеру Одеси, який об'єднає незалежні готелі, ресторани, галереї та культурні ініціативи, активного використання міжнародних платформ просування (European Cities Marketing, Boutique Hotel Awards).

У перспективі 2026-2030 рр. очікується поява нової генерації концептуальних готелів, що поєднуюватимуть креативні індустрії, digital-досвід і сталу архітектуру. Саме вони можуть стати основою післявоєнного відродження туристичного потенціалу Одеси.

Одним із стратегічних напрямів розвитку є формування кластерної моделі співпраці між готелями, ресторанами, крафтовими виробниками, музеями та туристичними агентами. Для Одеси це особливо актуально, адже місто має потужну культурну й гастрономічну базу. Кластер може об'єднати такі ініціативи, як: 1) «Одеський туристичний бутик-кластер» (мережа малих готелів і концептуальних ресторанів); 2) спільний онлайн-маркетплейс для просування авторських готелів; 3) система знижок і крос-промоцій між партнерами HoReCa; 4) навчальні програми та тренінги для персоналу за

підтримки муніципалітету та ДАРТ.

Для забезпечення довгострокової стійкості бутик-готельного бізнесу доцільно впроваджувати інструменти підтримки з боку держави та міста: 1) пільгове кредитування та мікрогранти; 2) муніципальні податкові пільги для історичних будівель; 3) партнерство з інвесторами; 4) ESG-фінансування.

Узагальнення стратегічних пріоритетів надані в таблиці 2.

Таблиця 2 – Стратегічних пріоритети функціонування бутик-готелів

| Стратегічний напрям          | Ціль                                       | Очікуваний ефект                |
|------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------|
| Економіка вражень            | Створення унікального клієнтського досвіду | +15% до рівня лояльності гостей |
| Цифровізація бізнес-процесів | Автоматизація і персоналізація             | Зниження витрат на 10–15%       |
| Кластеризація                | Підвищення синергії між закладами          | +12% до туристичного потоку     |
| Інвестиційна підтримка       | Модернізація та реконструкція фонду        | Підвищення якості сервісу       |
| Розвиток персоналу           | Професійне зростання, сервісна культура    | Підвищення NPS до 9,5–9,7       |

*Джерело: складено автором на основі [2].*

Отже, реалізація зазначених напрямів забезпечить підвищення конкурентоспроможності бутик-готельного сегмента Одеси, створить умови для інтеграції міста в європейський туристичний простір та сприятиме переходу від моделі «проживання» до моделі «враження + досвід + культура».

#### Список використаних джерел:

1. Іванов А. М., Бориславський І. О. Особливості застосування бізнес-процесів у готельному господарстві *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2022. 3(80). С.124–138. URL: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2022-3-124-138>
2. Костинець В. В., Костинець Ю. В. Особливості розвитку ринку готельних послуг в Україні». *Економіка та управління національним господарством*. 2020. № 2(224). С. 15–20.