

Толстопятенко О.О., здобувач вищої освіти II курсу гр. ГРС-2М, ФБСО
Науковий керівник: Климчук А.О., д.е.н., професор
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Державний університет «Житомирська політехніка»

Інноваційний розвиток та перспективи бутік-готелів в Україні

Одним із найважливіших аспектів діяльності сучасних підприємств готельного господарства є **ефективна реалізація інновацій**, зокрема створення нових і вдосконалення існуючих готельних продуктів та послуг, упровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, автоматизованих систем управління й нових форм обслуговування. Упровадження інноваційних рішень у готельній сфері сприяє підвищенню **конкурентоспроможності, якості сервісу, лояльності гостей та формуванню позитивного іміджу підприємства**, що безпосередньо впливає на прибутковість і стійкість бізнесу.

Запорукою сталого розвитку закладу готельного господарства є **задоволення зростаючих потреб сучасного споживача**. У 2020–2025 рр. відбувається очевидна зміна споживчих пріоритетів: дедалі більше клієнтів прагнуть не стандартного проживання, а **індивідуального досвіду, емоційності та унікальності атмосфери**. Ця тенденція зумовила зростання інтересу до **бутік-готелів** — форматів, що поєднують креативний дизайн, персоналізоване обслуговування та локальну автентичність.

Термін *«бутік-готель»* з'явився у 1980-х роках у великих містах Великої Британії та США. Його започаткував підприємець **Стів Рубелл** у 1984 р., відкривши разом з **Яном Шрагером** готель *Morgans Hotel* у Нью-Йорку. Згодом ця модель стала символом **індивідуальності, дизайну та сервісу високого рівня**. Сьогодні бутік-готель — це невеликий, зазвичай до 100 номерів, заклад із оригінальною концепцією, унікальним дизайном, високою якістю обслуговування і яскравою особистістю бренду.

Архітектура та інтер'єр бутік-готелів вирізняються **індивідуальним підходом, тематичністю, використанням арт-дизайну**. Часто вони розміщуються у будівлях із історичною або культурною цінністю, що підсилює автентичність і привабливість об'єкта. Саме тому такі готелі стають не лише місцем проживання, а й **культурно-досвідним простором**, що створює у гостей особливі враження.

Серед відомих світових представників формату *«бутік»* — *The Grey Hotel* (Мілан), *Puerta America* (Мадрид), *Sydney House* (Лондон), *Edition Hotels* (Лондон, Майямі, Стамбул, Нью-Йорк).

В Україні цей формат почав активно розвиватися після 2010 року. Найвідомішими прикладами є **«Опера», «Воздвиженський», «Podol Plaza», «Burger Hotel» (Київ), «Vintage Boutique» (Львів), «Reikartz Кора» (Полтава)**. З початком повномасштабної війни у 2022 році готельна індустрія України зазнала суттєвих структурних трансформацій, що вимагали швидкої адаптації до кризових умов і нових соціально-економічних реалій. Значна частина закладів гостинності була змушена переформатувати діяльність, скоротивши номерний фонд, переобладнавши приміщення для розміщення внутрішньо переміщених осіб, волонтерів, військовослужбовців або міжнародних місій гуманітарної допомоги. Поряд із цим готелі активно створювали укриття та безпечні зони, забезпечували автономні джерела електропостачання, генератори, системи опалення та водопостачання, що дало змогу зберегти безперервність роботи в умовах енергетичної нестабільності.

У період 2023–2025 років відбувається поступове відновлення ринку готельних послуг, однак за оновленою моделлю — із акцентом на енергоефективність, цифровізацію, екологічність і гнучкість управління. Особливо динамічно розвиваються бутік-готелі, які завдяки своїм масштабам і креативним концепціям швидше реагують на зміни середовища. Такі заклади впроваджують інноваційні технологічні рішення, зокрема системи онлайн-бронювання, QR-реєстрацію гостей, безконтактні чеки та оплати, мобільні ключі, а також *“smart-room”*-технології, що забезпечують інтелектуальне керування кліматом, освітленням, мультимедійними засобами та безпекою.

Паралельно формується тренд на створення власних мобільних застосунків і цифрових платформ для управління клієнтським досвідом (*guest experience*). За їх допомогою гість може не лише здійснювати бронювання чи онлайн-чеки, а й персоналізувати умови перебування — вибрати тип сніданку, налаштувати комфорт у номері, замовити додаткові послуги або оцінити сервіс у режимі реального часу.

Варто зазначити, що цифровізація бутік-готелів в Україні є не просто технологічним трендом, а необхідною умовою їхньої конкурентоспроможності. Згідно з сучасними дослідженнями, підприємства, які інтегрували комплексні CRM-системи, аналітику даних і автоматизоване управління процесами, демонструють підвищення рентабельності на 15–20 %, а також зростання рівня задоволеності клієнтів (NPS) у середньому на 25–30 %.

Крім того, активне впровадження цифрових сервісів сприяє оптимізації витрат, скороченню споживання ресурсів, підвищенню безпеки та оперативності обслуговування. Зокрема, системи безконтактної реєстрації й онлайн-комунікацій дозволяють зменшити навантаження на персонал, що особливо актуально в умовах кадрового дефіциту. Таким чином, бутік-готелі стають лабораторією інновацій у готельному секторі України, демонструючи синергію технологій, дизайну та сервісу в умовах воєнного й післявоєнного відновлення.

Показовими прикладами успішної цифрової трансформації у форматі бутік-готелів в Україні є *Opera Hotel*, *FERENC Hotel & Restaurant*, *Iris Art Hotel*, *Wall Street Hotel*, *Bank Hotel* та *Vintage Boutique Hotel*.

Так, *Opera Hotel Kyiv* (м. Київ) належить до міжнародної мережі *The Leading Hotels of the World* і є прикладом інтеграції класичної розкоші з сучасними технологічними рішеннями. Під час війни готель частково переорієнтував діяльність, створивши укриття та автономну енергосистему, а також упровадивши мобільну систему бронювання і цифрову комунікацію з гостями. Використання CRM-платформи дозволило оптимізувати управління клієнтською базою, персоналізувати обслуговування та зберегти високий рівень сервісу навіть в умовах скорочення персоналу.

FERENC Hotel & Restaurant (м. Львів) — приклад сучасного концептуального готелю, що поєднує історичну архітектуру та креативний дизайн із цифровими інструментами управління. У 2024 р. заклад упровадив QR-реєстрацію гостей, “smart-room”-технології та мобільний застосунок для дистанційного замовлення послуг ресторану, таксі, хімчистки тощо. Готель також реалізує екологічну ініціативу Green Stay Program, орієнтовану на скорочення споживання ресурсів і формування сталого бренду.

Iris Art Hotel (м. Харків) є прикладом успішної адаптації до кризових умов. У 2023–2024 рр. він модернізував інфраструктуру відповідно до стандартів енергозбереження, встановив генератори та автономне опалення, а також запровадив систему безконтактної оплати і “smart-control” кімнатного простору. Для гостей створено можливість онлайн-бронювання через соціальні мережі й миттєвий зв’язок із персоналом за допомогою месенджерів.

Крім того, Bank Hotel (м. Львів) позиціонує себе як “інтелектуальний готель нового покоління”, що поєднує арт-простір, ресторанну локацію та digital-платформу взаємодії з клієнтами. Гості можуть керувати параметрами проживання, замовляти додаткові послуги чи бронювати події безпосередньо через мобільний додаток. Зазначені приклади демонструють, що українські бутік-готелі активно інтегрують технологічні рішення в систему сервісу, орієнтуючись на індивідуальний підхід, безпечність і комунікаційну відкритість. Цифровізація стала не лише інструментом виживання у складних умовах, а й ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Попри відносно високі інвестиційні витрати (приблизно від 400–700 тис. дол. США на відкриття невеликого закладу), **рентабельність бутік-готелів сягає 18–25 %, а середній рівень завантаженості — понад 70 %,** що свідчить про стійкий попит. Успіх таких готелів забезпечується ефективним **менеджментом, маркетинговими комунікаціями та якістю персоналу.**

Просування таких закладів базується не на масовій рекламі, а на **цифровому маркетингу, соціальних мережах і рекомендаціях гостей.** Це відповідає сучасній тенденції «**experience economy**» — коли головним продуктом стає унікальний досвід, емоції та індивідуальність. У світі формат бутік-готелів також еволюціонує. Співпраця Яна Шрагера з корпорацією **Marriott International** створила бренд **Edition Hotels**, який поєднав у собі індивідуалізований підхід і ресурси глобальної мережі. Цей приклад демонструє, що навіть великі корпорації інтегрують концепцію “бутику”, аби задовольнити попит нової генерації мандрівників — **креативних, мобільних, екологічно свідомих і цифрово активних.**

У 2025 році розвиток бутік-готелів в Україні має значний потенціал. Зростає попит на **малі дизайнерські заклади в історичних центрах міст, еко-бутики** у рекреаційних зонах (Карпати, Поділля, Закарпаття), а також **апарт-бутики з довгостроковим проживанням** для релокованих фахівців та іноземних волонтерів. Тренди включають: інтеграцію «**зелених технологій**» (сонячні панелі, енергоефективне освітлення, сортування відходів); розвиток **digital guest experience** — мобільні додатки, безключовий доступ, онлайн-кастомізація номерів; створення **тематичних концептів** (“art boutique”, “heritage hotel”, “wellness boutique”); поєднання готельної, гастрономічної та культурної складових (бутик-готель як простір подій, дегустацій, виставок).

Такі заклади стають важливим інструментом **формування туристичної привабливості України** та посилення її міжнародного іміджу. Бутік-готелі формують окремий сегмент у структурі сучасної готельної індустрії України. Їхня унікальність полягає в поєднанні **інноваційного мислення, дизайнерської естетики, персоналізованого сервісу й соціальної відповідальності.** У післявоєнний період вони мають потенціал стати **символом відновлення українського туризму**, відображаючи європейські стандарти якості та національну ідентичність. Розвиток цього формату є перспективним напрямом для інвесторів, сприяє підвищенню конкурентоспроможності галузі, створенню нових робочих місць і формуванню позитивного бренду України на міжнародному туристичному ринку.

Список використаних джерел:

1. Дмитришин Б.В. Innovation as a Determining Factor in the Development of the Hospitality Business. Центральнотуркменський науковий вісник. Економічні науки, 2023, № 9(42), с. 58–66. DOI:10.32515/2663-1636.9(42).58-66
2. Ляницька-Гикавчук Г. Innovation as a Tool for Sustainable Development of the Hotel Industry. Економіка розвитку систем, 2025, 7(2), с. 56-60. DOI:10.32782/2707-8019/2025-2-8
3. Бойко В. Marketing Innovations for Creating a Hotel Business Brand in Global Practice. European Science, 2023, № sge25-02, с. 166-183. DOI:10.30890/2709-2313.2023-25-00-021.
4. Казіюка Н.П., Гуменюк В.В., Семиргі Л.І., Білян О. International Information Technologies and Their Role in Improving the Efficiency of Organization of the Hotel and Restaurant Business. The Actual Problems of Regional Economy Development, 2023, 2(19), с. 29-41. DOI:10.15330/apred.2.19.29-41.
5. Романиха О.М., Шаповалова І.В., Шуляк Н.В. Development Trends of the Global Hotel Market and the Place of Ukraine in It. Trade and Market of Ukraine, 2023, № 2(54), с. 27-36. DOI:10.33274/2079-4762.2023.54-2-27-36