

УДК 338.488.2:640.412(477.83)
 JEL класифікації: L83
[https://doi.org/10.31891/dsim-2025-11\(49\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-11(49))

КАПСУЛЬНІ ГОТЕЛІ – СУЧАСНИЙ ТРЕНД В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «CONSTELLATION 89»

ПАНЬКІВ Наталія

кандидат біологічних наук, доцент кафедри туризму,
 Інституту сталого розвитку імені В'ячеслава Чорновола
 Національний університет «Львівська політехніка»
<https://orcid.org/0000-0002-9057-9612>
pankiv.natalia@gmail.com

ВДОВИЧЕНКО Інна

здобувачка освіти
 Національний університет «Львівська політехніка»

Стаття присвячена дослідженню капсульних готелів як сучасного тренду в індустрії гостинності на прикладі капсульного готелю «Constellation 89» у місті Львові. У роботі проаналізовано історію розвитку капсульних готелів, їх концепцію, основні характеристики, а також визначено переваги та недоліки даного формату закладів розміщення. Встановлено, що переваги капсульних готелів, такі як доступність, економічність та зручність для мандрівників, а також швидке обслуговування, значно перевищують їхні недоліки, до яких належать обмеженість простору та відсутність конфіденційності. Ці недоліки є важливими для визначення цільової аудиторії та подальшої стратегії розвитку таких готелів. Детально проаналізовано діяльність капсульного готелю «Constellation 89», зокрема, оцінено його фінансово-економічні показники, ефективність управління та інвестиційну діяльність. Для визначення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз готелю виконано SWOT-аналіз, який вказує на сильні сторони, такі як висока рентабельність і адаптивність до змін на ринку, але також виявляє можливі загрози у вигляді економічних коливань і високої конкуренції. Проте, використання можливостей для диверсифікації послуг, розвитку маркетингових стратегій та вдосконалення інфраструктури може забезпечити стійкий розвиток готелю в майбутньому. На основі отриманих даних у роботі розроблено пропозиції щодо впровадження інноваційних проєктів, таких як інтеграція автоматизованих систем обслуговування, розвитку нових послуг, а також зміцнення маркетингових стратегій через активну присутність в онлайн-мережах та співпрацю з міжнародними платформами для бронювання, що дозволить залучити нову аудиторію та підвищити лояльність існуючих клієнтів. Отже, в процесі дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку капсульних готелів, визначено шляхи формування їхньої концепції, загалом, як бюджетного та комфортного закладу розміщення для короткострокових туристів, в контексті інноваційного розвитку, як перспективного напрямку туристичної діяльності в Україні.

Ключові слова: капсульний готель, «Constellation 89», індустрія гостинності, інноваційні проєкти, маркетингова стратегія, фінансово-економічний аналіз, SWOT-аналіз, сучасні тренди, управління готелем, розвиток готельного бізнесу.

CAPSULE HOTELS – A MODERN TREND IN THE HOSPITALITY INDUSTRY BASED ON THE EXAMPLE OF THE CAPSULE HOTEL «CONSTELLATION 89»

PANKIV natalia, VDOVYCHENKO Inna

Lviv Polytechnic National University

The article is dedicated to the study of capsule hotels as a modern trend in the hospitality industry, using the example of the capsule hotel «Constellation 89» in Lviv. The research examines the history of capsule hotels, their concept, key characteristics, and identifies the advantages and disadvantages of this type of accommodation. It was found that the benefits of capsule hotels, such as affordability, cost-effectiveness, convenience for travelers, and quick service, significantly outweigh their drawbacks, which include limited space and lack of privacy. These disadvantages are important for defining the target audience and further development strategies for such hotels. The article provides a detailed analysis of the operations of «Constellation 89», including an assessment of its financial and economic performance, management efficiency, and investment activities. To identify the hotel's strengths, weaknesses, opportunities, and threats, a SWOT analysis was conducted, highlighting strong points such as high profitability and adaptability to market changes, while also revealing potential threats like economic fluctuations and intense competition. However, leveraging opportunities for service diversification, improving marketing strategies, and enhancing infrastructure can ensure the sustainable development of the hotel in the future. Based on the findings, the study proposes innovative projects, including the integration of automated service systems, the development of new services, and the strengthening of marketing strategies through an active online presence and collaboration with international booking platforms. These initiatives aim to attract new audiences and increase the loyalty of existing clients. Thus, in exploring the current state and development trends of capsule hotels, the research outlines ways to shape their concept as a budget-friendly and comfortable accommodation option for short-term tourists, positioning them as a promising direction for innovative growth in Ukraine's tourism industry.

Keywords: capsule hotel, «Constellation 89», hospitality industry, innovative projects, marketing strategy, financial and economic analysis, SWOT analysis, modern trends, hotel management, hotel business development.

Стаття надійшла до редакції / Received 11.07.2025

Прийнята до друку / Accepted 23.08.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасна індустрія гостинності постійно адаптується до мінливих потреб споживачів, пропонуючи різноманітні формати розміщення, які відповідають стрімкому стилю життя сучасних міських і транзитних місць. Одним із таких інноваційних рішень є капсульні готелі — компактний формат розміщення, який стає все більш популярним у всьому світі. Капсульні готелі пропонують комфортне та доступне житло, привабливе для сучасних мандрівників і бізнес-клієнтів, які віддають перевагу короткостроковому проживанню, зручності та ефективності. Вивчення капсульних готелів, зокрема «Constellation 89», має важливе значення для розуміння тенденцій інноваційних концепцій в індустрії гостинності та ролі цих закладів у просуванні сталого туризму.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Капсульні готелі стають одним із найпомітніших трендів у індустрії гостинності, задовольняючи потреби сучасного ринку в умовах зростання кількості подорожей, високої щільності населення та зростаючого попиту на доступне та комфортне житло. Із зростанням урбанізації та глобального туризму капсульні готелі набувають популярності, насамперед через їхню економічну ефективність і здатність максимізувати обмежений простір. Ознайомлення з капсульним готелем «Constellation 89» пропонує зрозуміти унікальні характеристики цього типу розміщення та його відповідність сучасним потребам ринку та стандартам обслуговування. *Об'єктом дослідження* є капсульні готелі як формат розміщення в індустрії гостинності. *Предметом дослідження* є експлуатаційні характеристики капсульного готелю «Constellation 89» та його адаптація до сучасних вимог і викликів ринку.

Мета дослідження: визначення сучасних тенденцій формування капсульних готелів, на прикладі готелю «Constellation 89» та перспектив їх розвитку в Україні, як бюджетного та комфортного розміщення для короткострокових туристів. *Виходячи з мети, було поставлено наступні завдання:*

- ✓ Обґрунтувати теоретичні засади капсульних готелів в контексті інноваційного розвитку туристичної сфери;
- ✓ Виявити сутність та роль капсульних готелів в туризмі та дослідити історію і сучасні практики;
- ✓ Визначити проблеми капсульних готелів в Україні та запропонувати шляхи їх вирішення;
- ✓ Розглянути перспективні напрямки розвитку і варіанти вдосконалення галузі капсульних готелів в Україні;
- ✓ Розробити пропозиції щодо впровадження інноваційних проектів в готелі «Constellation 89».

Методи дослідження: методологічною основою роботи є використання загально-наукових та спеціальних методів для ґрунтування: теоретичного аналізу інформаційних джерел та проблематикою дослідження; емпірично-теоретичний метод моделювання; аналіз статичних даних, зокрема, фінансових показників «Constellation 89», порівняльний аналіз з іншими капсульними готелями в усьому світі; SWOT-аналіз; метод порівняльного аналізу; описовий метод.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КАПСУЛЬНИХ ГОТЕЛІВ У СУЧАСНІЙ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

1.1. Історія виникнення та розвиток капсульних готелів.

Капсульні готелі - це унікальний феномен у сфері гостинності, що став частиною глобальних тенденцій урбанізації, технологізації та зміни потреб споживачів. Їх поява та розвиток відображають реакцію на виклики сучасного життя, такі як зростаюча вартість житла у великих містах, збільшення кількості мандрівників, які шукають економічно ефективні варіанти проживання, та потребу у більш мобільних і функціональних просторах. Перший капсульний готель був відкритий у 1979 році в місті Осака, Японія. Його концепцію розробив японський архітектор Кішо Курокава, відомий своїми футуристичними ідеями та прагненням поєднати архітектуру з культурними особливостями сучасного світу. Цей готель мав назву Capsule Inn Osaka і пропонував гостям інноваційне рішення для короткотривалого проживання в умовах обмеженого простору. Кожен гість отримував не кімнату, а невелику капсулу - мінімалістичний простір для сну, обладнаний основними зручностями, такими як ліжко, вентиляція, освітлення, розетки та невеликий екран для перегляду телепрограм [12].

Цей формат став відповіддю на соціально-економічні зміни, що відбувалися в Японії у той час. Інтенсивна урбанізація та високі ціни на нерухомість у великих містах створили попит на бюджетне, але функціональне житло. Капсульні готелі виявилися ідеальним рішенням для бізнесменів, які часто подорожували між містами, а також для туристів, студентів і людей, які тимчасово перебували у місті. Місцева культура мінімалізму та прагнення до раціонального використання простору також сприяли швидкому поширенню цієї концепції. Увесь світ виявив інтерес до таких продуктів. Вперше в Європі мініатюрні номери почали використовувати в аеропортах, починаючи з Парижа та Бангкока, а згодом і в таких містах, як Сінгапур, Сеул та Мумбаї. Мілан став першим містом в Італії, де запровадили сліпінг-капсули, що

дозволяють будь-кому насолодитися якісним відпочинком. Компанія КОТОВУКІ встановила понад 60 000 таких капсул у різних країнах світу, як у готелях, так і в інших приміщеннях. З моменту відкриття першого капсульного готелю, цей формат зазнав значної еволюції. Спочатку капсули були вкрай мінімалістичними: це були невеликі коробки, зосереджені виключно на забезпеченні базових потреб для сну. Проте, з часом капсульні готелі почали удосконалювати свій сервіс, адаптуючись до зростаючих очікувань клієнтів [12].

Ключові етапи розвитку капсульних готелів:

1. *Збільшення технологічних можливостей.* Одним з перших напрямів удосконалення стало впровадження сучасних технологій для підвищення комфорту проживання. Наприклад, капсули почали оснащувати мультимедійними системами, індивідуальними клімат-контролями, системами автоматичного керування освітленням і вентиляцією. Це не тільки покращило якість послуг, але й дало змогу готелям пропонувати інноваційний досвід для своїх гостей.

2. *Розширення функціональності капсульних готелів.* Окрім самого простору для сну, капсульні готелі почали додавати більше загальних зон, де гості могли працювати, відпочивати чи спілкуватися. Спільні кухні, лаунж-зони, душові кімнати та кімнати для зберігання багажу стали невід'ємною частиною таких закладів. Це зробило капсульні готелі привабливішими для тривалих перебувань і різноманітнішої аудиторії.

3. *Дизайн і комфорт.* Якщо перші капсульні готелі були орієнтовані на функціональність, то згодом вони почали більше уваги приділяти дизайну та комфорту. З'явилися капсули з високоякісними матеріалами, покращеними ліжками, шумоізоляцією та інтер'єрами, що створювали відчуття приватності та затишку, навіть у такому обмеженому просторі.

4. *Поширення капсульних готелів за межі Японії.* З розвитком міжнародного туризму концепція капсульних готелів почала поширюватися на інші країни Азії, а згодом і на Захід. Наприклад, у Сінгапурі, Гонконгу, Південній Кореї та Китаї капсульні готелі набули популярності завдяки зростаючому попиту на економічне, але зручне житло. У Європі та США з'явилися також капсульні готелі, які орієнтувалися на мандрівників і молодь, пропонуючи стильний та технологічний досвід проживання. Ці готелі часто використовують для ночівлі під час коротких зупинок у містах або під час ділових поїздок.

5. *Нове позиціонування капсульних готелів.* Сучасні капсульні готелі перестали бути виключно бюджетними варіантами проживання. Деякі з них тепер орієнтовані на преміальний сегмент, пропонуючи високий рівень обслуговування та ексклюзивний дизайн капсул. Водночас загальний формат залишився доступним для широкої аудиторії, оскільки готелі продовжують надавати базові послуги за помірними цінами.

1. *Екологічність.* У сучасних умовах, коли екологічна відповідальність стає важливим чинником для бізнесу, капсульні готелі також почали використовувати стратегії сталого розвитку. Вони мінімізують використання енергії та ресурсів, активно впроваджують технології для економії води та електроенергії, а також використовують екологічно чисті матеріали у будівництві та дизайні [6].

Капсульні готелі сьогодні відображають глобальні зміни в індустрії гостинності. Вони відповідають на нові потреби споживачів, які шукають більш адаптивні, технологічні та економічні варіанти проживання. Особливу популярність такі готелі здобули серед молодих мандрівників, студентів, цифрових кочівників, які цінують мобільність, доступність і сучасний дизайн. Крім того, капсульні готелі грають важливу роль у розвитку урбаністики та готельного бізнесу. Вони показали, що навіть у дуже обмеженому просторі можна забезпечити високий рівень комфорту та задоволення потреб клієнтів. Такий формат став не лише новим типом житла, а й символом раціонального підходу до споживання ресурсів та простору.

В умовах зростаючої урбанізації, підвищеного попиту на бюджетні варіанти проживання та збільшення кількості туристів капсульні готелі почали з'являтися в українських містах у 2019-х роках. Українські капсульні готелі відповідають на потреби як місцевих мандрівників, так і міжнародних туристів, пропонуючи доступне та зручне житло в умовах обмеженого простору. Перші капсульні готелі в Україні з'явилися переважно у великих містах, таких як Київ, Львів та Одеса, де зосереджені найбільші туристичні потоки та ділова активність [5]. Основною причиною їх появи стала зростаюча кількість бюджетних мандрівників, які віддають перевагу економічним варіантам проживання. Це були молоді туристи, студенти, фрілансери, бізнесмени та транзитні мандрівники, для яких важливі не лише ціна, але й швидкий та простий доступ до всіх основних зручностей.

Одним із перших капсульних готелів в Україні став GettSleep Boryspil відкритися в липні 2019 року в аеропорті Бориспіль. До прикладу у Львові, капсульний готель «Constellation 89» був відкритий 18 серпня 2021 року і швидко став популярним серед молодих мандрівників, які цінують бюджетне проживання в самому центрі міста, де можна зупинитися на кілька ночей за помірну ціну [8].

Окрім туристичних міст, капсульні готелі почали з'являтися також у менших містах, поблизу транспортних хабів і аеропортів. Це стало зручним рішенням для транзитних мандрівників, які шукають короткотривале та недороге місце для відпочинку між рейсами чи поїздками. Загалом, капсульні готелі мають великий потенціал для подальшого розвитку. Вони продовжують адаптуватися до змін у суспільстві та технологіях, пропонуючи інноваційні рішення для сучасних мандрівників. Індустрія капсульних готелів продовжує розвиватися, зберігаючи при цьому свої основні риси: економічність, технологічність і мобільність.

1.2. Основні характеристики та концепція капсульних готелів

Капсульні готелі - одне з найбільш інноваційних рішень у сучасній індустрії гостинності, що пропонує унікальне поєднання зручності, доступності та високої функціональності. Ці готелі відрізняються від традиційних засобів розміщення завдяки своєму компактному дизайну та зосередженню на тому, щоб запропонувати мандрівникам комфортне проживання на дуже невеликій площі. Вони особливо підходять для короткострокового проживання, наприклад, для транзитних переїздів, ділових поїздок або навіть для мандрівників, які шукають унікальний досвід проживання. Зі стрімким зростанням міського населення та зростаючою потребою в компактних рішеннях капсульні готелі зайняли свою нішу в багатьох мегаполісах по всьому світу.

Основою капсульного готелю є його фірмові номери-капсули. Ці капсули невеликі, часто розміром від 1 до 2 метрів завширшки, близько 1,5 м заввишки і до 2 метрів завдовжки, що забезпечує достатньо місця для комфортного сну людини. Усередині гості зазвичай знаходять ліжко, лампи для читання, вентиляцію, розетки, а іноді невеликий телевізор або цифрову панель управління світлом і циркуляцією повітря. Деякі капсули навіть оснащені більш досконалими технологіями, такими як настроюване освітлення або вбудовані динаміки, що дозволяє гостям налаштувати середовище відповідно до своїх уподобань.

Окрім індивідуальних капсул, готелі зосереджуються на загальних зонах, таких як спільні ванні кімнати, лаунж-зони, робочі місця, а також кафе або кухня. Це допомагає максимізувати ефективність використання простору, створюючи відчуття спільноти серед гостей, зберігаючи при цьому доступні ціни на номери. Зони загального користування часто спроектовані таким чином, щоб заохочувати соціальну взаємодію. З точки зору планування, капсульні готелі використовують штабельне розташування, що часто нагадує структуру бджолиного вулика. Капсули розташовуються рядами, одна над одною, максимально використовуючи вертикальний простір (табл.1.).

Таблиця 1.

Розміщення зон капсульного готелю

Елемент планування	Опис
Капсульні номери	Розташовані у вигляді сітки, зазвичай у два ряди, щоб використовувати як горизонтальний, так і вертикальний простір.
Загальна лаунж-зона	Зона, де гості можуть відпочити, почитати або скористатися Wi-Fi. Часто оформлена затишними кріслами та столиками з доступом до розеток, заспокійливим декором, настільними іграми та книгами.
Спільні ванні кімнати	Розташовані поруч з капсульними номерами для зручності, обладнані душовими кабінами, умивальниками та туалетами, деколи розділені на чоловічі та жіночі. Регулярно прибираються для забезпечення чистоти.
Робочі зони	Виділені зони зі столами та розетками, які підходять для ділових мандрівників, що потребують тихого місця для роботи.
Зона реєстрації	Облаштовується при вході в готель для швидкої реєстрації гостя та ознайомлення з готелем.
Кафе/кухня загального користування	Кафе та кухня, як правило розташовані в одному секторі та оснащені холодильником для гостей, мікрохвильовою піччю, електричним чайником, а також загальним посудом та столовими приборами, питною водою. Завдяки такому розміщенню, гості можуть, як харчуватись самостійно, так і замовляти щось у кафе.

Джерело: складено авторами на основі досліджень про готель

Такий спосіб зонування дозволяє розмістити максимальну кількість гостей в обмеженому просторі, що знижує операційні витрати порівняно з традиційними готелями. Зосередженість на спільних зонах дозволяє гостям насолоджуватися балансом між приватним життям у своїх капсулах та соціальною взаємодією у спільних просторах. Економічна ефективність капсульних готелів робить їх привабливими не лише для гостей, але й для інвесторів та операторів. Використовуючи меншу площу, капсульні готелі можуть працювати в районах з високими цінами на нерухомість, таких як центри міст, аеропорти або поблизу великих залізничних станцій. Менший розмір кімнати означає менші витрати на опалення, охолодження та прибирання, що дозволяє операторам пропонувати клієнтам конкурентоспроможні ціни. Крім того, спрощена структура капсульних номерів, з меншою кількістю обладнання та меблів, зменшує витрати на обслуговування. Для гостей привабливість капсульних готелів полягає в їхній доступності та унікальному досвіді, який вони надають. Ціни на капсули, як правило, значно нижчі, ніж на традиційні готельні номери, близько 10-15 євро за добу, що робить їх доступними для економних мандрівників. Ця доступність не приходить за рахунок комфорту, оскільки багато капсульних готелів пишуться тим, що пропонують високоякісні матраци, постільну білизну та сучасні зручності.

Капсульні готелі також відповідають зростаючій тенденції сталих та екологічних подорожей. Завдяки компактному дизайну ці готелі споживають менше енергії та води, що призводить до меншого впливу на навколишнє середовище. Цей аспект стає все більш важливим для сучасних мандрівників, які більш свідомо ставляться до свого впливу на навколишнє середовище і надають перевагу засобам розміщення, що демонструють прихильність до сталого розвитку. Багато капсульних готелів використовують енергоефективне освітлення (наприклад, світлодіодні лампи), також часто використовуються сонячні панелі, душові лійки та змішувачі з низьким витратою води, а також розумні системи клімат-контролю, які

підлаштовуються під кількість гостей, що ще більше зменшує їхній вплив на навколишнє середовище. Балансуючи між економічною ефективністю, інноваційним дизайном та відповідальним ставленням до навколишнього середовища, капсульні готелі продовжують приваблювати різноманітне коло гостей - від економних мандрівників до тих, хто шукає свіжого та нестандартного досвіду проживання. Зі зростанням попиту на економне, доступне та екологічне житло капсульні готелі, ймовірно, відіграватимуть дедалі важливішу роль у глобальному готельному ландшафті.

Комфорт і дизайн є основними факторами привабливості капсульних готелів. Незважаючи на невеликий розмір, вони спроектовані так, щоб максимально використовувати наявний простір, пропонуючи функції, які створюють затишне і комфортне середовище для гостей. Однак компактний дизайн також створює певні проблеми. Такий простір може відчуватися обмежувальним для тих, хто не звик до менших житлових приміщень. Баланс між пропозицією компактного простору та збереженням комфорту є ключовим викликом для операторів капсульних готелів. Ціна та доступність є одними з найважливіших переваг капсульних готелів, що робить їх особливо привабливими для економних мандрівників. Конфіденційність і безпека - найважливіші аспекти, які відрізняють капсульні готелі від інших бюджетних варіантів проживання, таких як хостели. На відміну від загальних гуртожитків, капсульні готелі надають кожному гостю приватний простір, що дозволяє йому мати особисту зону для відпочинку та релаксації. Безпека є ще одним пріоритетом для капсульних готелів, багато з яких використовують системи ключ-карток, камери спостереження та зони обмеженого доступу для забезпечення безпеки гостей. Часто надаються індивідуальні шафки для безпечного зберігання цінних речей, що додає додатковий рівень безпеки порівняно з загальними кімнатами хостелів. Потенційні недоліки капсульних готелів включають обмеження простору і приватності, а також операційні проблеми, пов'язані з чистотою і ротацією гостей. У таблиці 2. узагальнено ключові переваги та недоліки капсульних готелів, а також показано, як вони забезпечують унікальне поєднання доступності, комфорту та приватності.

Таблиця 2.

Переваги та недоліки капсульних готелів

Аспект	Переваги	Недоліки
Комфорт і дизайн	Затишні, добре продумані капсули з особистим простором, такими зручностями, як регульоване освітлення, USB-порти, розетки та місце для безпечного зберігання речей.	Обмежений простір може відчуватися замкненим для деяких гостей, потенційний дискомфорт для тих, хто страждає на клаустрофобію.
Ціни та доступність	Нижчі операційні витрати дозволяють встановлювати конкурентоспроможні ціни; гнучкі моделі ціноутворення задовольняють різні потреби.	Конкуренція з бюджетними варіантами розміщення; чутливість до цін може впливати на рівень заповнюваності.
Конфіденційність та безпека	Закриті капсули пропонують особистий простір; системи ключ-карт і шафки для зберігання речей, а також відеоспостереження в загальних зонах, що підвищує безпеку.	Спільні зони можуть створювати проблеми з безпекою через велику кількість відвідувачів; звукоізоляція не завжди забезпечує повну тишу, не завжди готелі пропонують капсули, що зачиняються на ключ.
Операційні виклики	Високий потік гостей забезпечує часту доступність капсул і гнучкі можливості бронювання.	Потрібне часте прибирання та технічне обслуговування; баланс між соціальною взаємодією та потребами у приватності є складним.

Джерело: складено авторами на основі [8; 5; 10; 11].

Загалом, капсульні готелі добре позиціонуються на сучасному ринку подорожей, що швидко розвивається. Їх здатність забезпечити унікальне поєднання доступності, приватності та зручності робить їх привабливим вибором для короткострокового проживання в міському середовищі. Оскільки індустрія гостинності продовжує розвиватися, капсульні готелі, ймовірно, залишатимуться важливим варіантом для мандрівників, які шукають економічно ефективне, але комфортне місце для відпочинку, а також пропонують операторам спосіб максимізувати прибутковість на менших площах. Однак, щоб підтримувати своє зростання, капсульні готелі повинні залишатися уважними до ринкових тенденцій, адаптувати свої послуги до мінливих потреб і постійно знаходити способи збалансувати унікальні виклики, притаманні цій інноваційній моделі розміщення.

2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КАПСУЛЬНОГО ГОТЕЛЮ «CONSTELLATION 89»

2.1. Загальна характеристика капсульного готелю «Constellation 89»

«Constellation 89» - капсульний готель, який адаптував свої послуги до унікальних потреб клієнтів, пропонуючи комфорт, доступність і приватність в одному пакеті. Незважаючи на коливання рівня заповнюваності в періоди регіональної нестабільності, наприклад, внаслідок російсько-української війни в Україні, «Constellation 89» зберігає стабільний потік гостей. Готель зосередився на забезпеченні комфортного та безпечного відпочинку для мандрівників, наголошуючи на чистоті, ефективному обслуговуванні та конкурентоспроможних цінах. Збалансувавши ці елементи, «Constellation 89» демонструє, що капсульні

готелі можуть досягти успіху на динамічних ринках, навіть в умовах економічної невизначеності та мінливих туристичних тенденцій.

У цьому готелі розміщені 117 капсул та 127 локерів для обстигнення кожного гостя, кожен локер розрахований на місткість багажу розміром ручної поклажі та закривається на особистий ключ гостя. Крім того, готель оснащений зоною для безкоштовного зберігання валіз чи іншого багажу. Капсули бувають одно- та двохмісними. Розмір одномісної капсули 204см × 90см та двохмісної 205см × 170см. Цього розміру достатньо, щоб спати, дивитися фільм на ноутбучі або читати. Куріння та споживання їжі в капсулах заборонено. Кожна капсула оснащена зеркалом, двома розетками, звичайним світлом, функцією зоряного неба, та системою індивідуальної вентиляції. Капсули розташовуються поруч один з одним в три яруси. Конфіденційність забезпечується дверима із ДСП у відкритому кінці капсули [8]. Ціни на капсули часто змінюються в залежності від завантаженості готелю та сезонних свят, а також залежить від сайту на якому здійснюється бронювання. Нижче наведені актуальні ціни станом на серпень-вересень 2024 року.

Таблиця 3

Актуальні ціни на сайті готелю

Вид номерів	Ціна
Одномісний капсульний номер змішаний	300 грн/добу
Одномісний капсульний номер жіночий	350 грн/добу
Одномісний капсульний номер чоловічий	350 грн/добу
Двомісний капсульний номер	600 грн/добу

Джерело: складено авторами на основі [8].

Також в готелі доступна опція раннього заселення або ж пізнього виселення за наявності вільних місць та з доплатою 50% від вартості за добу. При бронюванні проживання гості також можуть одразу придбати собі сніданок, вартість якого складає 178 грн, або придбати за бажанням безпосередньо у закладі. Таким чином капсульний готель «Constellation 89» є прикладом сучасного та інноваційного підходу до індустрії гостинності, який поєднує в собі компактність, доступність та високий рівень комфорту для гостей. Історія готелю починається із впровадження японської концепції капсульних готелів, адаптованої під потреби сучасних мандрівників. «Constellation 89» пропонує мінімалістичний дизайн, автоматизовані процеси обслуговування та фокус на технологіях, що дозволяє забезпечити гостям зручність, швидкість сервісу та приємний досвід проживання.

Організаційна структура капсульного готелю «Constellation 89» забезпечує чіткий розподіл функцій і підпорядкованості між основними учасниками управління. Директор готелю здійснює загальне керівництво та забезпечує стратегічне бачення, тоді як керуючий готелем відповідає за управління щоденними операціями. Адміністратор рецепції взаємодіє як з гостями, так і з внутрішнім персоналом, координуючи прибирання та заселення, а покоївки забезпечують чистоту та комфорт для гостей. Така структура дозволяє готелю працювати ефективно та оперативно реагувати на потреби гостей, забезпечуючи високий рівень обслуговування та підтримуючи належний рівень функціонування усіх підрозділів [8].

2.2. Аналіз основних фінансово-економічних показників готелю

Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності готелю «Constellation 89» включає оцінку доходів, витрат, динаміки чистого прибутку, завантаженості номерів, сезонних коливань попиту та впливу зовнішніх факторів на фінансову стабільність. Всі ці параметри дозволяють визначити ефективність готелю, його гнучкість в умовах змін ринку і загальних перспектив.

Доходи і витрати готелю є основними фінансовими показниками, що відображають прибутковість і ефективність його діяльності. Готель отримує дохід від надання послуг короткострокового розміщення в капсулах, а також додаткових послуг, таких як продаж сніків та напоїв, а також додаткових засобів гігієни. Витрати на готель включають зарплату співробітників, витрати на електроенергію, ремонт і технічне обслуговування капсул, а також витрати на маркетинг і рекламу для залучення нових клієнтів. Динаміка чистого прибутку «Constellation 89» залежить від балансу між цими доходами і витратами і істотно змінюється в залежності від зовнішніх умов.

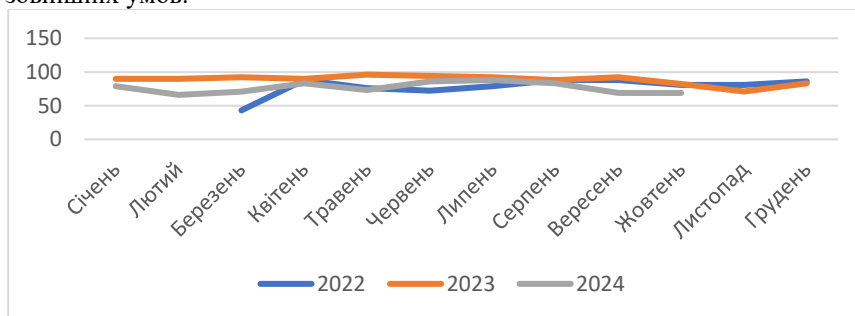


Рис. 1. Заповнюваність готелю в період 2022-2024 рр.

Джерело: складено авторами на основі статистичних даних капсульного готелю

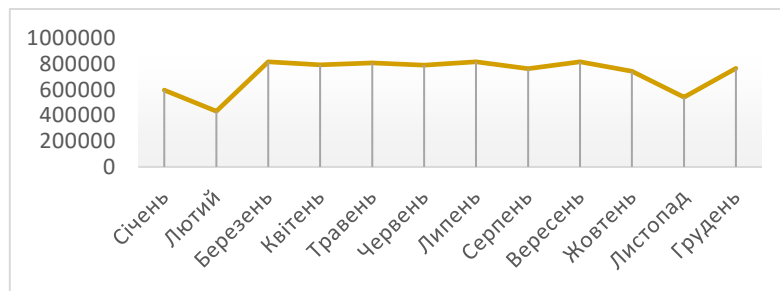


Рис. 2. Чистий прибуток протягом 2023 р.

*сформовано авторами на основі розрахунків

Підсумкову ефективність діяльності готелю необхідно оцінювати за фінансовими результатами, зокрема показниками доходів та прибутків, які підприємство отримувало протягом досліджуваного періоду. У 2023 році готель демонстрував стабільну рентабельність у межах 52% - 68%. Показники рентабельності залишаються високими протягом року, що свідчить про ефективне управління витратами і доходами, а також здатність генерувати прибуток навіть у місяці з меншою заповнюваністю. Основними факторами, що впливають на фінансові результати, є заповнюваність номерів та витрати на персонал, комунальні послуги, прибирання та послуги пральні. Зазначені витрати становлять значну частину загальних витрат, однак готель здатний компенсувати їх через стабільний попит і високий рівень заселеності. Прибуток готелю в 2023 році варіюється від 432 970 грн (лютий) до 817 042 грн (березень, липень), що свідчить про здатність генерувати стабільний дохід навіть у місяці з меншою заповнюваністю. Найвища рентабельність була зафіксована у березні та липні, що пов'язано з високим попитом на послуги готелю в ці періоди. Загалом, фінансово-економічні показники готелю свідчать про його ефективну роботу, здатність адаптуватися до змін на ринку та підтримувати високий рівень прибутковості.

Інвестиційна діяльність є ще одним важливим аспектом, що впливає на загальну ефективність роботи готелю. Інвестиції є необхідними для розвитку інфраструктури, покращення якості послуг та збереження конкурентоспроможності на ринку. Враховуючи ситуацію на ринку готельних послуг, важливою є не лише підтримка існуючих активів, а й інвестування у модернізацію та розвиток нових послуг, що можуть залучити більше гостей і забезпечити додаткові джерела доходу. Отже, ефективність управління та інвестиційна діяльність готелю безпосередньо впливають на його здатність генерувати прибуток і забезпечувати стабільний розвиток. Готель демонструє високі показники рентабельності, ефективно контролюючи витрати і зберігаючи баланс між доходами і витратами. Однак, для подальшого успішного розвитку важливо постійно інвестувати в оновлення інфраструктури, маркетингові стратегії, додаткові послуги та екологічні ініціативи. Інвестиції в ці напрямки дозволять готелю підтримувати свою конкурентоспроможність і забезпечити стійке зростання в майбутньому.

2.3. SWOT-аналіз та перспективи розвитку

SWOT аналіз використовується для аналізу власних переваг і недоліків компанії, а також ситуації, коли її оточують конкуренти і можливості та загрози, з якими вона стикається. Це дозволяє зрозуміти поточну ситуацію бізнес-середовища та майбутні конкурентні умови. Внаслідок подвійного переплетення «внутрішніх і зовнішніх» умов і «позитивні та негативні» фактори, отримуємо чотири аналітичні аспекти, які забезпечують загальну аналітичну основу перед формулюванням стратегії. Проведемо SWOT-аналіз капсульного готелю, в якому опишемо зовнішнє середовище та як це вплине на внутрішнє середовище та внесемо дані в таблицю 4.

Таблиця 4.

SWOT-аналіз капсульного готелю

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - Зручне розташування, що сприяє доступності для мандрівників та туристів. - Сучасний дизайн і комфорт капсул, які забезпечують приватність, незважаючи на компактність. - Низькі ціни у порівнянні з традиційними готелями, що робить готель привабливим для економічного сегмента. - Наявність безкоштовного Wi-Fi 	<ul style="list-style-type: none"> - Обмеженість простору, що може бути незручним для гостей з великим багажем або тривалим перебуванням. - Відсутність розширених загальних зон, таких як ресторан чи зона відпочинку. - Високий рівень залежності від сезонних коливань попиту. - Недостатня інфраструктура для потреб гостей з особливими потребами.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - Зростання попиту на доступне житло серед молодих мандрівників і людей, які здійснюють короткотривалі подорожі. - Інвестиції в екологічні ініціативи (енергоефективність, утилізація відходів), що можуть підвищити лояльність еко-свідомих клієнтів. - Розширення партнерств із туристичними фірмами та авіакомпаніями для надання пакетних послуг. - Використання автоматизації для зменшення витрат на персонал і покращення обслуговування. 	<ul style="list-style-type: none"> - Залежність від економічної ситуації, яка може знизити кількість мандрівників та попит на послуги. - Зростання конкуренції з боку традиційних бюджетних готелів і нових варіантів розміщення, таких як Airbnb. - Потенційний вплив зовнішніх факторів, таких як війна або політична нестабільність, що може знизити туристичний потік. - Інфляція і зростання вартості ресурсів, що може призвести до підвищення цін і зменшення конкурентоспроможності.

Джерело: складено авторами на основі аналізу капсульного готелю

Отже, SWOT-аналіз показує, що готель «Constellation 89» має значні переваги завдяки зручному розташуванню, технологічному підходу та доступним цінам. Однак, щоб подолати свої слабкі місця та загрози, готель повинен активно інвестувати в інновації, проєкологічні ініціативи та покращення інфраструктури. Розробка нових послуг і партнерства, а також стратегічна експансія на нові ринки можуть забезпечити стабільний розвиток готелю та підвищити його конкурентоспроможність на мінливому ринку.

3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ КАПСУЛЬНОГО ГОТЕЛЮ «CONSTELLATION 89»

3.1. Маркетингові стратегії капсульного готелю «Constellation 89».

Міський ринок готельної галузі доволі насичений та стабільний, і знаходиться в процесі розширення завдяки позитивним макроекономічним умовам. Якщо готель має намір продовжувати конкурувати та виходити на передові позиції на ринку, то потрібно розширювати асортимент послуг розміщення та супутніх до них шляхом розробки нових технологій та продуктів, а також зміцнювати свої позиції за допомогою ефективної рекламної кампанії [9]. Важливо пам'ятати, що маркетингові стратегії повинні відповідати потребам і очікуванням цільової аудиторії, а також враховувати можливості та обмеження компанії. Ефективна маркетингова стратегія сприяє досягненню поставлених маркетингових цілей, а також забезпечити стабільний розвиток у майбутньому.

Керівництво готелю «Constellation 89» встановлює головну маркетингову стратегію, яка включає в себе прогнозування стану ринку, визначення туристичних фірм-партнерів, укладення договорів з ними та рекламу в соцмережах. Для здійснення маркетингових дій на підприємстві було залучено SMM-агенцію. Вони підпорядковуються безпосередньо керівництву готелю, а також співпрацюють з адміністраторами рецепції задля кращої комунікації з безпосередньо споживачами послуг. До основних завдань агенції входить розробка маркетингової політики, прогнозування попиту та кон'юнктури ринку, проведення досліджень ключових факторів, що впливають на споживчий попит, а також взаємозв'язку між попитом і пропозицією.

Основними маркетинговими функціями в капсульному готелі є збір та аналіз маркетингової інформації (аналітична функція), розробка маркетингової стратегії і тактики (план функції планування), виконання практичних завдань, таких як розробка нових цін і програмний (виробнича функція) та маркетинговий контроль (контрольна функція). Маркетинговий контроль в готелі покладено на керуючу готелем, яка відповідає за підписання угод з партнерами та затвердження розробки поліграфічних матеріалів і реклами в засобах масової інформації. Окрім того, у готелі проводяться маркетингові дослідження, що включають аналіз ринку з метою оцінки попиту та організації діяльності відповідно до потреб споживачів. Маркетингові дослідження охоплюють аналіз туристичного ринку, оцінку можливостей готелю, вивчення впливу факторів зовнішнього середовища на готельний комплекс, а також визначення конкурентних переваг та слабких сторін.

Організація цільової рекламної інформаційної кампанії вимагає попереднього проведення маркетингових досліджень, які є важливою функцією. Вони допомагають вибрати ефективні інформаційні канали та розподілити бюджет з максимальною користю для досягнення очікуваного приросту доходів. Загалом, для успішної проведення кампанії слід взаємодіяти з туристичними виставками, турфірмами та підприємствами, що проводять конференції і семінари, а також використовувати рекламу в друкованих виданнях, мережі Інтернет і т.д. [17].

Для досягнення успіху в готельному бізнесі та зменшення витрат, маркетинговий відділ готелю впроваджує сучасні технології та здійснює інноваційну діяльність у межах своїх повноважень. Забезпечення якості послуг полягає у здатності задовольняти потреби клієнтів, що безпосередньо впливає на ціну, попит та репутацію готельного бізнесу. Контроль якості послуг у готелі здійснюється переважно через опитування та анкетування клієнтів.

На пошук стратегічних маркетингових рішень для капсульного готелю впливають такі фактори:

- аналіз бізнес-середовища, який включає оцінку можливостей, загроз та тенденцій;
- аналіз клієнта, включаючи сегментацію та планування;
- SWOT-аналіз конкурентної позиції для цільового ринку;
- розробка стратегій для кожного сегмента [7];
- оцінка стратегій;
- створення стратегій розподілу;
- проведення зовнішнього первинного та вторинного ринкових досліджень, таких як комерційні запити, публікації та сайти.

Початок дослідження маркетингової стратегії компанії передбачає складання та вивчення плану роботи відділу маркетингу, який включає різноманітні види. Перед тим як розробляти маркетингову стратегію, необхідно провести детальний аналіз ринку, щоб розуміти конкурентне середовище та точніше визначити цільову аудиторію для капсульного готелю «Constellation 89».

Капсульні готелі - це новітній тренд в індустрії гостинності, що здобуває популярність серед молодих мандрівників та людей, які шукають дешеві варіанти проживання. Зокрема, в Україні цей формат готелів поки

що лише починає розвиватися, але за останні кілька років він швидко набирає популярності, особливо в великих туристичних містах, таких як Київ, Львів, Одеса. Проте, ринок є досить конкурентним, зокрема через наявність традиційних готелів, хостелів, а також конкурентів серед капсульних готелів.

Цільова аудиторія для капсульного готелю «Constellation 89» має різноманітний склад. По-перше, це молодь (від 18 до 35 років), яка активно подорожує та шукає недорогі варіанти для ночівлі. Ця група складається з студентів, мандрівників, туристів, а також тих, хто цінує мінімалізм та нові, нестандартні варіанти проживання. Молоді люди також активно користуються соціальними мережами та готові ділитися своїм досвідом з друзями, що може допомогти популяризувати готель.

По-друге, це бізнес-андрівники, які часто подорожують по роботі. Вони шукають недороге, але комфортне і зручне місце для ночівлі, де не потрібно витратити час на чекін або довгі процедури реєстрації. Це люди, які цінують комфорт, швидкість і приватність. Для цієї категорії важливою перевагою готелю буде доступність технологічних рішень, таких як безконтактна реєстрація та зручні мобільні додатки для бронювання.

Окрім цього, потрібно звернути увагу на туристів, які хочуть спробувати новий досвід. Капсульний готель - це для них можливість зануритись у нову атмосферу, де технології і простота взаємодіють з концепцією мінімалізму. Вони можуть обирати капсульне проживання через цікавість, хоч і готові отримати комфорт за розумну ціну.

Таблиця 5

Маркетингова стратегія для «Constellation 89»

Категорія	Цілі	Канали/Інструменти	Тактики	Очікувані результати	Термін реалізації
Аналіз ринку та конкурентів	Оцінка ринкових умов та конкурентного середовища.	Аналітика, конкурентний аналіз.	Проведення SWOT-аналізу готелю, аналіз конкурентів та тенденцій на ринку.	Зрозуміти сильні й слабкі сторони конкурентів.	1-2 місяці
Цільова аудиторія	Визначення сегментів ринку (молодь, бізнес, туристи, інші).	Опитування, анкетування, дослідження.	Аналіз демографічних характеристик, онлайн-опитування та аналітика соцмереж.	Чітке визначення цільових сегментів для кожної кампанії.	1 місяць
Унікальна пропозиція (USP)	Створення чіткої та привабливої пропозиції для гостей.	Брендинг, реклама, створення унікальних пропозицій.	Розробка та просування концепції капсульного готелю, включаючи знижки та особливі переваги.	Виділення готелю серед конкурентів, привабливість пропозиції.	1-2 місяці
Пошукова оптимізація (SEO)	Залучення органічного трафіку на сайт.	SEO, контент-маркетинг, блогінг.	Оптимізація сайту під основні пошукові запити, створення контенту (статті, блоги, відгуки).	Підвищення відвідуваності сайту на 30% в перші 3 місяці.	3-6 місяців
Реклама в Інтернеті (PPC)	Залучення трафіку за допомогою платної реклами.	Google Ads, Facebook/Instagram Ads.	Таргетована реклама на основі інтересів, геолокації та демографії.	Привернення 40% нових користувачів через PPC-рекламу.	1-3 місяці
Соціальні мережі	Залучення аудиторії через соцмережі, створення онлайн-спільноти.	Instagram, TikTok, Facebook.	Публікація фото/відео контенту, взаємодія з інфлюенсерами, проведення конкурсів.	Збільшення підписників на 20% на всіх платформах за 3 місяці.	Постійно
Платформи для бронювання	Підвищення видимості готелю через сторонні платформи.	Booking.com, Airbnb, Hostelworld.	Профіль на популярних платформах для бронювання, акції та знижки для перших гостей.	20% нових бронювань через сторонні платформи.	3-6 місяців
Партнерства та колаборації	Розширення аудиторії через партнерські мережі.	Туристичні агентства, інфлюенсери, бізнес-партнери.	Співпраця з туристичними агентствами, блогерами, подієвими організаторами	Підвищення впізнаваності бренду на 15%.	Постійно

Програма лояльності	Залучення та утримання постійних клієнтів.	Лояльні бонуси, знижки, реферальні програми.	Введення бонусної системи для повторних клієнтів, спеціальні пропозиції для лояльних гостей.	Підвищення частоти повторних бронювань на 25%.	3-6 місяців
Івенти та активності	Залучення нових клієнтів через активності та події.	Офлайн та онлайн івенти, конкурси, майстер-класи, зустрічі.	Організація тематичних вечірок, активностей для туристів, партнерства з місцевими подіями.	Залучення 10-15% нових клієнтів через події.	Постійно
Розвиток відгуків та репутації	Підвищення довіри та репутації через відгуки клієнтів.	Google Reviews, TripAdvisor, Booking.com.	Заохочення гостей залишати відгуки, знижки за відгуки, комунікація з клієнтами.	Підвищення середнього рейтингу до 4,5/5 на всіх платформах.	3-6 місяців
Аналіз результатів та коригування стратегії	Оцінка ефективності кампаній та коригування стратегії.	Аналітика Google Analytics, соцмережі, CRM-системи.	Регулярний моніторинг та аналіз результатів, коригування рекламних кампаній.	Підвищення ефективності маркетингових кампаній на 10%.	Щомісяця

Джерело: розроблено авторами на основі [1; 2; 3; 4; 7; 13; 14; 15; 16; 17].

Унікальна пропозиція (USP)

Капсульний готель «Constellation 89» має кілька ключових переваг, які відрізняють його від конкурентів і роблять пропозицію унікальною.

1. *Інноваційний підхід та технологічність.* Усі капсули оснащені сучасними технологіями: розетки, систем освітлення та вентиляції, які дозволяють кожному гостю налаштувати комфортні умови для себе. Можливість онлайн-бронювання - створює зручний досвід для гостей, особливо для бізнес-мандрівників і туристів, які не хочуть витратити час на паперові формальності.

2. *Мінімалізм та стиль.* Капсульні кімнати «Constellation 89» мають сучасний, елегантний інтер'єр, виконаний у стилі хай-тек і мінімалізму, що створює затишну атмосферу, одночасно економлячи простір. Важливо, щоб кожна капсула не тільки забезпечувала достатній рівень приватності, але й була комфортно та зручною для відпочинку після подорожі або робочого дня.

3. *Приватність і зручність.* Кожен номер є окремою капсулою, що гарантує високий рівень приватності. Гостям не потрібно турбуватись про те, що вони можуть порушити особистий простір інших. Крім того, всі капсули обладнані необхідними речами для комфорту, такими як подушки, ковдри, а також власна система вентиляції і освітлення.

4. *Доступність.* Ціни на проживання в «Constellation 89» значно нижчі, ніж у стандартних готелях або готелях високого класу. Це дозволить привернути широку аудиторію туристів, студентів та бізнесменів, які хочуть заощадити на житлі без шкоди для якості послуг.

5. *Зручне розташування.* Готель розташовуватиметься близько до центру міста, а також поблизу важливих транспортних вузлів, що дозволить гостям зручно переміщатися по місту. Таке розташування особливо важливе для туристів та бізнес-мандрівників, яким важливо економити час на дорогу [8].

Головні цілі маркетингової стратегії для «Constellation 89» полягають у залученні нових клієнтів, підвищенні рівня завантаження готелю, розширенні впізнаваності бренду та побудові лояльної аудиторії. Також важливо побудувати стійку впізнаваність бренду «Constellation 89» серед цільової аудиторії, щоб готель став популярним вибором для мандрівників, які шукають нестандартні та доступні варіанти проживання.

Канали просування

Основні канали просування будуть включати інтернет-рекламу, соціальні мережі та платформ для бронювання. Важливо створити привабливий онлайн-образ готелю, щоб люди могли знайти та дізнатися більше про нього в Інтернеті.

1. *Інтернет-реклама стане важливим каналом для залучення цільової аудиторії.* Це включатиме контекстну рекламу через Google Ads та соціальні мережі, таргетовану на молодь, туристів і бізнесменів, які шукають доступні варіанти для ночівлі. Крім того, Google Hotel Ads та банери на туристичних платформах допоможуть привернути додаткову увагу до готелю.

2. *Соціальні мережі - особливо Instagram, TikTok і Facebook - будуть використовуватись для створення візуально привабливого контенту.* Це будуть не тільки фотографії номерів, але й відеоогляди, тематичні пости, в яких показуються різні аспекти готелю, а також лайфстайл-контент, який може залучити молодь. Важливим елементом стане залучення інфлюенсерів та блогерів для публікацій про готель, що дасть можливість розширити охоплення аудиторії.

3. *Платформи для бронювання, такі як Booking.com, Airbnb, Hostelworld, а також Google Business*, допоможуть зробити готель видимим для більшої кількості потенційних клієнтів, особливо для тих, хто шукає місце для ночівлі через популярні сервіси бронювання.

4. *Партнерства та колаборації з туристичними агентствами та місцевими бізнесами*, що займаються організацією турів, дозволять не тільки залучити нових клієнтів, але й підвищити лояльність через спільні акції та спеціальні пропозиції для клієнтів агентств.

Для стимулювання повторних бронювань готель розробить програму лояльності. Вона включатиме знижки для постійних клієнтів, бонуси за рекомендації та спеціальні пропозиції для клієнтів, які залишають відгуки про готель після проживання. Наприклад, можна запропонувати 10% знижки на наступне бронювання після трьох ночей, або безкоштовну ніч після кожних п'яти заброньованих ночей.

Для ефективного запуску маркетингових кампаній необхідно правильно розподілити бюджет. Основні витрати будуть спрямовані на рекламу в Інтернеті та соціальних мережах, партнерства з туристичними платформами, створення контенту для просування у соцмережах, а також на організацію акцій для нових клієнтів.

Для реалізації маркетингової стратегії важливо провести наступні кроки:

✓ *Запуск сайту готелю, який буде зручним для бронювання та надасть всю необхідну інформацію про готель, послуги, ціни, фото номерів і відгуки клієнтів.*

✓ *Старт рекламних кампаній в Google Ads, Facebook, Instagram та інших платформах для залучення потенційних клієнтів.*

✓ *Інтеграція з платформами бронювання для забезпечення максимальної доступності готелю для широкої аудиторії.*

✓ *Залучення блогерів і інфлюенсерів для створення контенту, який допоможе привернути увагу до готелю.*

✓ *Розробка програми лояльності для залучення повторних клієнтів.*

Таким чином, «Constellation 89» зможе ефективно залучити клієнтів, підвищити рівень завантаження готелю та збільшити лояльність серед своїх гостей.

Маркетингова стратегія для капсульного готелю охоплює комплексний підхід до залучення клієнтів, підвищення впізнаваності бренду і максимізації доходу. Таблиця, яку ми розглянули, чітко окреслює ключові напрямки та конкретні тактики, які допоможуть готелю успішно конкурувати на ринку.

Перше, що варто відзначити - це аналіз ринку та конкурентів, що дозволяє готелю правильно позиціонувати себе серед інших готелів та зрозуміти свої сильні й слабкі сторони. Це дасть змогу не лише знаходити нові можливості для розвитку, але й формулювати чітку унікальну пропозицію, яка вигідно відрізнятиме «Constellation 89» від конкурентів, зокрема завдяки інноваційній концепції капсульних кімнат.

Далі, важливим елементом є точне визначення цільової аудиторії, що дозволяє персоналізувати маркетингові кампанії, спрямовані на молодь, бізнес-туристів, мандрівників чи інші групи. Пропонуючи кожній групі спеціально розроблені стратегії комунікацій, готель може ефективно задовольняти потреби різних клієнтів і залучати їх для повторних візитів.

Унікальна пропозиція (USP) є важливою складовою цієї стратегії, адже вона дозволяє не лише залучити нових клієнтів, але й сформувати стійкий імідж готелю, який асоціюється з інноваціями, комфортом і доступною ціною. Водночас, активне використання SEO та реклами в Інтернеті дозволить забезпечити максимальну видимість готелю в пошукових системах і соцмережах, що є важливим для залучення трафіку та конверсій.

Велике значення має також присутність готелю на платформах для бронювання, таких як Booking.com, Airbnb, Hostelworld, де нові клієнти можуть знайти пропозицію готелю, що відповідатиме їх вимогам. Це дасть змогу розширити базу потенційних клієнтів і збільшити кількість бронювань.

Соціальні мережі та співпраця з партнерами і інфлюенсерами дозволяють створювати залучену онлайн-спільноту, де користувачі можуть взаємодіяти з брендом, ділитися досвідом та активно рекомендувати готель своїм друзям. Окремо важливо відзначити роль програм лояльності та відгуків клієнтів — ці елементи сприяють створенню довіри до бренду, а також стимулюють повторні візити та рекомендації серед нових клієнтів.

Включення акцій і знижок дозволить залучити нових гостей, зокрема через спеціальні сезонні пропозиції або для постійних клієнтів через бонусні програми. Завдяки регулярному моніторингу результатів і гнучкому підходу до коригування маркетингових кампаній, готель зможе адаптувати стратегію до змін на ринку і підвищити ефективність усіх заходів. У загальному, маркетингова стратегія для «Constellation 89» передбачає ефективне поєднання цифрових інструментів (SEO, PPC, соцмережі, платформи для бронювання) з персоналізованими заходами для залучення нових клієнтів і підтримки лояльності серед постійних. Стратегія розроблена таким чином, щоб забезпечити стабільне зростання бренду, покращити рівень сервісу та створити умови для сталого розвитку готелю в конкурентному середовищі.

3.2. Перспективи розвитку капсульного готелю

Капсульні готелі, які здобули популярність у багатьох країнах світу, представляють собою інноваційний формат розміщення, що поєднує економічність, компактність та високий рівень комфорту. Це особливо привабливо для сучасних мандрівників, які шукають доступне житло без втрати якості послуг. Перспективи розвитку капсульного готелю, зокрема для «Constellation 89», виглядають дуже обнадійливо, оскільки ринок з кожним роком стає все більш відкритим для нових ідей і форм бізнесу, що відповідають вимогам змінюваних споживчих трендів.

Однією з основних причин росту популярності капсульних готелів є попит на бюджетні варіанти розміщення. З огляду на те, що все більше туристів обирають дешевші опції проживання, особливо серед молоді, капсульні готелі є ідеальним рішенням для тих, хто хоче отримати комфортний відпочинок за доступною ціною. Сучасні подорожуючі, зокрема, все частіше орієнтуються на короткострокові поїздки, часто без великих фінансових витрат, що підвищує попит на компактні та економічні рішення для ночівлі. До того ж, молодь, яка складає основну аудиторію капсульних готелів, зазвичай шукає місце для відпочинку, яке дозволяє їй заощаджувати гроші, при цьому зберігаючи комфорт.

Оскільки капсульні готелі добре підходять для короткострокових подорожей, багато хто обирає їх через зручність і можливість заощаджувати на розміщенні, щоб витратити більше на інші аспекти подорожі, такі як екскурсії, їжа чи шопінг. В умовах зростання попиту на доступні варіанти проживання цей формат має всі шанси на подальший розвиток і поширення в різних країнах.

Ще однією важливою перевагою капсульних готелів є інновації в дизайні та технологіях, які активно використовуються для покращення клієнтського досвіду. З появою нових технологій в готельному бізнесі капсульні готелі можуть застосовувати автоматизовані системи для управління номерами, безконтактне заселення, а також персоналізовані сервіси через мобільні додатки. Наприклад, смарт-капсули, що автоматично регулюють температуру, освітлення та навіть звук, забезпечують максимальний комфорт для гостей. Впровадження таких технологій робить готель більш сучасним та привабливим для молодих, технологічно грамотних клієнтів. Крім того, оскільки капсульні готелі займають невеликий простір, можливість використовувати компактні технологічні рішення є великою перевагою, оскільки вони дозволяють оптимізувати ресурси і підвищити рівень комфорту.

Важливим аспектом є також екологічність, що набирає популярності серед сучасних споживачів. Молоді мандрівники все більше звертають увагу на екологічно чисті рішення в сфері гостинності, і капсульні готелі можуть успішно впроваджувати енергоефективні технології, такі як використання LED-освітлення, систем для збереження води, а також застосування матеріалів для інтер'єрів, які є екологічно чистими. Вибір таких рішень дозволяє не тільки задовольняти потреби клієнтів, але й активно працювати над сталим розвитком бізнесу.

Крім того, капсульні готелі мають дуже гнучку бізнес-модель, що дає можливість швидко адаптуватися до змін на ринку і змінювати кількість капсул залежно від сезонних коливань попиту. Вони також можуть успішно функціонувати в різних умовах і локаціях, таких як аеропорти, вокзали, торгові центри чи міські райони з високою прохідністю. Модульність цього формату дозволяє оперативно масштабувати бізнес, додавати нові елементи інфраструктури або змінювати площу капсульних кімнат, щоб задовольняти вимоги певних сегментів ринку.

Одним з важливих напрямків для розвитку капсульного готелю є розширення цільової аудиторії. Звісно, традиційно ці готелі орієнтуються на молодих мандрівників, однак з часом вони можуть стати більш привабливими для різних груп клієнтів. Наприклад, для бізнес-туристів, які часто подорожують на короткий час і шукають економічні варіанти для ночівлі з можливістю працювати в тиші, капсульні готелі можуть стати привабливим варіантом. Ще одним потенційним напрямком є створення сімейних капсульних номерів, що дозволяють комфортно розміщувати батьків з дітьми. Це потребує деяких адаптацій у дизайні та інфраструктурі, але може значно розширити ринок готелю.

Що стосується міжнародної експансії, капсульні готелі мають великий потенціал для розширення на нові ринки, зокрема в азійських країнах, де вже є великий попит на компактні та економічні варіанти розміщення, а також у великих європейських та американських містах. Формат капсульних готелів добре підходить для великих урбаністичних центрів, де місце для традиційних готелів обмежене, а попит на бюджетні послуги росте.

Не менш важливим є розвиток партнерств і колаборацій з іншими підприємствами, такими як туристичні агентства, локальні ресторани, орендні сервіси або навіть інфлюенсери, які можуть допомогти в популяризації бренду. Спільні акції з такими партнерами дозволяють залучити нових клієнтів та підвищити впізнаваність бренду.

Важливою складовою стратегії розвитку капсульного готелю є також застосування сучасних маркетингових інструментів, таких як SEO, платна реклама в Інтернеті, таргетинг у соціальних мережах та партнерства з популярними платформами для бронювання. Використання онлайн-ресурсів і соціальних мереж дозволяє залучати нових клієнтів, утримувати контакт з постійними і створювати сприятливий імідж бренду.

На основі цих факторів, «Constellation 89» має великі можливості для розвитку. Сучасні тренди у сфері гостинності, зокрема зміна вимог до типу проживання, розвиток технологій і зростаючий попит на доступні, екологічно чисті варіанти, створюють ідеальні умови для зростання капсульного готелю. Водночас, гнучкість бізнес-моделі, здатність адаптуватися до змін на ринку, використання інновацій та активна маркетингова стратегія дозволяють йому зберігати конкурентоспроможність і залучати все більше клієнтів у майбутньому.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Проаналізовано діяльність капсульних готелів, зокрема аналіз діяльності готелю «Constellation 89», а також розглянуті перспективи його розвитку. В результаті дослідження були визначені основні тенденції, виклики та можливості в індустрії капсульного готельного сервісу, а також надані конкретні рекомендації щодо підвищення ефективності управління та розвитку цього сегмента готельного бізнесу.

Історія виникнення та розвиток капсульних готелів показала, що цей формат розміщення виник в Японії в середині ХХ століття і швидко набув популярності завдяки своїй компактності, доступності та зручності для мандрівників. Враховуючи сучасні вимоги до гнучкості, ефективності використання простору та економії ресурсів, концепція капсульних готелів знайшла своє місце в багатьох країнах світу. Сьогодні капсульні готелі стали важливим сегментом туристичної індустрії, що забезпечує доступне та зручне житло для подорожуючих.

Основні характеристики капсульних готелів, які були детально проаналізовані в роботі, включають мінімалістичний дизайн, компактність та зручність для короткострокового перебування. Такий формат є особливо привабливим для туристів, що подорожують на невеликі терміни або за обмеженим бюджетом, оскільки капсульні готелі пропонують базові умови для комфортного відпочинку без надмірностей.

Переваги капсульних готелів, такі як доступність, економічність та зручність для мандрівників, а також швидке обслуговування, значно перевищують їхні недоліки, до яких належать обмеженість простору та відсутність конфіденційності. Ці недоліки є важливими для визначення цільової аудиторії та подальшої стратегії розвитку таких готелів.

Аналіз діяльності капсульного готелю «Constellation 89» дозволив виявити сильні сторони готелю, такі як високий рівень рентабельності та стабільний попит, особливо в пікові сезони. Водночас, були виявлені певні зони для поліпшення, зокрема у питаннях сезонності заселеності та зниження витрат на комунальні послуги. Аналіз фінансово-економічних показників показав, що готель має потенціал для зростання, однак необхідно враховувати інвестиції в інфраструктуру та маркетингову діяльність.

Оцінка ефективності управління «Constellation 89» показала, що готель успішно справляється з управлінням ресурсами, але потребує вдосконалення у напрямку зменшення операційних витрат і покращення послуг для гостей. Важливим напрямком є також впровадження нових технологій та цифрових рішень для полегшення процесів бронювання та обслуговування.

SWOT-аналіз готелю вказує на сильні сторони, такі як висока рентабельність і адаптивність до змін на ринку, але також виявляє можливі загрози у вигляді економічних коливань і високої конкуренції. Проте, використання можливостей для диверсифікації послуг, розвитку маркетингових стратегій та вдосконалення інфраструктури може забезпечити стійкий розвиток готелю в майбутньому.

Пропозиції щодо розвитку готелю включають впровадження інноваційних проєктів, таких як інтеграція автоматизованих систем обслуговування, розвитку нових послуг, а також зміцнення маркетингових стратегій через активну присутність в онлайн-мережах та співпрацю з міжнародними платформами для бронювання. Це дозволить залучити нову аудиторію та підвищити лояльність існуючих клієнтів.

Загалом, розвиток капсульного готелю «Constellation 89» має великі перспективи, якщо готель зможе ефективно адаптуватися до вимог сучасного ринку та активно впроваджувати новітні технології й інновації. З урахуванням актуальних тенденцій в індустрії гостинності та ефективного управління, готель може стати важливим гравцем на ринку та забезпечити сталий розвиток в майбутньому.

Література

1. Афанасьєв М.П. Маркетинг: стратегія і тактика розвитку фірми. М.П. Афанасьєв. М.: Книга, 2008. 304 с.
2. Баумгартен Л. В., Мушкетова Н.С. Сутність, специфіка, принципи, функції, цілі та завдання маркетингу готельних послуг. Маркетинг за кордоном. №5, 2013. 890 с.
3. Бейкер, С. Міжнародний готельний бізнес: Стратегії та операції. – К.: Знання, 2018. – 512 с.
4. Белл, Д. Маркетингові стратегії в готельній індустрії. – Харків: Видавництво «Ранок», 2017. – 367 с.
5. Капсульні готелі та монотелі України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.hotels-ofukraine.com/uk/type/capsule-hotels-30/>
6. Крамаренко Д. П., Гіренко Н. І. Капсульні готелі як перспективне проєктне рішення для економ-готелів / Інновації та технології в сфері послуг і харчування. № 3 (13) 2024. - С. 50-56.

7. Маркетингова стратегія - що це, види, цілі, етапи та основи розробки, оцінки та вибору маркетингової стратегії підприємства. 2016. 498 с.
8. Офіційний сайт готелю «Constellation89» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://89constellation.com/>
9. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Підручник. Київський національний економічний ун-т. К.: КНЕУ, 2013. 746 с.
10. Характеристика капсульних готелів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://poradu.pp.ua/nauka/23637-schotake-kapsuln-gotel-foto-opis-kapsulnih-gotelv.html>
11. Шершньова, З. Є. Маркетинг і менеджмент в індустрії гостинності. – Львів: Видавничий дім «Альтернатива», 2020. – 482 с.
12. Best Capsule Hotels Around the World. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.nerdwallet.com/article/travel/best-capsule-hotels>
13. Capsule Hotel Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2023-2028. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.imarcgroup.com/capsule-hotel-market>
14. Capsule Inn Osaka. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.uniqlhotels.com/capsule-inn-osaka-the-first-capsule-hotel-in-the-world>
15. Modern design – styles and trends: metabolism. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://konst.com.ua/our-blog/metabolism/>
16. Roik Oksana, Terebukh Andriy, Pankiv Natalia The assessment tourist resources in Ukraine in the conditions of war / Journal of Geology, Geography and Geoecology. Vol 32 No 3 (2023). С. 598-608. (Journal of Geology, Geography and Geoecology входить до міжнародних наукометричних баз даних Web of Science (ISSN 2617-2909; e-ISSN 2617-2119).
17. Siyun Chen, Haiying Wei. Minimalism in capsule hotels: enhancing tourist responses by using minimalistic lifestyle appeals congruent with brand personality. Tourism Management. 2022. Vol. 93. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104579>
18. Siyun Chen, Haiying Wei. Minimalism in capsule hotels: enhancing tourist responses by using minimalistic lifestyle appeals congruent with brand personality. Tourism Management. 2022. Vol. 93. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104579>

References

1. Afanasiev, M. P. (2008). *Marketing: strategii i taktyka rozvytku firmy*. М.: Knyha. 304 s.
2. Baumhart, L. V., & Mushketova, N. S. (2013). *Sutnist, spetsyfika, prynsypy, funktsii, tsili ta zavdannia marketynhu hotelnykh posluh*. Marketynh za kordonom, (5), 890 s.
3. Beiker, S. (2018). *Mizhnarodnyi hotelnyi biznes: Strategii ta operatsii*. Kyiv: Znannia. 512 s.
4. Bell, D. (2017). *Marketingovi strategii v hotelnii industrii*. Kharkiv: Vydavnytstvo “Ranok”. 367 s.
5. Kapsulni hoteli ta monotelii Ukrainy. Retrieved from <https://www.hotels-ofukraine.com/uk/type/capsule-hotels-30/>
6. Kramarenko, D. P., & Hirenko, N. I. (2024). *Kapsulni hoteli yak perspektivne proiektnne rishennia dlia ekonom-hoteliv. Innovatsii ta tekhnologii v sferi posluh i kharchuvannia*, 3(13), 50–56.
7. Marketynhova strategiiia – shcho tse, vydy, tsili, etapy ta osnovy rozrobky, otsinky ta vyboru marketynhovoii strategii pidpriemstva. (2016). 498 s.
8. Ofitsiinyi sait hoteliu “Constellation89”. Retrieved from <https://89constellation.com/>
9. Pavlenko, A. F., & Voichak, A. V. (2013). *Marketing: Pidruchnyk*. Kyivskiy natsionalnyi ekonomichnyi un-t. Kyiv: KNEU. 746 s.
10. Kharakterystyka kapsulnykh hoteliv. Retrieved from <http://poradu.pp.ua/nauka/23637-schotake-kapsuln-gotel-foto-opis-kapsulnih-gotelv.html>
11. Shershnova, Z. Ye. (2020). *Marketing i menedzhment v industrii hostynnosti*. Lviv: Vydavnychiy dim “Al'ternatyva”. 482 s.
12. Best Capsule Hotels Around the World. Retrieved from <https://www.nerdwallet.com/article/travel/best-capsule-hotels>
13. Capsule Hotel Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2023–2028. Retrieved from <https://www.imarcgroup.com/capsule-hotel-market>
14. Capsule Inn Osaka. Retrieved from <https://www.uniqlhotels.com/capsule-inn-osaka-the-first-capsule-hotel-in-the-world>
15. Modern design – styles and trends: metabolism. Retrieved from <https://konst.com.ua/our-blog/metabolism/>
16. Roik, O., Terebukh, A., & Pankiv, N. (2023). *The assessment tourist resources in Ukraine in the conditions of war*. Journal of Geology, Geography and Geoecology, 32(3), 598–608.
17. Chen, S., & Wei, H. (2022). Minimalism in capsule hotels: Enhancing tourist responses by using minimalistic lifestyle appeals congruent with brand personality. *Tourism Management*, 93. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104579>
18. Chen, S., & Wei, H. (2022). (Duplicate of #17 — left unchanged by request.) <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104579>