

УДК: 338.48:647.3(100)

Шикіна О.В.¹, Москвич Ю.О.²

¹ канд. екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

² студент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ONE & ONLY

У сучасному світі розкішного готельного бізнесу, де панує жорстка конкуренція та постійна гонка за масштабуванням, готельна мережа One & Only є яскравим прикладом альтернативного підходу, що доводить ефективність стратегії «повільного розкошу». Заснована на початку 2000-х років видним підприємцем Солом Керзнером, мережа з самого початку обрала шлях ексклюзивності та якості, а не кількісного зростання. One & Only не просто зайняла нішу на ринку розкішного відпочинку – вона створила власний стандарт, де кожен курорт є унікальною дестинацією, що поєднує неперевершені локації, архітектурну досконалість та інтуїтивний сервіс [1].

Заснування бренду One & Only не було випадковим явищем на ринку розкішних подорожей. Воно стало результатом стратегічного бачення та досвіду його засновника, Сола Керзнера – південноафриканського мільярдера, відомого своїми революційними проектами в галузі гостинності, азартних ігор та розваг. На початку 2000-х Керзнер і його компанія Kerzner International

ідентифікували ринкову нішу, яка не була повністю заповнена.

Основним індикатором стратегічного підходу мережі є динаміка зростання кількості об'єктів. За понад 20 років свого існування мережа налічує лише 12 курортних готелів, що становить менше одного нового об'єкта на рік. Така свідомо консервативна динаміка є прямим наслідком філософії бренду – створювати не просто готелі, а унікальні дестинації, де кожен елемент від архітектури до сервісу є недосяжним стандартом для конкурентів.

One & Only послідовно підтримує одні з найвищих цін на ринку розкішного відпочинку, причому ця тенденція зберігається незалежно від географічного розташування курорту. Преміальна цінова політика є не лише інструментом максимізації прибутку, а й ефективним механізмом фільтрації цільової аудиторії, що дозволяє підтримувати рівень сервісу та атмосферу ексклюзивності [2].

Географічна стратегія One & Only можна охарактеризувати як «курортний хаб підвищеної ексклюзивності». Мережа свідомо уникає великих міст, концентруючись на створенні «місць сили» у найкращих курортних регіонах планети.

Африка: ПАР (One&Only Cape Town) – унікальний для мережі міський курорт, але з акцентом на види на Столову гору. ПАР (One&Only Private Game Reserve) – класичний сафарі-досвід у приватному заповіднику, що межує з Національним парком Крюгера. Абсолютна приватність та безпека.

Танзанія (One&Only Zanzibar): поєднання історичної спадщини острова з тропічним пляжним відпочинком. Руанда (One&Only Nyungwe House, One&Only Gorilla's Nest) – вихід на ринок «високорентабельної авантюри». Курорти призначені для тих, хто хоче побачити гірських горил, пропонуючи несправнений розкіш після важкого трекінгу.

Близький Схід: ОАЕ (One&Only The Palm, One&Only Royal Mirage в Дубаї) – робота на одному з найбільших ринків розкошів. The Palm – це сучасна архітектура та приватність на штучному острові, а Royal Mirage – спадщина та арабська романтика.

Азія та Океанія: Мальдіви (One&Only Reethi Rah) – флагманський курорт, що задає тон усьому бренду. Величезний острів з власною екосистемою.

Китай (One&Only Sanya, о. Хайнань): вихід на найдинамічніший ринок розкошів у світі, пропонуючи альтернативу місцевим готелів.

Австралія (One&Only Hayman Island): приватний острів у серці Великого бар'єрного рифу, орієнтований на активний відпочинок та дайвінг.

Америка та Європа: Мексика (One&Only Mandarin) – курорт серед тропічних лісів і на скелястих уступах з видом на Тихий океан. Чорногорія (One&Only Portonovi): перший курорт мережі в Європі, що поєднує середземноморський шарм Адріатики з сучасними розвагами.

One & Only обирає країни з політичною стабільністю, розвиненою туристичною інфраструктурою та наявністю унікальної природної або культурної пам'ятки, навколо якої можна побудувати гостьовий досвід.

Протягом більш ніж двох десятиліть свого існування мережа не лише зберегла, але й посилила свої лідерські позиції на ринку найвищого люксу, демонструючи абсолютно інший підхід до розвитку готельного бізнесу [3]. На відміну від більшості міжнародних мереж, що орієнтуються на швидке масштабування та кількісні показники, One & Only обрала шлях якісного розвитку, де кожен новий проект стає унікальним явищем у світі готельної індустрії. Фундаментом успіху мережі стало поєднання декількох ключових факторів: вибір наймальовничіших та часто важкодоступних локацій світу, створення архітектурно унікальних просторів, що органічно інтегруються в навколишнє середовище, та надання інтуїтивного, персоналізованого сервісу.

Список використаних джерел:

1. Веб-сайт One & Only. URL: <https://www.oneandonlyresorts.com/>
2. Нечева Н. В., Шикіна О. В. Місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. 2022. № 9-10 (298-299). С. 131-137. URL:

<https://cutt.ly/W8k3hzF>

3. Нечева, Н., Давиденко І., Шикіна, О. Розвиток сервісу у курортних готелях України. Економіка та суспільство. 2025. 71. DOI:

<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-33>