

УДК 640.4:[338.488.2:728.03]

Е. В. Логвина

***Развитие бутик-отелей — одно из перспективных направлений современной индустрии гостеприимства***

Таврическая академия (структурное подразделение), ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»,  
г. Симферополь, Республика Крым, Российская Федерация  
e-mail: vivat.log.1474@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы развития бутик-отелей. Даны определения данного понятия и трактовка этих понятий разными авторами. Проведенный сравнительный анализ бутик-отелей, показывает их востребованность на все территории Российской Федерации. Выявлены проблемы и рассмотрены перспективы развития.

**Ключевые слова:** бутик-отель, гостиничный бизнес, индустрия гостеприимства, имидж отеля, качество обслуживания, рентабельность бутик-отелей, инфраструктура бутик-отеля.

### Введение

Конкурентная среда в Российской Федерации, в Крыму и в мире обострили проблемы, связанные с деятельностью предприятий индустрии туризма и гостеприимства. В современных условиях одной из важнейших предпосылок эффективного функционирования предприятий индустрии гостеприимства на мировом рынке становится обеспечение конкурентных преимуществ в сфере услуг размещения.

На туристском рынке оценка комфортабельности средств размещения не ограничивается классификацией в «5 звезд». В настоящее время самыми дорогими и комфортабельными отелями являются «бутик-отели». В условиях конкурентного рынка бутик-отели являются наиболее перспективным активно развивающимся направлением в развитии индустрии гостеприимства.

«Бутиковый формат состоит из двух неразрывно связанных частей, которые по отдельности теряют смысл» [1]. Как правило, верхняя допустимая граница колеблется в пределах 100 номеров.

Во-вторых, бутик-отель — это всегда эксклюзивный характер сервиса, предоставляемого гостям, и не просто индивидуального, который возможен в небольших семейных гостиницах, а опций на уровне 5-звездочного отеля. Предполагается, что именно небольшой формат может обеспечить условие «бутиковости» [2].

Сочетание указанных характеристик в рамках одного объекта позволяет его идентифицировать как бутик-отель, отделяя от «просто» 5-звездочного отеля и от бюджетных малых средств размещения», управляют бутик-отелями преимущественно их владельцы [3].

Данный вид размещения является достаточно востребованным как на мировом туристском рынке, так и на отечественном рынке (количество бутик-отелей стремительно растет и выбор туриста с каждым годом все чаще становится

в пользу данного типа размещения).

### Материалы и методы

Одним из важнейших аспектов концепции деятельности любого предприятия, в том числе гостиничного, является успешная реализация инновационных подходов. Инновационная деятельность в сфере гостеприимства направлена на создание и совершенствование новых продуктов (услуг), развитие маркетинга, внедрение новых организационных инноваций (кооперация, франчайзинг, новые формы управления и сотрудничества), применение новых информационных технологий во всех операционных системах (начиная с бронирования и заканчивая размещением гостя, а также дополнительные информационные услуги), воплощение современных технических решений, применение других инноваций, способствующих получению субъектами индустрии гостеприимства как экономического, так и социального эффекта, укрепляют имидж организаций [4]. В последние годы все большую популярность среди потребителей гостиничных услуг приобретают «бутик-отели».

Само понятие «бутик-отель» (от франц. *boutique* — лавка, небольшой магазин) появилось около трех десятков лет назад. Первыми его в обиход ввели Стив Рубелл и Йен Шрагер, деловые партнеры из США. В 80-х годах они выкупили обанкротившийся отель «Executive Hotel» и дали ему имя «Морган». Именно тогда они и ввели в обиход новое понятие. Бутик-отель — отель, расположенный в здании, которое имеет историческую или иную ценность. Зачастую бутик-отели проектирует известный дизайнер по спецпроектам с индивидуальным и неповторимым дизайном. Такие отели, как правило, предлагают размещение стоимости за номер от 200–300 долл. в сутки.

На российском рынке бутик-отели появились относительно недавно. Формат еще четко не сформирован и трактуется каждым владельцем по-своему. Однако большинство собственников и профессионалов рынка выделяют следующие отличительные признаки отелей данной категории:

- архитектура и дизайн;
- сервис и обслуживание;
- целевая аудитория.

В последние годы гостиницы малой вместимости все чаще становятся объектом научных исследований. Характеристики бутик-отелей отражены в работах авторов: Алекшуровой А. Ю., [5], Косолапова А. Б. [6], Жуковой М. А. [7]

В развитии гостиничного бизнеса важное значение имеет имидж отеля, который обеспечивает благоприятное его восприятие, он состоит из места расположения отеля, предлагаемых услуг и удобств, внешнего восприятия и внутренней атмосферы отеля, уровня квалификации обслуживающего персонала. Имидж отеля — это целостная картина, которую отель предлагает потребителю.

Бутик-отели отличает эксклюзивное качество обслуживания. Номера уникальные и неповторимые, каждый имеет свое название, и все удобства. Уровень обслуживания в бутик-отеле должен соответствовать классу «люкс». Помимо основной услуги (стандартной) — размещения и проживания, бутик-отель предлагает дополнительные инновационные и эксклюзивные услуги, которых нет ни в одном отеле города [8].

Например, инновационные услуги:

- ароматерапия;
- экскурсия по городу на велосипеде;
- йога на свежем воздухе с персональным тренером;
- детская тематическая прогулка с аниматорами

Прежде чем говорить о развитии бутик-отелей в Крыму, кратко остановимся на их развитии в Российской Федерации.

На российском гостиничном рынке условно сложилось два определения: «бутик-отель», который определяется как малое средство размещения с номерным фондом от 16 до 50 номеров, и «мини-отель» — малое средство размещения с номерным фондом от 5 до 15 номеров [9]. Реализация проектов гостиничных предприятий малой вместимости при не очень значительных вложениях приносит значительные прибыли. Кроме того, новые бутик-отели уже в первые годы работы имеют более высокий коэффициент загрузки номерного фонда. Рентабельность таких отелей составляет около 18%, в то время как аналогичный показатель для крупных отелей находится на уровне 8–10%. Срок окупаемости бутик-отелей составляет примерно 3–5 лет, а для гостиничных комплексов он составляет в среднем семь лет [7].

Примером развития бутик-отелей является Российская Федерация. В некоторых регионах которой — в Краснодарском крае, г. Москве, Урале — отмечается тенденция увеличения мощности гостиничного хозяйства за счет малоформатных средств размещения — бутик-отелей.

Среди крупных городов России лидер по этому показателю г. Санкт-Петербург [10], сектор размещения которого на три четверти состоит из бутик-отелей.

Однако, несмотря на все преимущества создания бутик-отелей, существует и ряд проблем, характерных как для РФ, так и для стран СНГ в целом. Из-за отсутствия законодательной базы происходит ограничение роста бутик-отелей, отсутствует система категоризации малых средств размещения, не обладающих минимально допустимым номерным фондом [11]. Несмотря на эти сложности, данный вид размещения стремительно развивается в Российской Федерации и в Крыму и уже имеет своего потребителя и составляет конкуренцию известным мировым гостиничным цепям и другим средствам размещения. Проведем сравнительный анализ бутик-отелей городов Москвы, Санкт-Петербурга и Ялты (табл. 1).

Рассмотрев некоторые бутик-отели городов Москвы, Санкт-Петербурга и Ялты можно сделать выводы, что все отели имеют ассортимент различных услуг с целью обеспечить запросы самого требовательного клиента. Эти отели имеют свою концепцию, философию и уникальный дизайн интерьеров, располагаются в исторических зданиях или местности.

Таблица 1

## Сравнительный анализ бутик-отелей РФ

Характеристика	Бутик-отель «Триумф Палас» г. Москва	Бутик-отель «DOM Boutique Hotel» г. Санкт-Петербург	Бутик-отель «Вилла София», г. Ялта
1	2	3	4
Номерной фонд	Номера категории: – стандарт; – полулюкс; – люкс.	Номера категории: – стандарт; – улучшенный номер; – семейный номер; – полулюкс; – люкс.	Номера категории: – люкс; – роскошный люкс; – люкс комфорт; – представительский люкс.
Философия	«Триумф-Палас» — жилой небоскрёб высотой 264,1 метра, самое высокое жилое здание в Европе. Три последних жилых этажа занимает Бутик-отель «Триумф Палас» —самая высокая гостиница в Москве и Европе. Стилль оформления каждого номера бутик-отеля посвящён одному из городов мира.	Бережно сохраненное историческое здание и современный английский колорит в самом центре Петербурга. Теперь все гости отеля могут ощутить комфорт, достойный ценителей частных дизайнерских отелей.	Бутик-отель «Вилла София» гостеприимно открывает свои двери для всех, кто ценит тонкий вкус, семейные традиции и искусство.
Концепция	Панорамный вид на всю Москву с высоты птичьего полета. Номера отеля оснащены всем необходимым,. Круглосуточная помощь квалифицированного персонала, бизнес-услуги, room-service. Проживание в отеле будет комфортным и незабываемым, а воспоминания о Москве — приятными.	Бутик-отель предлагает умиротворение и отдых от суеты	Авторское оформление интерьера позволит погрузиться в микроклимат красоты и элегантности. Вид на набережную создает гостям хорошее настроение и приятную атмосферу отдыха
Услуги	– трансфер; – аренда автомобиля; – профессиональная фотосессия; – ресторан; – лобби-бар. – wi-fi;	Услуги консьержа. Возможность заказа такси в Санкт-Петербурге. Организация трансфера; Помощь при оформлении визы; Широкий выбор экскурсий в Санкт-Петербурге; Возможность заказа аренды авто; Конференц-услуги отеля; Прокат велосипедов; Возможность оплаты с помощью банковской карты в режиме он-лайн; ресторан; лобби-бар. wi-fi;	Три уникальные видовые террасы для вашей церемонии; Ресторан VILLA SOFIA для свадебного банкета. Романтический интерьер для вашей фотосессии. Теплая и душевная атмосфера для лучших воспоминаний. Фрукты и игристое вино в номере молодоженов. VIP зал на 10 мест; Трансфер; Кейтеринг Услуги SPA-кабинета Мини-бар; Экскурсии Аренда автомобиля; Заказ цветов; Аренда яхт; Ресторан; Бар; Спа

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4
Интерьер	В архитектурном стиле различных европейских городов	В стиле классической богемной роскоши	Каждый из номеров разработан индивидуально, создан особый образ для каждого помещения с неповторимыми деталями интерьера и атмосферой. Можно попасть прошлый век с классическими формами мебели и декора, или ощутить атмосферу насыщенного цветом и радостями жизни пряного востока. Либо окунуться в мир ультрасовременного актуального дизайна.
Цены	От 4 553 руб./за 1 ночь	От 8 000 руб./за 1 ночь	От 16 000 руб./за 1 ночь

Составлено автором

### Результаты обсуждений

Востребованность гостиничных объектов определенных форматов зависит от основных векторов развития туризма в том или ином регионе страны. В Крыму будут пользоваться спросом такие форматы, как комплексный resort-отель и апарта-отель для длительного проживания, бутик-отели.

На сегодняшний день очевиден переизбыток отелей на рынке Крыма. При этом ощущается недостаток качественных брендовых бутик-отелей, которые будут востребованными в будущем.

Основная проблема туристского рынка, которая сказывается отрицательным образом на загрузке гостиниц — это несоответствие цены и качества услуг. Так 37% номерного фонда гостиничных предприятий приходится на объекты, введенные в эксплуатацию до 2000 года. Архитектурно-планировочные и материально-технические характеристики многих гостиниц уже не соответствуют требованиям клиентов.

Гостиничный рынок Крыма всегда вызывал большой интерес со стороны инвесторов т.к. он имеет большой потенциал. Однако, Крыму необходимо больше инвестиционных вложений в инфраструктуру — строительство дорог, благоустройство пляжей.

На сегодняшний день наиболее характерный путь развития бутик-отелей в Крыму — это партнерство, как способ организации бизнеса. Учитывая, что бутик-отели, являются частью малого и среднего бизнеса, поэтому они внесут свою долю в бюджет Крыма.

### Выводы

Сфера предоставления услуг размещения, является одной из важнейших составляющих туристской индустрии. Бутик-отель — отель, который на первое место ставит комфорт и удобство своих клиентов. Это тип небольшого отеля: стильный, роскошный, изысканный, с высоким уровнем обслуживания и

эсклюзивным интерьером, находящийся в центре города. За последние годы бутик-отели стали неотъемлемой частью индустрии гостеприимства Российской Федерации и Крыма. При стабильной ситуации на рынке и удачном расположении хороший бутик-отель может демонстрировать более высокие операционные показатели, чем большинство бизнес-отелей верхней ценовой категории. Спрос на размещение в таких отелях находится на довольно высоком уровне, по сравнению с традиционными гостиницами. Загрузка известных бутик-отелей, расположенных в европейских столицах зачастую превышает показатели стандартных гостиниц. Соответственно, окупаемость таких отелей, долгосрочная, но прибыльная. Загрузка известных бутик-отелей, расположенных в Москве и Санкт-Петербурге зачастую превышает показатели стандартных гостиниц.

В целом следует отметить, что Крым с его природным ресурсом, уникальным и неповторимым климатом, а также богатой историей является одним из наиболее перспективных курортных регионов Российской Федерации и Восточной Европы. Потенциал Крыма в будущем будет реализован, а такой формат гостиничного бизнеса, как бутик-отели будет приобретать все большую популярность.

#### *Литература*

1. Новиков В. С. Организация туристской деятельности. М. : Academia, 2013. 336 с.
2. Официальный сайт Российского Союза Туриндустрии [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.rostourunion.ru>
3. Овчаров А. О. Туристический комплекс России. Тенденции, риски, перспективы. М : Инфра-М, 2014. 280 с.
4. Папирян Г. А. Международные экономические отношения. Маркетинг в туризме. М.: Финансы и статистика, 2013. 451с.
5. Алекшкурова А. Ю. Международный туризм. М.: МГУ, 2013. 289 с.
6. Косолапов А. Б. Туристское страноведение. Европа и Азия. М.: Кнорус, 2013. 328 с.
7. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе. М.: Финансы и статистика, 2013. 342 с.
8. Спасская А. В. Бутик-отели вчера, сегодня и завтра // Hotel & Resort. 2013. № 5. С. 27–33.
9. Новиков В. С. Организация туристской деятельности. М.: Academia, 2013. 336 с.
10. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. М.: Новое знание, 2014. 408 с.
11. Все о Франции. Французский портал Paris Chance. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://paris-chance.com>.

Е. Logvina

***The development of boutique hotels is one of the most promising areas of the modern hospitality industry***

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Taurida Academy,  
Simferopol, Republic of Crimea, Russian Federation  
e-mail: [vivat.log.1474@mail.ru](mailto:vivat.log.1474@mail.ru)

**Abstract.** *The article deals with the development of boutique hotels. Definitions of this concept and interpretation of these concepts by different authors are given. The given comparative analysis of boutique hotels shows their demand in all territories of the Russian Federation. Problems are identified and development prospects are considered.*

**Keywords:** *boutique hotel, hotel business, hospitality industry, hotel image, quality of service, profitability of butiye hotels, infrastructure of butiye hotel.*

### **References**

1. Novikov, V. S. Organizacija turistskoj dejatel'nosti. M.: Academia, 2013. 336 p. (in Russian)
2. Oficial'nyj sajt Rossijskogo Sojuza Turindustrii URL: <http://www.rostourunion.ru> (in Russian)
3. Ovcharov, A. O. Turisticheskij kompleks Rossii. Tendencii, riski, perspektivy. M.: Infra-M, 2014. 280 p. (in Russian)
4. Papirjan, G. A. Mezhdunarodnye jekonomicheskie otnoshenija. Marketing v turizme. M.: Finansy i statistika, 2013. 451 p. (in Russian)
5. Alekshkurova, A. Ju. Mezhdunarodnyj turizm. M.: MGU, 2013. 289 p. (in Russian)
6. Kosolapov, A. B. Turistskoe stranovedenie. Evropa i Azija. M.: Knorus, 2013. 328 p. (in Russian)
7. Zhukova, M. A. Menedzhment v turistskom biznese. M.: Finansy i statistika, 2013. 342 p. (in Russian)
8. Spasskaja, A. V. Butik-oteli vchera, segodnja i zavtra. Hotel & Resort. 2013. No. 5. pp. 27–33. (in Russian)
9. Novikov, V. S. Organizacija turistskoj dejatel'nosti. M.: Academia, 2013. 336 p. (in Russian)
10. Kabushkin, N. I. Menedzhment. M.: Novoe znanie, 2014. 408 p. (in Russian)
11. Vse o Francii. Francuzskij portal Paris Chance URL: <http://paris-chance.com> (in Russian).

*Поступила в редакцию 19.01.2021 г.*