

інвестицій у галузь готельного господарства, упровадження передових методів управління кадрами на підприємствах готельного господарства.

Учені пропонують розглядати інноваційну політику як інструмент реалізації інноваційної стратегії, що може бути виражений окремими заходами, реалізація яких спрямована на досягнення цілей як самої інноваційної політики, так і стратегії зокрема [2, 6]. Сутність інноваційної політики готельного підприємства розглядається як сукупність принципів та заходів, спрямованих на вдосконалення основних процесів надання послуг із метою реалізації інноваційної стратегії.

Інтенсивний розвиток міжнародного, внутрішнього, ділового туризму в усьому світі зумовлює підвищення вимог до якості готельного сервісу, який насамперед залежить від рівня інноваційного розвитку.

Поняття інноваційного розвитку деякі вчені трактують як «процес неухильного і послідовного створення, впровадження та поширення інновацій, які сприяють задоволенню фактичних і потенційних потреб та запитів споживачів та суспільства у цілому, який не становить загрози вичерпання потенціалу інтегрального ресурсу та сприяє забезпеченню інтересів та потреб майбутніх поколінь у довгостроковій перспективі».

Проблеми інноваційного розвитку готельних підприємств сьогодні ще недостатньо дослідженні. Значною мірою це пов'язано з тим, що тривалий час і сам рекреаційно-туристичний комплекс залишався на периферії наукового спостереження. В умовах підвищеного попиту на послуги розміщення різних категорій туристів непомірно зростає потреба в дослідженні інноваційного розвитку готельної сфери. Необхідно розглядати інноваційні процеси з точки зору їх організації всередині підприємств. При впровадженні інноваційних проектів у готелях різної категорії повинні бути обґрунтовані критерії (класифікація) інновацій. Тому необхідно розглянути існуючі підходи до класифікації інновацій, а також з'ясувати типи інновацій на підприємствах готельного господарства.

Джерела та література

1. Галасюк К. А. Інноваційний розвиток як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства. *Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (Умань, 22 берез. 2013 р.)*. Умань: Візаві, 2013. С. 109–112.
2. Лебедева Р. Ю. Інноваційний менеджмент трансформації підприємств сфери послуг: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Київ, 2009. 216 с.
3. Литовка А. О., Шикіна О. В. Класифікація інноваційної діяльності туристичного підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаїв, 2016. Вип. № 14. С. 416–420.
4. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.
5. Новиков В. С. Инновации в туризме. Москва: ИЦ «Академия», 2007. 208 с.

Шикіна О. – к. е. н., доц.;
Ремігайло І. – викладач, керуюча
Green Park Hotel
Одеський національний економічний
університет, м. Одеса, Україна

Бутік-готелі як інноваційний напрям розвитку готельного господарства

На сьогоднішній день оцінка комфортабельності готелю не обмежується «п'яти зірками». У світі можна зустріти готелі, що позиціонують себе категорією «шість» і більше зірок. Фахівці готельного бізнесу прибігають до різних форм виявлення унікальності засобу розміщення

тільки б привернути до нього увагу. Не дивно, що вони звертаються до маркетингових приманок, бо дорогими якісними меблями та вишуканою кухнею в наші дні мало кого здивуєш.

Раніше мандрівники при заселенні у готель розраховували на звичайне місце відпочинку та сну, потім вимоги до рівня комфорту збільшувалися, розширювався асортимент додаткових послуг, але зараз навіть цього недостатньо. Так з кожним роком публіка стає все більш досвідченою, а інтер'єри поступово перетворюються на суцільні витвори мистецтва. При плануванні та будівництві нового готелю запрошуються кращі архітектори та дизайнери, які створюють образ продуманий до дрібниць, надають цілісності обраній актуальній тематиці та втілюють творчі задуми у реальність. Тут детально підібрані колір, фактура оздоблювальних матеріалів, оригінальність меблів та елементів декору, освітлення і звукове оформлення, гармонійно поєднуючись або, навпаки, на контрасті один з одним, з метою підкреслення індивідуального смаку дизайнера.

Особливістю бутік-готелів виступає оригінальність ідей в кожному номері, вишуканість та естетичність, що створюють особливу атмосферу, неочікувані рішення у поєднанні з комфортом, вишкolenий та привітний персонал, а також інноваційні технології. Практика готельного бізнесу показує, що чотирьох- та п'ятизіркового статусу достатньо для готелю. Немає необхідності щось винаходити, головне – зберігати гідний рівень та залишитися в приємних спогадах гостя, які стимулюватимуть його вернутися знов. Навіть можна зазначити, що бутік-готелі позбавлені того пафосу п'ятизіркових готелів, бо кожний гість відчуває себе як вдома.

В деяких джерелах можна зустріти, що першим бутік-готелем, який відкрив свої двері був «The Blakes Hotel» на 45 номерів. Ця подія датується в 1981 році в Лондоні, власницею, дизайнером та декоратором якого стала видатна, талановита та ярка особистість Анушка Хемпель.

Однак, вважається, що перше застосування терміну «бутік-готель» було у 1984 році, коли Стив Рубелл разом з Яном Шрагером відреставрували готель «Morgans Hotel» у Нью-Йорці. Вони були відомі на той час як процвітаючі ресторатори та власники культового нічного клубу «Studio 54». Для створення модного міського готелю був запрошений французький дизайнер Андре Путман. Дизайнер з головою занурилася у проект та створила унікальний контрастний стиль за допомогою чорної та білої мозаїки, якою були оброблені цілі кімнати. Це був виклик сучасності, незвичайно та вражаюче [6, 208].

Саме Ян Шрагер вважається родоначальником концепції бутік-готелю: в його уявленні сучасний міський готель – це одночасно і шматочок будинку, і театр, де розігрується людська комедія [4].

Даний напрям здобув широкого вжитку у сфері гостинності. Однак слід зазначити, що офіційного терміну «бутік-готель» у ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» немає, тобто об'явити готель бутіком може хто завгодно. Разом із тим, за українським законодавством готелями підвищеної комфортності можуть вважатися:

- клуб-готель – готель, розташований при клубі, в якому організують дозвілля та організують інші послуги, переважно членам клубу;
- готель-люкс – готель, який має тільки номери тику «люкс» та (або) апартаменти, президентський апартамент;
- готель-резиденція – готель-люкс закритого типу, призначений для обслуговування державних посадових осіб [3; 1].

Поняття «бутік-готель» було розглянуто авторами С. Форсгрєн і К. Франчетті. Вони вважають, що бутік-готелі – це тип житла, який має бути «приправлений» сучасним дизайном і високотехнологічними зручностями. Більш точно поняття надає вітчизняний автор І. Степаненко. Він підкреслює, що бутік-готель – це зазвичай невеликий готель, що позиціонує себе як розкішний та ексклюзивний, часто оформлений в певному тематичному стилі, розрахований на обслуговування бізнес-еліти [3]. На думку Дмитра Заруби – президента Асоціації малих готелів та апартаментів України – будь-який бутік-готель – це фешенебельність, розрахована на VIP-клієнтів [5].

З висловлювань можна провести певний взаємозв'язок між поняттями «бутік-готель», а також «дизайн-готель», ще один термін, який зустрічається в цьому напрямі – «арт-готель».

Деякі автори вважають їх синонімічними, однак О. Шикіна та Г. Фадєєва зазначають їх відмінні ознаки [6, 212].

Бутік-готель – це не тільки про дизайн. Так, ексклюзивний дизайн привертає увагу і допомагає продати готель один-два рази, потім він втрачає свій «WOW-ефект». Бутік-готель – це індивідуальний підхід до всього: атмосфери, архітектури, персоналу, клієнтам та ін. Основними відмінними рисами бутік-готелів можна назвати атмосферу, інтер'єр, місткість, сервіс та послуги, місце розташування, цільову аудиторію.

Раніше бутік-готелі не входили до мереж, щоб не втратити свою індивідуальність, але розвиток даного сегменту постійно набирає обертів і з'являється необхідність у розширенні під управлінням великих готельних операторів. Спочатку з'явилися готельні мережі, що складаються виключно з бутік-готелів. Прикладом можуть слугувати Bulgari Hotels and Resorts та Autograph Collection Hotels від компанії Marriott International, а також M Gallery, яка належить французькій готельній групі Accor Hotels. Успіх таких мереж був відчутний одразу: швидкі темпи зростання доходу, в т.ч. показника revPAR, в порівнянні зі звичайними мережевими готелями [2]. Так бутік-готелі зайняли свою нішу, та зацікавили в об'єднанні добре вкорінених на ринку мереж, які постійно на слуху і славляться своїм ідеально організованим сервісом. Ці компанії мають в своєму штаті кращих кваліфікованих фахівців у всіх сферах: фінансах, маркетингу, управлінні та інше. Завдяки такій системі контролю можна покращити готельний продукт в цілому, оптимізувати витрати і збільшити життєдіяльність об'єкта. З приводу цього відомий готельєр на ринці бітук-готелів Ян Шрагер зауважив, що він об'єднався з Marriott тому, що у них добрий менеджмент та вони уважні до дрібниць. У той час сач Ян Шрагер може запропонувати творчі ідеї, стиль, художній дизайн. За бутік-готелем майбутнє готельного бізнесу. І вплив бутіків на мережеві готелі величезний. Мережі стали приділяти увагу модному дизайну, якості їжі [4].

В Одесі бутік-готелі також знайшли своє місце. В їх список входять одні із кращих готелів міста: Frederic Koklen Boutique Hotel, Redlind Hotel, La Gioconda Boutique Hotel, Wine & Pillow Hotel by Frapolli, Hotel de Paris Odessa Mgallery by Sofitel, De Volan Boutique Hotel, Boutique – hotel Chaikovskiy, KADORR Hotel Resort & Spa, Hotel Otrada, Boutique Hotel Palais Royal, Бутік-готель Каліфорнія, Boutique Hotel Dacha Lanzheron, Boutique Apart – Hotel iArcadia, Boomerang Boutique Hotel, Reno Hotel. Як можна побачити, об'єктів розміщення, які позиціонують себе як бутік-готель в Одесі не так багато (15), дещо менше дизайн – (5) та арт-готелів (1) [7].

Тенденція розвитку бутік-готелів в Україна та у світі зазнає позитивного напрямку. Однак порівнюючи вітчизняний ринок послуг для VIP-клієнтів та закордонний, можна прийти до висновку, що нашому ринку готельного бізнесу є куди рости. Більшість бутік-готелів схожі між собою, але основна особливість готельних комплексів цього напрямку полягає в індивідуальності, унікальності та особливому відчутті домашнього затишку. У бутік-готелі гість отримає не тільки комфортне проживання та високий рівень послуг, а й емоції та враження. Нажаль, бутік-готелі м. Одеси не всі проходять категоризацію, але надають послуги відносно високо рівня якості за відповідну ціну.

Джерела та література

1. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. *Терміни та визначення*. Київ: Держспоживстандарт України, 2006. 28 с.
2. Бутік or not бутік. URL: <https://www.frontdesk.ru/article/butik-or-not-butik>
3. Галасюк С. С., Будніков О. В. Сутність та специфічні ознаки концепції «бутік-готель». *Інфраструктура ринку*. 2018. № 25.
4. Сулькин О. Ян Шрагер: «Избегайте отелей-конвейеров». URL: https://www.vedomosti.ru/business/articles/2011/08/19/yan_shrager_izbegajte_otelejkonvejerov
5. Черняева Н. Бутік-отели как альтернатива. *Журнал «Коммерсант Guide»*. 2017. № 196. С. 21.
6. Шикіна О. В., Фадєєва Г. І. Теоретичні основи діяльності концептуальних готелів та їх класифікація. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. № 6 (11). С. 207–214.
7. The 19 best boutique hotels in Odessa. URL: <https://boutiquehotel.me>