

**Київський національний торговельно-економічний університет**  
**Кафедра готельно-ресторанного бізнесу**

**ВИПУСКНИЙ КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ПРОЕКТ**

на тему:

**ПРОЕКТ КУРОРТНОГО ГОТЕЛЮ 4\* НА 80 МІСЦЬ У  
ТУРИСТИЧНІЙ ДЕСТИНАЦІЇ «БУКОВЕЛЬ» ІВАНО-  
ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛ.**

Студентки 2 курсу, 7-м групи  
спеціальності 241  
«Готельно-ресторанна справа»  
спеціалізації «Готельна і  
ресторанна справа»

\_\_\_\_\_

*підпис студента*

Шафаренко Ольга  
Олегівна

Науковий керівник  
д.е.н., професор

\_\_\_\_\_

*підпис керівника*

Босовська Мирослава  
Веліксівна

Науковий консультант  
к.т.н., доцент

\_\_\_\_\_

*підпис консультанта*

Романенко Роман  
Петрович

Науковий консультант  
д.т.н., професор

\_\_\_\_\_

*підпис консультанта*

Федорова Діна  
Володимирівна

Гарант освітньої програми  
д.е.н., професор

\_\_\_\_\_

*підпис гаранта*

Босовська Мирослава  
Веліксівна

**Київ 2019**

**Київський національний торговельно-економічний  
університет**

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу  
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу  
Освітній ступінь Магістр  
Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»  
Спеціалізація «Готельна і ресторанна справа»

**Затверджую**

Зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу  
проф. Бойко М.Г.  
“ ” \_\_\_\_\_ 2018 р.

**Завдання**

на випускний кваліфікаційний проект студентів

Шафаренко Ользі Олегівні

*(прізвище, ім'я, по батькові)*

1. Тема випускного кваліфікаційного проекту: Проект курортного готелю 4\* на 80 місць у туристичній дестинації «Буковель», Івано-Франківської обл. Затверджена наказом ректора від “11” жовтня 2018 р. № 3672
2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 16 листопада 2019 р.
3. Цільова установка та вихідні дані до випускного кваліфікаційного проекту:  
*Мета випускного кваліфікаційного проекту* – проектування об’єкта готельного бізнесу за результатами оцінювання маркетингових, економічних, виробничих факторів та з урахуванням інженерних, ергономічних, екологічних вимог.  
*Об’єкт дослідження* – процес проектування об’єкта готельного бізнесу  
*Предмет дослідження* – теоретичні, методичні та прикладні засади проектування об’єкта готельного бізнесу
4. Перелік графічного матеріалу, рис.: рис. Локація для розміщення курортного готелю «ТАР» 4\*, табл. Функціональні характеристики готелю «ТАР» \*\*\*\*, туристична дестинація «Буковель», рис. Сегментація споживачів готелю «ТАР», рис. Схема концепції smart-готелю, табл. Асортимент додаткових послуг готелю «ТАР», рис. Організаційна структура управління готелю «ТАР».

5. Консультанти по проекту із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Підрозділ 1.6. Ресторани. Бари	Федорова Д.В.	28.12.2018 р	28.12.2018 р
Розділ 2. Дизайн готелю	Романенко Р.П.	28.12.2018 р.	28.12.2018 р

6. Зміст випускного кваліфікаційного проекту (перелік питань за кожним розділом )

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС

1.1. Локація

1.2. Функціональні характеристики

1.3. Концептуальний стиль та атмосфера

1.4. Сервісна концепція

1.5. Організаційний дизайн

РОЗДІЛ 2. ДИЗАЙН ГОТЕЛЮ

2.1. Екстер'єр готелю

2.2. Дизайнерське рішення інтер'єру готелю

РОЗДІЛ 3. РЕВЕНЬОУ МЕНЕДЖМЕНТ

3.1. Цінова політика. Фінансовий результат

3.2. Ефективність проекту

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

## 7. Календарний план виконання проекту

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.09.2018 р.- 31.10. 2018 р.	01.09.2018 р.- 31.10. 2018 р.
2	<i>Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу</i>	01.11.2018 р.- 31.12.2018 р.	01.11.2018 р.- 31.12.2018 р.
3	<i>Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	02.01.2019 р.- 11.05.2018 р.	02.01.2019 р.- 11.05.2018 р.
4	<i>Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	14.05.2019 р.- 18.05.2019 р.	14.05.2019 р.- 18.05.2019 р.
5	<i>Написання, оформлення та здача керівнику наукової статті</i>	до 18.05.2019 р.	до 18.05.2019 р.
6	<i>Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	18.05.2019 р.- 07.09. 2019 р.	18.05.2019 р.- 07.09. 2019 р.
7	<i>Попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	07.09.2019 р.- 10.09. 2019 р.	07.09.2019 р.- 10.09. 2019 р.
8	<i>Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	11.09.2019 р. - 28.10.2019 р.	11.09.2019 р. - 28.10.2019 р.
9	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях</i>	29.10.2019 р.- 31.10.2019 р.	29.10.2019 р.- 31.10.2019 р.
10	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи та реферату на кафедру</i>	16.11.2019 р	16.11.2019 р
11	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування</i>	16.11.2019 р. 18.11.2019 р	16.11.2019 р. 18.11.2019 р
12	<i>Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії</i>	18.11.2019 р.- 01.12.2019 р.	18.11.2019 р.- 01.12.2019 р.
13	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	<i>Відповідно до розкладу</i>	03.12.2019 р.

8. Дата видачі завдання: 28.12.2018 р.

9. Науковий керівник випускного кваліфікаційного проекту Босовська М.В.  
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Гарант освітньої програми

Босовська М.В.  
(прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

Шафаренко О.О.  
(прізвище, ініціали, підпис)

12. Відгук керівника випускного кваліфікаційного проекту

Студентка Шафаренко Ольга Олегівна виконала випускний кваліфікаційний проект на актуальну тему, відповідно до календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає вимогам Положення про випускний кваліфікаційний проект.

Студенткою здійснено дослідження щодо проекту курортного готелю 4\* на 80 місць, який проектується у туристичній дестинації «Буковель». У першому розділі роботи обґрунтовано: обране місце розташування, концепцію готелю та закладів ресторанного господарства, сегмент споживачів, портфель додаткових послуг, організацію сервісу та організаційну структуру підприємства.

У другому розділі обґрунтовано інженерно-будівельні рішення об'єкта, охарактеризовано конструктивну схему будівлі та розроблено дизайнерське рішення екстер'єру та інтер'єру готелю. Третій розділ проекту присвячено ревеню-менеджменту готелю. За результатами економічних розрахунків визначено ефективність та окупність інвестиційного проекту.

Випускний кваліфікаційний проект є самостійно виконаним науковим дослідженням, має апробацію та практичну значущість. Рекомендується до захисту у ЕК.

Керівник випускного кваліфікаційного проекту \_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист

13. Висновок про випускний кваліфікаційний проект

Випускний кваліфікаційний проект студента Шафаренко О.О.  
(прізвище, ініціали, підпис)

може бути допущений до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

Босовська М.В.  
(прізвище, ініціали, підпис)

Завідувач кафедри

Бойко М.Г.  
(підпис, прізвище, ініціали)

“ \_\_\_\_\_ ” 2019 р.

**ЗМІСТ**

ВСТУП .....	7
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС .....	10
1.1. Локація .....	10
1.2. Функціональні характеристики .....	17
1.3. Концептуальний стиль та атмосфера .....	20
1.4. Сервісна концепція .....	25
1.5. Організаційний дизайн .....	31
1.6. Ресторани. Бари .....	31
РОЗДІЛ 2. ДИЗАЙН ГОТЕЛЮ .....	35
2.1. Екстер'єр готелю .....	35
2.2. Дизайнерське рішення номера готелю .....	37
РОЗДІЛ 3. РЕВЕНЬО МЕНЕДЖМЕНТ .....	42
3.1. Цінова політика. Фінансовий результат .....	42
3.2. Ефективність проекту .....	54
Висновки та пропозиції .....	58
Список використаних джерел .....	61
Додатки .....	64

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Розвиток туристичної галузі України в останні роки стрімко набирає оберти. Про це свідчить розростання туристичної інфраструктури, збільшення щорічної кількості іноземних туристів (за даними останнього звіту Міністерства економічного розвитку і торгівлі України на 2018 рік, Україну відвідало 14,2 млн іноземців, що поповнило бюджет на 4,2 млрд грн. Це на 20,7 % більше, ніж за 2017 рік) та збільшення обсягу іноземних інвестицій у туристичний сектор.

Впровадження безвізового режиму зробило відвідування європейських курортів для українців більш доступним, а вимоги до якості послуг українських туристичних дестинацій зросли. Найбільш перспективним та популярним курортом України серед вітчизняних туристів та іноземців є «Буковель».

Зі зростанням конкурентної боротьби на ринку, зміщуються і акценти потреб споживачів: від існуючих та нових підприємств готельно-ресторанного бізнесу вимагається створення додаткової цінності. З огляду на вищезазначене, посилюється актуальність проблеми створення нових концепцій та бізнес-моделей готельних підприємств, використання нових технологій у забезпеченні функціонування та покращення якості надання послуг готельних підприємств.

Індустрія гостинності представляє, поза всяким сумнівом, один із секторів економіки, який повинен швидко реагувати на появу та прогрес інформаційно-комунікаційних технологій. Використання переваг технологій відіграє особливу роль і розглядається як ключовий фактор ефективного функціонування розумних готелів. Вони не тільки дозволяють підвищити ефективність управління та функціонування, але й сприятимуть досягненню такого рівня обслуговування, який за допомогою технічного прогресу в повсякденному житті може призвести до значного задоволення вимог гостей.



Актуальною та інноваційною концепцією на світовому ринку у наш час є розумний (або smart) готель.

Питання впровадження інформаційно-комунікаційних технологій на готельних підприємствах знайшли своє відображення у працях Х.Й. Роглева, О.О. Гудзоватої, G. Weigel, M. Januszewska, U. Gretzel. Дослідженням сутності інтелектуальних підприємств у своїх працях проводили Н. Afsarmanesh та А.М. Camarinha-Matos, P.J. Meyer, J.B. Quinn. Водночас, концепція smart-готелів на даний момент недостатньо досліджена і теоретично не сформульована науковцями.

**Мета випускного кваліфікаційного проекту** – проектування об'єкта готельного бізнесу за результатами оцінювання маркетингових, економічних, виробничих факторів та з урахуванням інженерних, економічних та екологічних вимог.

**Відповідно до поставленої мети визначено наступні завдання:**

- провести маркетингові дослідження регіонального ринку послуг готельного господарства у туристичній дестинації «Буковель» Івано-Франківської обл. і обґрунтувати місце розміщення готелю, здійснити ідентифікацію цільових груп споживачів;
- розробити загальну концепцію готелю, ЗРГ, концепцію дизайну, сервісу підприємства, перелік основних і додаткових послуг готелю: визначити умови та чинники забезпечення процесу обслуговування;
- розробити експлікацію приміщень готелю, обґрунтувати організацію роботи структурних підрозділів;
- визначити кадрове забезпечення сервісно-виробничого процесу;
- визначити інженерно-будівельне рішення об'єкта і розробити пропозиції щодо дизайну готелю; розрахувати кошторис будівництва, експлуатаційні показники проекту;

- розробити цінову політику підприємства;
- розробити прогноз результатів фінансової діяльності закладу, виходячи з потреб забезпечення необхідного соціального і виробничого розвитку.

**Об'єкт дослідження** – процес проектування об'єкта готельного бізнесу.

**Предмет дослідження** – теоретичні, методичні та прикладні засади проектування об'єкта готельного бізнесу.

**Методи дослідження.** Методологічну основу дослідження складають системний, структурно-функціональний методи для розроблення і обґрунтування бізнес-процесів підприємства; порівняльний, формально-логічний, статистичний методи при дослідженні конкурентного середовища та ціноутворення; методи програмування, проектування, прогнозування, прямих розрахунків для визначення фінансових результатів та розроблення бізнес-моделі і конструктивних рішень підприємства.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в можливості застосування розроблених в проекті положень, методик та рекомендацій для здійснення проектування бізнес-концепції та удосконалення управління господарською діяльністю готельних підприємств.

**Інформаційною базою дослідження** є законодавчі та нормативні акти, що регламентують роботу готельних підприємств та закладів ресторанного господарства, закони України, наукові видання вітчизняних та іноземних авторів, матеріали періодичного друку, статистичні дані та інтернет-ресурси.

**Публікації.** Матеріали досліджень апробовані шляхом друку наукової статті магістра, що опублікована в збірнику наукових статей студентів ФРГТБ КНТЕУ (додаток А).

**Структура випускного кваліфікаційного проекту** побудована відповідно до завдань і складається з 3 розділів: Концепція. Організація. Сервіс; Дизайн готелю; Ревеню менеджмент, вступу, висновків та пропозицій, переліку використаних джерел, додатків.

## РОЗДІЛ 1

### КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС

#### 1.1. Локація

Туристична дестинація «Буковель» – найбільший гірськолижний курорт України, що розташований недалеко від села Поляниця Яремчанського району Івано-Франківської області, біля підніжжя гори Буковель, на висоті 920 метрів над рівнем моря. Площа курорта становить 220 га. Він налічує 62 гірськолижні траси із різним рівнем складності. Найдовша траса має довжину 2353 метри [<https://uk.wikipedia.org/wiki/Буковель>].

Відстань від найближчих транспортних пунктів становить:

- відстань від аеропорту «Івано-Франківськ» – 90 км;
- відстань від залізничної станції «Яблуниця» – 12 км;
- відстань від автостанції «Поляниця» – 1,5 км.

За даними польових досліджень та офіційного інтернет-порталу курорту (<https://bukovel.com>) встановлено, що у Буковелі сконцентрований значний природно-рекреаційний потенціал, розвинена туристична інфраструктура. Окрім занять лижним спортом туристам пропонується широкий спектр зимових розваг: катання на ковзанах, санях, сноутюбінг, переправа на найдовшому тролею України, прогулянки на собачих упряжках, катання на снігоходах тощо.

Хоча гірськолижний сезон у Буковелі триває з кінця листопада до середини квітня, у теплі місяці року туристи можуть продовжити займатися рекреаційним туризмом, катаючись на велосипедах та квадроциклах, займаючись водними видами спорту на Озері Молодості (вейкбордингом, водними лижами тощо) та хайкінгом.

Підтримуючи гірськолижне та рекреаційне напрямлення курорту, на ньому функціонують підприємства з прокату та ремонту спортивного спорядження та одягу, спортивні майданчики, етнопарк «Гуцулленд», значна кількість сувенірних магазинів, що спеціалізуються на хенд-мейд товарах та продуктах харчування, виготовлених на Гуцульщині.

За даними порталу ABC News (<https://abcnews.com.ua>), курорт відвідує біля 1,8 млн туристів на рік, та наявна тенденція зростання кількості туристів на 8-20% щорічно на протязі останніх 5 років.

Отже, курорт Буковель – дестинація для функціонування готелю.

Проектований курортний готель 4\* на 80 місць планується побудувати в урочищі Щивки (рис. 1.1). Готель «ТАР» розташовується на озелененій території загального користування, площею 8 000 м<sup>2</sup> (з розрахунку на одне місце в готелі – 100 м<sup>2</sup>).

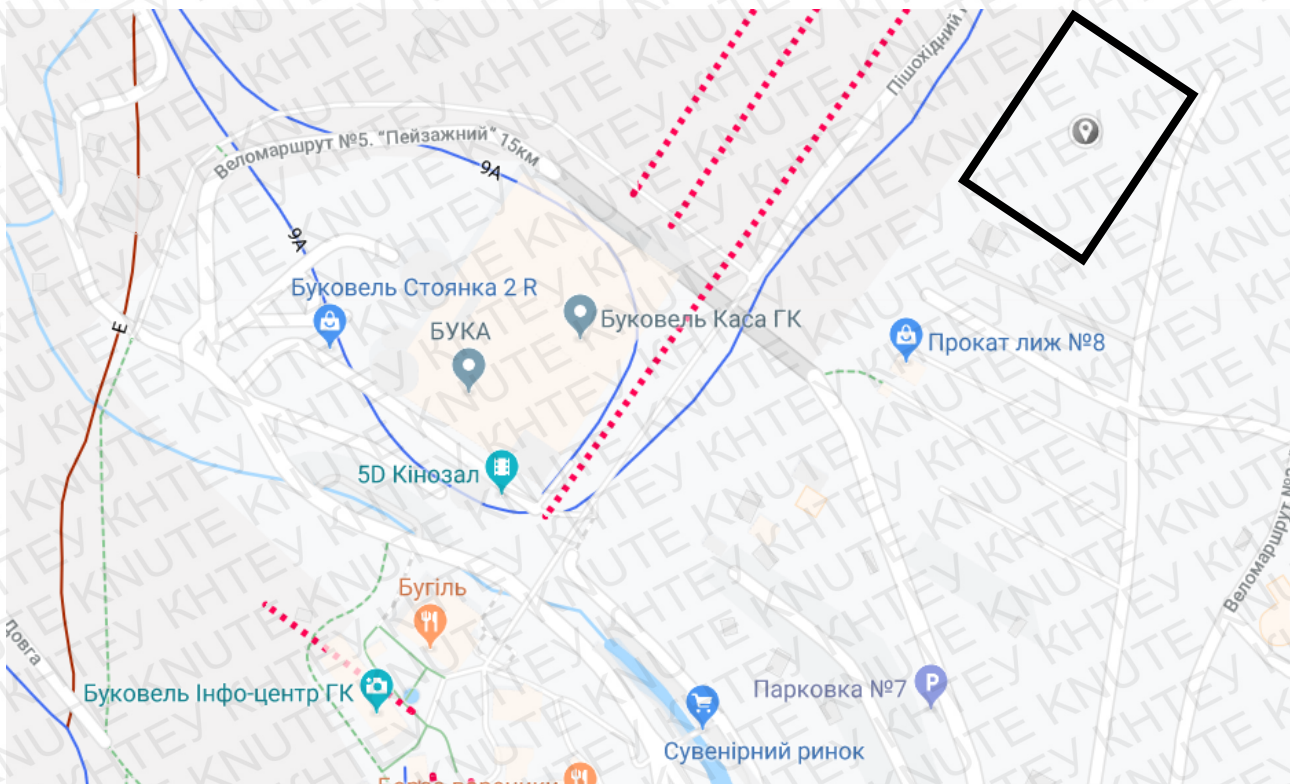


Рис. 1.1. Локація для розміщення курортного готелю «ТАР» 4\*

Вибір розташування готельного підприємства зумовлений наступними факторами:

- близькість території готелю до основних туристичних атракцій курорту: лижних та оглядових витягів, ковзанки, лижної школи, прокатів спортивного спорядження, мотузкового екстрим-парку, сувенірної ринку, веломаршрутів, пляжу;
- близькість до інформаційного центру та кас курорту;
- наявність під'їзних шляхів до проєктованого готелю.

За даними інтернет-порталу Примула Резорт (<http://primula-bukovel.com.ua/>), середня завантаженість готельних підприємств курорту у зимовий сезон сягає 95%. Для зображення конкурентного середовища обрані прямі конкуренти – чотиризіркові готелі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

**Функціональні характеристики прямих конкурентів готелю «ТАР» у туристичній дестинації «Буковель»**

№ пор.	Назва підприємства-конкурента	К-ть номерів	К-ть місць	Функціональні характеристики
1	Готель Chevalier **** урочище Вишня, 323	13	30	Окрема будівля, 5 поверхів, ресторан, SPA-центр, басейн, лижна кімната, дитячий майданчик, паркінг
2	Готель AmstelSki **** урочище Вишня, 332	15	38	Окрема будівля, 5 поверхів, ресторан, SPA-центр, басейн, магазин спортивного спорядження, мультимедійна конференц-кімната, паркінг
3	Готель Diamond Hotel **** урочище Стаїще, 377	55	125	Окрема будівля, 4 поверхи, ресторан, SPA-центр, басейн, дитячий майданчик, паркінг
4	Готель Park Hotel Fomich **** урочище Вишня	29	100	2 чотириповерхові корпуси і 2 котеджі, ресторан на 110 місць, конференц-зала на 50 місць, SPA-центр, басейн, паркінг

Отже, у Буковелі існує 4 готелі категорії \*\*\*\*. Зважаючи на те, що на господарську діяльність готелю впливає діяльність прямих конкурентів, у таблиці 1.2 представлено результати оцінки конкурентів.

Таблиця 1.2

### Результати експертної оцінки конкурентів готелю «ТАР»

Показники	Назва готелю			
	Chevalier	Diamond Hotel	Park Hotel Fomich	AmstelSki
Місце розташування	5	4	4	5
Транспортна доступність	4	5	5	5
Екстер'єр та інтер'єр	5	4	4	5
Якість обслуговування	5	4	4	5
Асортимент додаткових послуг	4	4	4	4
Рівень ресторанного обслуговування	5	4	5	5
Система бронювання	5	3	4	5
Вартість проживання, цінові знижки, програми лояльності	4	5	4	4
Рівень безпеки туристів	4	3	3	4
Середній бал	4,6	4,0	4,1	4,7

Проаналізувавши результати експертної оцінки конкурентів, можна зробити висновок, що вони мають як сильні сторони в господарській діяльності, на які необхідно звернути особливу увагу при проектуванні готелю, так і не позбавлені слабких сторін, яких необхідно уникати.

## 1.2. Функціональні характеристики

За класифікацією ДСТУ 4527:2006, курортний готель – готель, розташований на території курорту, який має умови для відпочинку та оздоровлювання.

Основні функціональні характеристики готелю «ТАР» сформовані у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

**Функціональні характеристики готелю «ГАР» \*\*\*\*, туристична дестинація  
«Буковель»**

Ознаки		Характеристика ознак			
<b>Характеристика місця розташування</b>					
Країна (місце) розташування		Україна			
Адміністративний вид території		Буковель, с. Поляниця, Івано-Франківської обл.			
Адміністративний район населеного пункту (території)		Горгани			
Адреса розташування готелю		Урочище Щивки			
Система проживання і харчування		Розміщення, харчування, а також користування додатковими послугами			
Тип підприємства		Курортний готель			
Категорія		4*			
Кадровий склад		1. Генеральний директор підприємства 2. Керівники підрозділів 3. Спеціалісти 4. Обслуговуючий персонал 5. Технічний персонал			
Система управління		Лінійно-функціональна			
Стиль управління		Демократичний			
Цільовий сегмент споживачів		Туристи, які перебувають з рекреаційною метою			
Вікові обмеження		Adults Only (16+)			
Спосіб організації та взаємозв'язку всіх груп приміщень		Блочний			
<b>Розміщення</b>					
Рівень комфорту		Готель ****			
Місткість		45 номерів (80 місць)			
Категорії номерів	Стандарт одномісний	Стандарт двомісний	Напівлюкс	Люкс	Апартамент
Кількість номерів	9	30	3	3	1
<b>Харчування</b>					
Тип закладів	Ресторан		Лобі-бар		Винний бар
Організація харчування	Вільний вибір		Вільний вибір		Вільний вибір
Кількість місць	72		6		20
Режим роботи	6.00 – 23.00 (без вихідних)		цілодобово (без вихідних)		12.00 – 00.00 (без вихідних)
Форма обслуговування	обслуговування за участю офіціантів		обслуговування за участю бармена, офіціантів		обслуговування за участю бармена, офіціантів

## Закінчення табл. 1.3

<b>Бізнес-послуги</b>			
Тип	Конференц-зал		
Режим роботи	8.00 – 22.00		
<b>Побутове обслуговування</b>			
Тип	Пральня, хімчистка	Ремонт одягу	
Режим роботи	7.00 – 18.00 (вівторок, четвер, субота)	9.00 – 18.00 (вівторок, четвер, субота)	
<b>Рекреаційні послуги</b>			
Тип	Басейн	Тренажерна зала	SPA-центр
Режим роботи	7.00 – 20.00 (без вихідних)	7.00 – 20.00 (без вихідних)	7.00 – 20.00 (без вихідних)
<b>Торгівля</b>			
Тип	Призначення	Режим роботи	
		по днях	по годинах
Магазин при SPA-центрі	Реалізація косметичних та гігієнічних засобів	понеділок-неділя	7.00 – 20.00

Для створення максимально комфортних і розслаблюючих умов для гостей готелю, обрані вікові обмеження – від 16 років.

Для вирішення завдання маркетингового аналізу потенційних споживачів готелю використано первинну маркетингову інформацію, а саме: дані вибірково обстеження споживачів готелю «AmstelSki», який є прямим конкурентом готелю «ТАР». Зокрема споживачі готельних послуг були проаналізовані залежно від мотиву їх перебування, соціальної та статусної належності, рівня доходів, зайнятості, тривалості перебування.

Результати дослідження потенційних споживачів наведено нижче:



Сегментація споживачів готелю «ТАР» за гендерною ознакою (рис. 1.2).

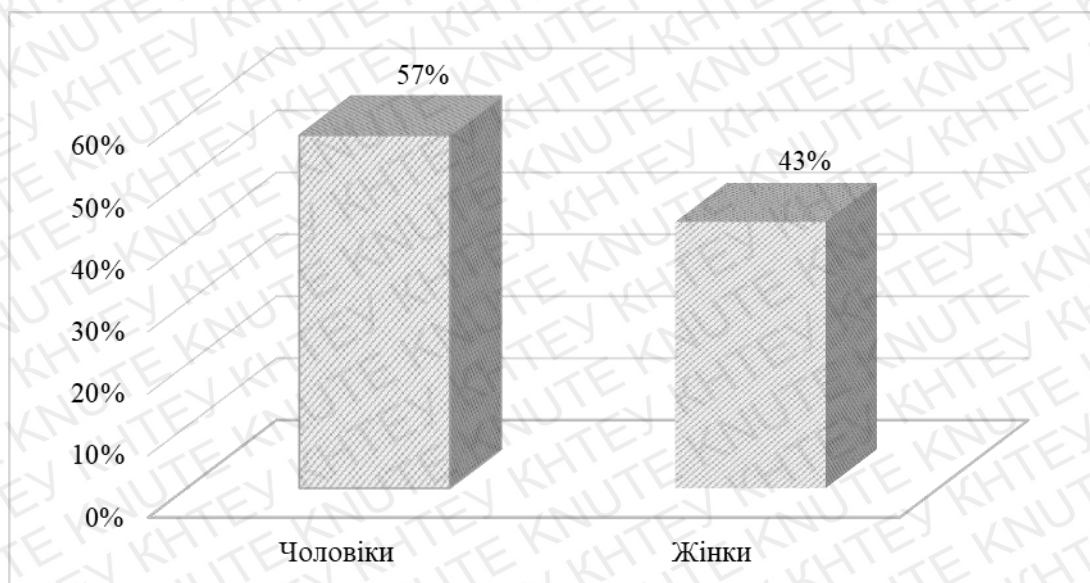


Рис. 1.2. Розподіл потенційних споживачів готелю «ТАР» за гендерною ознакою

Сегментація споживачів готелю «ТАР» за віком (рис. 1.3).

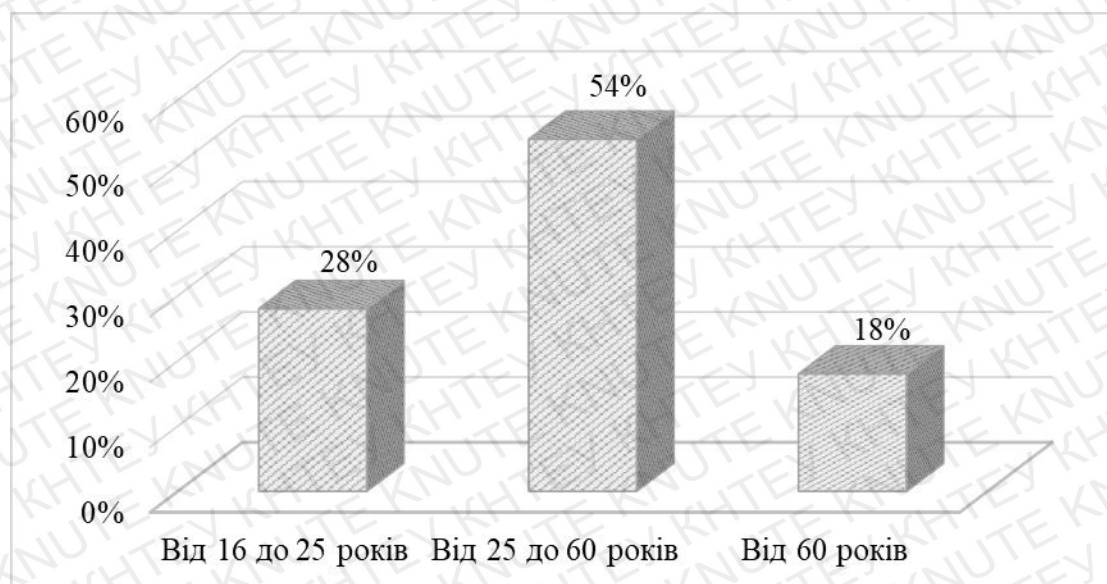


Рис. 1.3. Розподіл потенційних споживачів готелю «ТАР» за віком

Сегментація споживачів готелю «ТАР» за метою перебування (рис. 1.4).

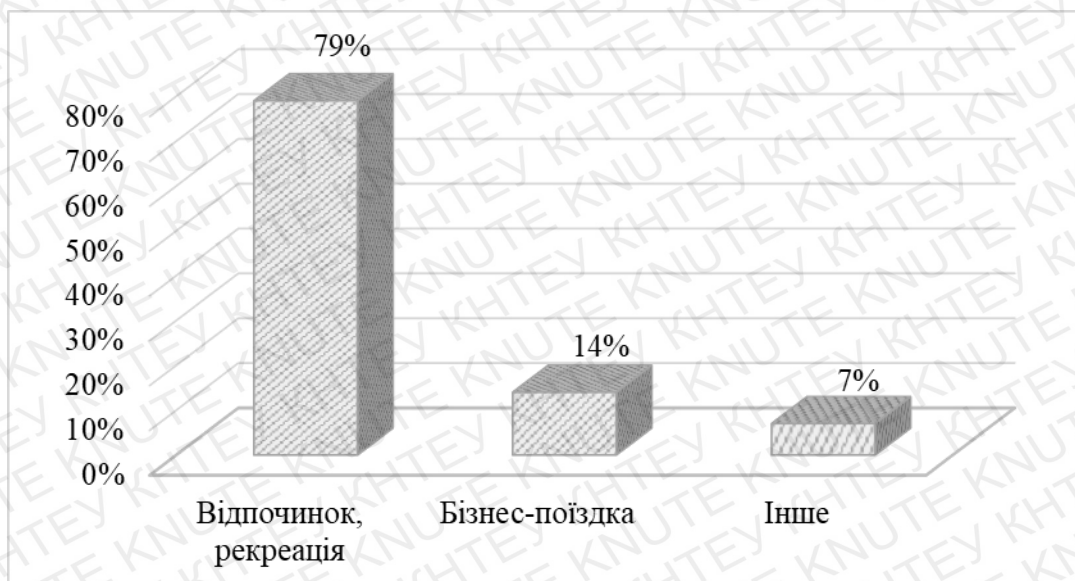


Рис. 1.4. Розподіл потенційних споживачів готелю «ТАР» за метою перебування

Сегментація споживачів готелю «ТАР» за рівнем доходів (рис. 1.5).

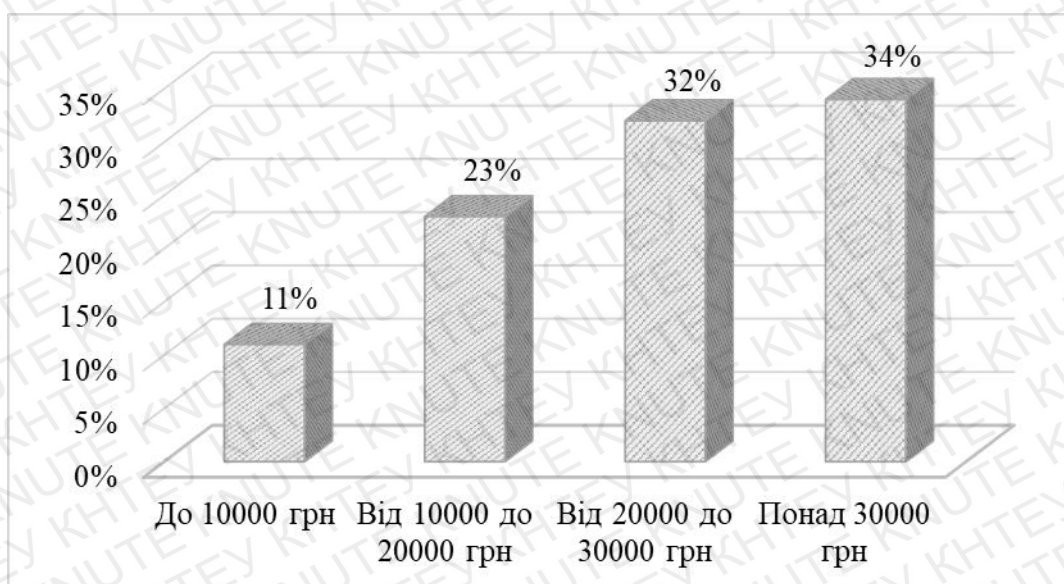


Рис. 1.5. Розподіл потенційних споживачів готелю «ТАР» за рівнем доходів

Сегментація споживачів готелю «ТАР» за видом зайнятості (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Розподіл потенційних споживачів готелю «ТАР» за видом зайнятості

Сегментація споживачів готелю «ТАР» за тривалістю перебування (рис. 1.7).



Рис. 1.7. Розподіл потенційних споживачів готелю «ТАР» за тривалістю перебування

Отже, портрет цільової аудиторії готелю «ТАР» можна визначити як: чоловіки та жінки 25-60 років, управлінці та підприємці з доходом від 20 000 грн, які прибувають до Буковелю із рекреаційною метою на період до тижня.

Для оцінки зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на подальший розвиток підприємства, проведено SWOT-аналіз (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

### SWOT-аналіз готелю «ТАР»

<b>Сили (S)</b>	<b>Слабкості (W)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Нова цікава концепція на українському та світовому ринку</li> <li>- Розміщення у популярній туристичній рекреаційній зоні</li> <li>- Стабільно висока завантаженість готельних підприємств на курорті у зимовий період – 95%</li> <li>- Номерний фонд відповідає міжнародним вимогам, що пред'явлені готелям даної категорії</li> <li>- Високий рівень кваліфікації персоналу</li> <li>- Наявність великого досвіду у менеджменту підприємства</li> <li>- Широкий асортимент додаткових послуг</li> <li>- Сильна маркетингова політика та стратегія</li> <li>- Детальне вивчення споживачів за допомогою мобільного додатку готелю</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Значна кількість конкуруючих підприємств</li> <li>- Сезонна плинність кадрів</li> <li>- Недостатність дипломованих спеціалістів, що згодні працювати на постійній основі</li> </ul>
<b>Можливості (O)</b>	<b>Загрози (T)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вихід на нові ринки (проведення заходів із залученні бізнес-туристів)</li> <li>- Розширення підприємства до готельної мережі</li> <li>- Підвищення якості сервісу</li> <li>- Проведення заходів із покращення якості процесу управління</li> <li>- Розширення кола співробітництва із турагентствами та туроператорами</li> <li>- Створення додаткових привілеїв для співробітників готелю (оплата медичного страхування, послуг спортзалу тощо)</li> <li>- Удосконалення та розширення асортименту додаткових послуг</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Посилення конкуренції</li> <li>- Погіршення соціально-економічної та політичної ситуації</li> <li>- Зниження рівня доходів населення</li> <li>- Зміна законодавства (зокрема, податкового)</li> <li>- Розірвання стосунків із партнерами або постачальниками</li> <li>- Ріст цін на послуги, якими користується підприємство</li> </ul>

SWOT-аналіз визначив, що готель володіє стійкими ресурсами: новітня концепція, локація, маркетингова політика і стратегія, кваліфіковані кадри та широкий асортимент додаткових послуг. Проте, велика кількість конкурентів у туристичній дестинації Буковель та плинність кадрів послаблює позицію підприємства на ринку.

Можливості готелю «ТАР» націлені на розширення і диференціацію бізнесу, посилення внутрішнього маркетингу та задоволення теперішніх і майбутніх вимог споживачів.

Загрози підприємства зумовлені нестабільною соціально-економічною та політичною ситуацією в Україні та конкурентною боротьбою у курортній зоні.

### **1.3. Концептуальний стиль та атмосфера**

Готель «ТАР» належить до типу «курортний готель». Згідно з національними та міжнародними стандартами (ДСТУ 4268:2003, ДСТУ 4269:2003; Міжнародною системою оцінки готелів та ресторанів; стандартом HOTELcert International) визначені кількість та площі необхідних приміщень та асортимент додаткових послуг.

У готелі «ТАР» плануються оздоровчі та рекреаційні послуги:

- медичний кабінет;
- СПА-центр із точкою продажу косметичних та гігієнічних засобів (сауна, чани, масажний та косметологічний кабінети, салон краси);
- басейн;
- тренажерна зала.

Провівши первинні маркетингові дослідження (опитування, розширені інтерв'ю та дослідження інтернет-порталів із відгуками) серед цільової аудиторії проєктованого готелю, я визначила тенденцію до самостійності гостей. Більшість із них (56%) відповіли, що часто обирають

самообслуговування. Такі результати пов'язані із бажанням цільової аудиторії контролювати ситуацію.

Тому, для проєктованого готелю «ТАР» визначена концепція smart-готелю, яка за допомогою застосування інформаційно-комунікаційних технологій та системи часткового самообслуговування дозволяє задовольнити потреби гостей, а також скоротити час на обслуговування, затрати на трудові ресурси, що, в свою чергу, призведе до сприятливого співвідношення ціни та якості послуг готелю.

Концепція smart-готелю об'єднує поняття розумного підприємства та розумного готелю, роблячи акцент на п'яти ключових факторах (рис. 1.8):

- Service – сервіс;
- Marketing – маркетинг;
- Administration – управління;
- Relations – взаємовідносини з гостями;
- Technology – інноваційні технології.

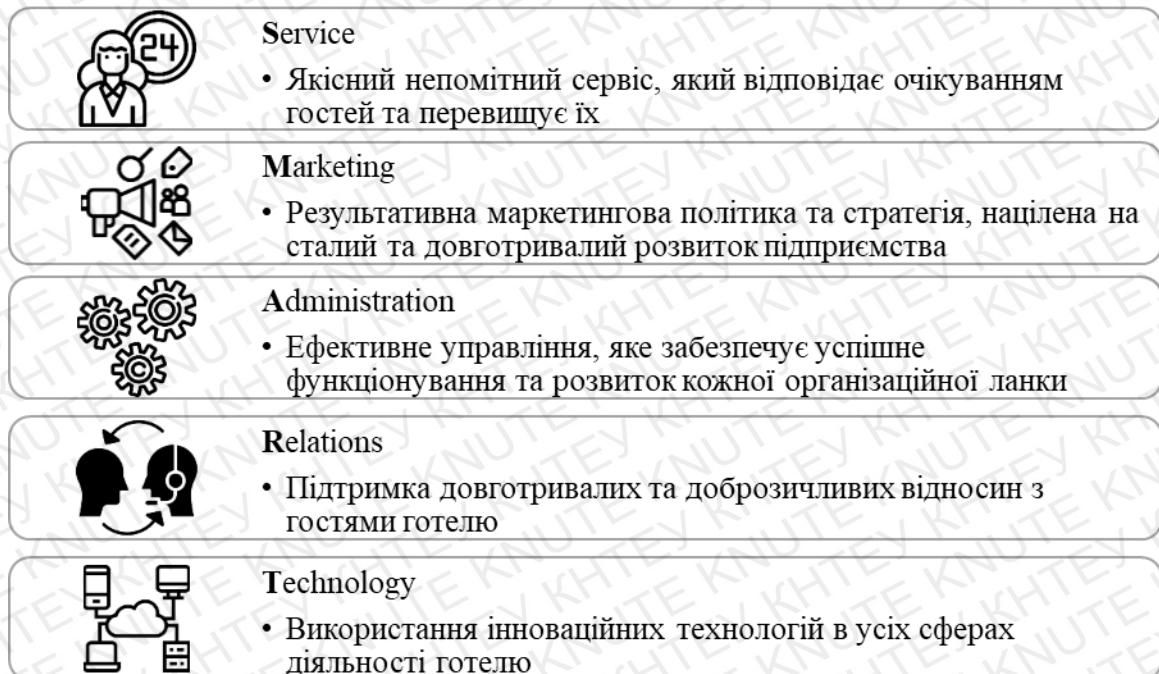


Рис. 1.8. Схема концепції smart-готелю [авторська розробка]

Фундаментом для забезпечення усіх ключових факторів концепції є ІКТ-технології, а саме система «розумний готель» та її частина – програмний мобільний додаток, який дозволяє:

- швидко зв'язатися із персоналом готелю із будь-якої точки світу за допомогою вбудованого месенджера;
- провести бронювання номеру; окрім категорії можливо одразу обрати розташування номеру у готелі та вид за допомогою інтерактивного плану номерів;
- заповнити анкету гостя, та вказати у ній усі необхідні дані для заселення, відсканувати документи, що пришвидшить процедуру заїзду та зробить її максимально комфортною для гостя; також в анкеті можна вказати особливі побажання, що будуть здійснені персоналом готелю перед заїздом;
- при перебуванні гостя у готелі, управляти своїм номером: додаток генерує QR-ключ для номеру; у додатку можна регулювати: температуру у номері, освітлення, положення штор, безпеку сейфу тощо;
- бронювати, замовляти та оплачувати додаткові послуги готелю (рум-сервіс, СПА-послуги; послуги ресторану і бару тощо);
- накопичувати бали гостем, та використовувати їх для оплати послуг готелю в майбутньому;
- отримувати зворотній зв'язок від гостя про якість обслуговування та надання послуг;
- створювати та вести інформаційну базу гостей готелю;
- проводити вивчення свого споживача та визначати напрям маркетингової стратегії;
- підтримувати зв'язок із гостем після від'їзду тощо.

**Головна місія готелю** – створити цінність для кожного гостя.

Реалізація місії ґрунтується на 5 основних компонентах концепції SMART: використанні якісного сервісу, вивченні споживачів та їхніх потреб, згуртованій роботі персоналу, яка досягається результативним менеджментом, довготривалих відносинах зі своїми гостями та впровадженні нових інформаційно-комунікативних технологій.

**Мета господарської діяльності підприємства** – надання комплексу якісних послуг українським та іноземним туристам на рівні світових стандартів обслуговування.

Цілі підприємства зображені на рис. 1.9.



*Рис. 1.9. Цілі господарської діяльності проєктованого готелю «TAP»*

Неймінг готелю проводився із урахуванням концепції та основних особливостей готелю. «TAP» (від англ. «tap») – натискати, торкатися, часто використовується для описання дії натискання пальцем на екран гаджету. Назва



коротка, легко запам'ятовується та асоціюється із використанням ІКТ-технологій.

Слоган готелю: «TAP the world», що буквально означає «доторкнись до світу», «поринь у світ», відображає сучасну інформаційно-технологічну еру розвитку суспільства: індивіду доступні всі знання та інформація, накопичені людством, шляхом єдиного натискання на мобільний пристрій. Відповіддю на потреби сьогоденного споживача і є готель «TAP».

Логотип підприємства зображений на рис. 1.10.



*Рис. 1.10. Логотип проектованого готелю*

Логотип розроблений у стилі мінімалізм: лаконічний, із малою кількістю графічних елементів, із використанням простих форм і ліній.

Літера «А» у логотипі зображена у вигляді відбитку пальця, який, зазвичай, використовується для ідентифікації, адже є унікальним для кожної людини і не повторюється. Зображення відбитка символізує індивідуальний підхід до кожного гостя та є візуальним зображенням слову «tap».

Задля ідентифікації бренду споживачами був розроблений фірмовий стиль готелю «TAP» (рис. 1.11). Фірмовий стиль створює візуальний образ компанії, привертає увагу, викликає асоціації і, тим самим, підвищує впізнаваність бренду.



*Рис. 1.11. Зображення фірмового стилю готелю «TAP»*

Для більш детального опису айдентики бренду розроблено бренд-бук (Додаток Б).

#### **1.4. Сервісна концепція**

##### *Бронювання. Дистрибуція*

Бронювання номерів та додаткових послуг у готелі «TAP» можна буде проводити за допомогою системи централізованого бронювання, мобільного додатку готелю, на сайті, через туроператора або безпосередньо зателефонувавши у службу бронювання готелю.

Хоча готель і буде підключений до глобальних систем бронювання (GDS), які доступні туроператорам, основний акцент буде зроблений на самостійному та швидкому бронюванні туристом, адже це відповідає концепції готелю: все

можна зробити, не випускаючи смартфон із рук. Найзручніший спосіб бронювання – за допомогою мобільного додатку готелю, в якому окрім типу номеру, можна самостійно обрати і його місце розташування у готелі, у залежності від уподобань гостя; вказати час заїзду та виїзду тощо. Аналогічний алгоритм бронювання буде доступним і на сайті готелю.

Готель також підключений до альтернативних систем бронювання (ADS) – онлайн-ресурсів, на яких гість самостійно зможе провести процес бронювання, але з обмеженим функціоналом. Онлайн-ресурси, такі як Booking.com, Hotels24.ua, Trivago.com дозволяють зазначити лише дати заїзду та виїзду та тип номеру.

Оскільки «ТАР» є готелем малої потужності, відділ бронювання не передбачається, контроль за процесом бронювання здійснюватиме черговий адміністратор.

#### *Реєстрація (Check-In). Розміщення (Accommodation). Виселення (Check-Out).*

Для організації розміщення гостя в готелі «ТАР» запроектовано службу приймання та розміщення (Reception). Реєстрацію та розміщення клієнта здійснює черговий адміністратор та портьє.

Час заїзду та розрахунку – зручний для споживача, про що вказується під час бронювання номера.

Реєстрація відбувається двома способами:

1. Стандартна процедура реєстрації. Використовується при бронюванні через централізовану систему бронювання та відсутності мобільного додатка у гостя. Черговий адміністратор перевіряє дані клієнта, умови бронювання, інформує гостя про можливості поселення, допомагає вибрати номер та пропонує гостю заповнити реєстраційну картку. Після цього черговий адміністратор створює рахунок клієнта та вводить його дані в автоматизовану систему. Портьє допомагає гостю завантажити додаток на смартфон та

зареєструватись у ньому. Після цього у додатку створюється QR-код, який зчитується сканером на дверях номеру та виконує функцію ключа. За необхідності, порт'є може видати готельний смартфон на період перебування у готелі.

2. Спрощена процедура реєстрації. Використовується за наявності мобільного додатка у гостя. Він може завчасно заповнити у ньому всі свої необхідні дані та зісканувати документи. Також він може одразу зазначити свої побажання стосовно перебування у готелі. При прибутті гостя у готель, черговий адміністратор лише звіряє дані паспорта.

Після процедури реєстрації посильний проводжає гостя до номера та допомагає занести речі.

Виселення гостя відбувається у розрахунковий час – 12.00. Також доступна функція пізнього виселення. Після того, як клієнт покидає номер, покоївка перевіряє стан номеру та передає інформацію черговому адміністратору, який, у свою чергу, перевіряє стан кредитного рахунку гостя та здійснює процедуру розрахунку гостя. Швейцар організовує подачу автомобіля до центрального входу готелю. Посильний допомагає клієнту винести його речі та погрузити у автомобіль. Швейцар бажає гостю щасливої дороги та запрошує до готелю в наступну мандрівку.

Окрім основної послуги – проживання – під час перебування у готелі гість може користуватися наступним асортиментом додаткових послуг (табл. 1.5).

*Таблиця 1.5*

### **Асортимент додаткових послуг готелю «ТАР»**

Безкоштовні послуги	Платні послуги	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сніданок</li> <li>• виклик швидкої допомоги;</li> <li>• професійна медична допомога;</li> <li>• організація трансферу для зустрічі та провідів гостя</li> <li>• розбудження гостя</li> </ul>	Ресторанні послуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ресторан (6.00 – 23.00)</li> <li>• винний бар (12.00 – 00.00)</li> <li>• лобі-бар (цілодобово)</li> <li>• рум-сервіс (цілодобово)</li> </ul>

Закінчення табл. 1.5

Безкоштовні послуги	Платні послуги	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• бронювання столів у ресторанах курорту</li> <li>• надання окропу, чайного та кавового набору, води, голок, ниток, комплекту посуду та столових приборів</li> </ul>	Бізнес-послуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>• оренда конференц-залу</li> <li>• організація корпоративних та бізнес-заходів</li> <li>• послуги перекладача</li> </ul>
	Побутове обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> <li>• послуги пральні і хімчистки</li> <li>• ремонт одягу</li> <li>• ремонт і чищення взуття</li> <li>• зберігання цінних речей у сейфі готелю</li> <li>• доставка багажу у номер</li> </ul>
	Рекреаційні послуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>• басейн</li> <li>• тренажерна зала</li> <li>• сауна</li> <li>• чани</li> <li>• масажний кабінет</li> <li>• косметологічний кабінет</li> <li>• послуги салону краси</li> <li>• реалізація косметичних та гігієнічних засобів</li> <li>• організація прокату спортивного спорядження</li> </ul>
	Анімаційно-дозвілєві послуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>• організація приватних та масових заходів</li> <li>• організація екскурсійного обслуговування</li> <li>• організація продажу квитків на концерти, заходи тощо</li> <li>• доставка квітів</li> </ul>
	Транспортні послуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>• виклик таксі</li> <li>• бронювання квитків на всі види транспорту</li> <li>• організація трансферу при заїзді та виїзді гостей</li> </ul>

### *Гест-релейшн. Рум-сервіс.*

Для забезпечення задоволення вимог гостей у готелі «ТАР» функції Guest Relation виконує маркетинговий відділ. Працівники перебувають у контакті зі споживачами, та виконують наступні обов'язки:

- ознайомлення гостей із особливостями готелю, асортиментом послуг та цінами на них;
- ведення інформаційної бази гостей з урахуванням їх побажань;
- контроль над дотриманням високих стандартів обслуговування у готелі;
- перевірка номерів перед заселенням, перевірка наявності необхідних атрибутів (за наявності особливих побажань у гостя);
- комунікація з корпоративними клієнтами;
- робота зі скаргами і пропозиціями гостей;
- необхідна та підтримуюча комунікація з гостями готелю після їх виселення.

Мобільний додаток готелю «ТАР» складає інформаційну базу гостей, їх побажань, відгуків та скарг автоматично, що допомагає відділу у його роботі.

У готелі «ТАР» передбачена наявність обслуговування у номерах (рум-сервіс. Для реалізації послуги у готелі існує бригада офіціантів, які володіють необхідними знаннями та навичками. Послугу можна замовити через мобільний додаток або по телефону.

Обслуговування замовлень здійснюють як ресторан, так і винний бар готелю.

### *Хаускіпінг. Клінінг*

Служба хаускіпінгу виконує функцію підтримки чистоти і порядку у готелі та на прилеглий території. Для ефективної роботи служби передбачено такі посади: покоївки, прибиральниці, двірник.

У обов'язки покоївки входить підтримання чистоти у номерах, санвузлах та на житлових поверхах. Щодня покоївка виконує поточне та проміжне прибирання номерів. Генеральне прибирання проводиться раз на 10 днів у звільненому номері.

Прибиральниці несуть відповідальність за підтримання чистоти у вестибюлі, холах, коридорах, ліфтах, сходах, господарських та службових приміщеннях готелю.

Двірник здійснює прибирання навколишньої території готелю. Операції, що виконує двірник, залежать від сезону.

#### *Велнес. СПА. Фітнес*

Для організації рекреаційних послуг у готелі «ТАР» буде організовано спеціальні приміщення, об'єднані у блок, що забезпечить зручність для клієнтів та технічного обслуговування.

Послуги надаватимуться кваліфікованими спеціалістами, які мають спеціальну освіту та практичний досвід роботи.

Бронювання послуг гість може провести самостійно за допомогою мобільного додатку, або за телефоном. Рекреаційними послугами можуть користуватися не лише гості готелю, а й інші туристи курорту.

#### *Івент-сервіс*

Готель «ТАР» надаватиме широкий асортимент івент-послуг. Основними з них є:

- організація приватних заходів (весіль, днів народжень, вечірок тощо);
- організація масових заходів (тематичних вечірок, фестивалів, концертів тощо);

- організація корпоративних та бізнес-заходів (зустрічей, конференцій, тим-білдінгів тощо).

Масові заходи для гостей курорту будуть проводитися в готелі періодично для підвищення лояльності до бренду, зростання зацікавленості у потенційних споживачів та отримання додаткових доходів. Такими заходами будуть:

- винний фестиваль;
- фестиваль модернізованої гуцульської кухні;
- відзначання свят (Нового року, Різдва, Великодня тощо).

Для забезпечення надання послуги передбачено посаду івент-менеджер – кваліфікований спеціаліст з необхідною освітою та досвідом роботи. В організації заходів також беруть участь працівники ресторану «FOLKS» та винного бару «MOST» готелю, маркетинговий відділ.

### **1.5. Організаційний дизайн**

Готель «TAP» має лінійно-функціональну структуру управління. Такий тип обраний у зв'язку із завданнями, цілями та обраною стратегією підприємства.

Ефективність структури управління досягається високою компетентністю спеціалістів, які відповідають за виконання конкретних функцій, та поєднанням принципів спеціалізації управління і єдності керівництва.

Організаційна структура готелю «TAP» зображена у додатку В.

### **1.6. Ресторани**

У готелі планується створення 3 закладів ресторанного господарства:

- лобі-бар;
- ресторан «FOLKS»;
- винний бар «MOST Wine Bar».



Склад і площу приміщення закладу було визначено згідно з вимогами ДБН В 2.2-20:2008 (дод. Г), що забезпечить надання основних та додаткових послуг високої якості відповідно до типу, категорії, розміру та концепції готелю.

В усіх закладах обслуговування здійснюється офіціантами, у барах також – барменами.

### *Лобі-бар*

Лобі-бар функціонуватиме при вестибюлі готелю. Гостям пропонується обмежений вибір страв (випічка, десерти, снеки), алкогольні та безалкогольні напої.

### *Ресторан «FOLKS»*

«FOLKS» – ресторан нової гуцульської кухні. В основу його концепції покладений міжнародний тренд оновлення традиційних рецептів та надання їм нового життя.

Місія закладу – провести модернізацію гуцульської кухні та довести її до рівня «високої».

Така концепція для ресторану була обрана у підтримку загального концепту готелю: осучаснення технологій та удосконалення готельно-ресторанного бізнесу.

Неймінг закладу описує його ідею. «Folk» з англійської перекладається як «народ», «народний», «фольклорний»; а слово «folks» є аналогом українського сленгу «предки», яке молоді люди використовують для вказання на старше покоління своєї родини, особливо батьків. Таким чином, назва ресторану вказує на повагу до традиційного із додаванням сучасного.

Логотип закладу зображений на рис. 1.12.



*Рис. 1.12. Логотип ресторану «FOLKS»*

Ресторан працюватиме як для гостей готелю, так і для усіх бажаючих гостей курорту.

З 7.00 до 10.00 (у вихідні з 8.00 до 11.00) ресторан подаватиме сніданок для гостей готелю за 5 варіантами меню сніданку (дод. Д). Після завершення сніданку заклад працюватиме у форматі à la carte. Меню ресторану зображено у дод. Е.

За підтримки ресторану буде організований фестиваль модернізованої гуцульської кухні на базі готелю «ТАР».

#### *Винний бар «MOST Wine Bar»*

Для бару готелю обрана популярна нині моноконцепція. Гостям закладу пропонуватимуться широкий асортимент вина український та світових виробників, закуски та безалкогольні напої.

**Місія закладу** – допомогти зростанню культури вживання вина в Україні, ознайомити гостей закладу із особливостями сортів вина та правилами еногастрономії, використовуючи сучасні технології зберігання та подачі продукту.

Назва закладу «MOST Wine Bar» перекладається з англійської як «найбільш винний бар». Назва підкріплює концепцію – у барі дійсно планується найбільший асортимент вина на курорті Буковель.

Логотип закладу зображений на рис. 1.13.



*Рис. 1.13. Логотип бару «MOST Wine Bar»*

У барі працюватимуть кваліфіковані сомельє, досвідчені у сфері еногастрономії, які зможуть задовольнити потреби гостей.

Склад та кількість персоналу визначена за стандартами й нормами обслуговування і за допомогою методу прямих розрахунків (табл. 1.6).

*Таблиця 1.6*

**Склад та кількість персоналу ЗРГ готелю «ТАР»**

№ пор.	Посада	К-ть працівників
Адміністративно-управлінський персонал		
1	Керівник служби Food & Beverage	1
Операційний персонал		
2	Менеджер ресторану	3
3	Менеджер бару	3
4	Офіціант	18
5	Бармен	6
6	Сомельє	3
7	Хостес	2
8	Шеф-кухар	1
9	Кухар	12
10	Кондитер	2
Допоміжний персонал		
11	Прибиральник	1
12	Мийник посуду	3

## РОЗДІЛ 2

### ДИЗАЙН ГОТЕЛЮ

#### 2.1. Екстер'єр готелю

Курортний smart-готель 4\* «ТАР» є чотириповерховою будівлею. На першому поверсі розташовується приміщення приймально-вестибюльної, побутової, дозвіллево-анімаційної, спортивно-оздоровчої та адміністративної груп, ресторан «FOLKS» та лобі-бар; цокольний поверх вміщує в собі господарсько-виробничі приміщення; з другого по третій поверх займають приміщення житлової групи та приміщення поповерхового обслуговування; винний бар «MOST Wine Bar» розташований на третьому поверсі.

Склад та площа приміщень готелю знаходиться у дод. Г.

Будівля готелю виконана у архітектурному стилі скандинавський конструктивізм, який набирає все більшої популярності в останні роки. Він поєднує в собі лаконічну геометрію і високу функціональність, властиві конструктивізму, та натуральність, природність, характерну для архітектури замських будинків скандинавських країн.

Завдяки зовнішній простоті, такі будівлі органічно і ефектно вписуються в будь-який ландшафт, природне середовище. Вони не концентрують увагу суто на собі, завдяки чому природні ресурси курорту красиво обрамляють будівлю, продовжують її. Це явище сприятливо вплине на комфорт і розслаблення гостей.

Скандинавський конструктивізм передбачає екологічність і високу енергоефективність будівельних і оздоблювальних ресурсів, що є надзвичайно актуальним у наш час, особливо у природно-рекреаційних зонах. Ідея широкого використання новітніх методик у всіх аспектах готелю знайде своє відображення і у будівництві його споруд: використання сучасних будівельних технологій, матеріалів високої якості і помітної фактури, велика площа скління.

Оформлення зовнішнього фасаду будівлі готелю відбуватиметься із практичних та натуральних матеріалів: деревина, кам'яна і керамічна плитка, скло.

Особливостями екстер'єру будівель готелю є:

- панорамні вікна;
- плоский дах;
- широкі тераси;
- динаміка і поєднання строгих, вертикальних і горизонтальних ліній;
- карбованість, виразність вхідних порталів;
- контраст світлих і темних тонів – білої штукатурки і темно-коричневого дерева і каменю.

Візуалізація дизайну екстер'єру готелю «ТАР» зображена на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Дизайн екстер'єру готелю «ТАР»

Зовнішній фасад будівлі готелю у темний час доби буде підсвічуватися лампами. Також на території готелю вздовж пішохідних доріжок та тротуарів для зручності пересування гостей і персоналу будуть передбачені наземні вуличні ліхтарі.

Благоустрій території реалізується у таких аспектах:

- відсутнє огороження території, що дозволяє повністю насолодитися краєвидами курортної зони;
- озеленення за допомогою універсальних газонів, хвойних дерев (туй, ялин) та кущів;
- вимощення доріжок та тротуарів облицьовувальною плиткою білого кольору.

При готелі запроєктований підземний автопаркінг на 20 місць із пунктом охорони. По периметру автостоянки передбачено освітлення.

## **2.2. Дизайнерське рішення інтер'єру готелю**

Провідним стилем інтер'єру приміщень готелю є контемпорарі – стиль, що став синергією конструктивізму, скандинавського стилю та мінімалізму. Він гармонічно доповнює концепцію готелю, адже його базовою основою є комфорт, простота й функціональність. Характерними є прості лінії та форми, невелика кількість та ергономічність меблів, використання натуральних фактурних матеріалів: дерева і каменю у поєднанні з акцентними скляними, акриловими і металевими елементами і поверхнями.

Інтер'єр приміщень готелю «TAP» буде виконаний у спокійних натуральних тонах, що будуть сприяти якнайбільшому комфорту для гостей готелю: білий, бежевий, коричневий, графітовий. Також широко використовуватимуться металеві елементи, особливо мідні та хромовані.

### *Дизайнерське рішення номеру готелю*

Дизайн номерів передбачає наступне оздоблення: стеля покрита білою фарбою, стіни – світло-сірою. Для декорування стін використовуються натуральні дерев'яні панелі. Підлога вистелена шліфованою натуральною дошкою. Світильники декоративні, скляні з металевим оздобленням.

Особливістю номерів є перегородка між житловою та ванною кімнатами, виконана з розумного електрохромного прозорого скла, що матується шляхом опалесценції при закритті дверей. Скло керується безпечним низьковольтним електроживленням (12 Вольт).

Меблювання та устаткування номерів виконано відповідно до ДСТУ 4269:2003, витяг з якого розташований у дод. Б.

Також до устаткування номерів додано безпроводні зарядні пристрої для смартфонів різних типів та пульт для керування номером (на випадок неможливості управління власним смартфоном).

Референс дизайну номеру готелю зображений на рис. 2.2.



*Рис. 2.2. Дизайнерське рішення номеру готелю «ТАР»*

### *Дизайнерське рішення ресторану «FOLKS»*

Головний ресторан готелю – «FOLKS» – оздоблений у менш стриманих тонах, що відповідає його концепції.

Підлога – темно-коричнева плитка, стіни та стеля пофарбовані білою фарбою. На стелі присутні декоративні дерев'яні елементи з напівпрозорими акриловими та металевими світильниками. Двері та портали обрамлені панелями з темного дерева.

Меблі, елементи декору та озеленення роблять кольорові акценти у гамі традиційної гуцульської вишиванки: червоні, жовті та зелені.

Меблювання включає в себе: дерев'яні столи на чорних металевих ніжках, м'які меблі для сидіння – крісла та дивани червоних, коричневих та бежевих тонів. Для зонування простору використовуються декоративні стійки з масивними рослинами у горщиках.

Референс дизайну ресторану зображений на рис. 2.3.



*Рис. 2.3. Дизайнерське рішення ресторану «FOLKS»*



### *Дизайнерське рішення вестибюлю готелю «ТАР»*

Дизайнерське оформлення вестибюлю включає в себе: підлогу з декількох видів плитки під каміння, білі та коричневі кольори в оздобленні стін та стелі, дерев'яні панелі, що формують візерунок на стелі.

Зона реєстрації складається з трапецієвидної кам'яної білої стійки реєстрації, за якою знаходиться робоче місце адміністратора готелю та порт'є. Зона спроектована для роботи з клієнтами у вестибюлі готелю, розміщена таким чином, щоб бути помітною з центрального входу та давати можливість працівникам реєстрації оглядати простір вестибюлю.

З вестибюлю спроектований вхід до підрозділів готелю: ресторану «FOLKS», SPA-центру та приміщень спортивної групи, концернц-залу (залу для івентів) та прилеглих приміщень дозвіллево-анімаційної групи. При вестибюлі знаходиться гардероб, медпункт, кімната для зберігання спортивного, гірськолижного спорядження гостей та лобі бар. До житлових приміщень можна потрапити за допомогою сходів або ліфтів, розташованих при вестибюлі.

Меблювання вестибюлю та лобі-бару складається з м'яких меблів – крісел і диванів у коричнево-сірій кольоровій гамі – з дерев'яними столиками різної висоти. Барна стійка виготовлена з каменю графітового кольору із додаванням скла. Яскравим акцентом та декоративним елементом є озеленена стінка з живої хвої, виконана з використанням сучасних технологій. Озеленення готелю також передбачає масиві рослини у горщиках, що виконують 2 функції: декоративну та зонувальну, та стабілізований мох у бетонних горщиках маленького розміру, що розміщені на поверхнях столів.

Для якнайкращого освітлення приміщення використана велика кількість світильників різних форм: точкові на стелі, бра, та над лобі-баром – об'ємні скляні, що звисають зі стелі.

Референс дизайну вестибюлю зображений на рис. 2.4.



*Рис. 2.4. Дизайнерське рішення вестибюлю готелю «ТАР»*

## РОЗДІЛ 3 РЕВЕНЬЮ МЕНЕДЖМЕНТ

### 3.1. Цінова політика. Фінансовий результат

Цінова політика готелю визначає розмір його доходів від операційної діяльності.

Для формування цінової політики для послуг розміщення був обраний аналоговий метод, який передбачає визначення ціни за аналогією до цін прямих конкурентів (табл. 3.1).

*Таблиця 3.1*

#### Ціни номерного фонду готелю «ТАР» на 2020 рік

Категорії і місткість номерів	Ціна за місце у номері (за добу), грн		
	міжсезоння	високий сезон	сезон
Вища категорія, у тому числі:			
Апартамент	2600	4680	3900
Люкс	2250	4000	3375
Напівлюкс (студіо)	3000	5400	4500
Перша категорія (стандарт), у тому числі:			
Одномісні	1500	2700	2250
Двомісні	1050	2350	1575

Для формування цінової політики закладів ресторанного господарства був обраний витратний метод, який визначає ціну послуги як суму основних змінних витрат та рівня націнки закладу ресторанного господарства.

Цінова політика ЗРГ формується у двох напрямках: вартість сніданку і розмір середнього чеку у закладах за вільним вибором страв.

Середньорічна собівартість продуктового набору на сніданок – 70 грн. Розрахунок середньої роздрібною ціни реалізації продукції та послуг сніданку виконаний у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

**Розрахунок середньої роздрібної ціни реалізації продукції та послуг  
сніданку в закладі ресторанного господарства готелю**

№ пор.	Показники	Плановий рік
1	Собівартість річного продуктового набору на сніданок, тис. грн	1690,5
2	Річна кількість послуг харчування (страв на сніданок)	24150
3	Середньоденна собівартість продуктового набору на сніданок, грн	70
4	Рівень націнки ЗРГ, середній, %	150
5	Націнка середня, грн	105
6	Середня ціна продукції та послуг ЗРГ (сніданок)	175

Середня роздрібна ціна реалізації продукції та послуг сніданку, враховуючи сезонні коливання попиту:

- міжсезоння – 175 грн (собівартість продуктового набору + націнка 150%);
- сезон – 210 грн (зростання ціни на 20%, порівняно з міжсезонням);
- високий сезон – 280 грн (зростання ціни на 60%, порівняно з міжсезонням).

Середній чек у ЗРГ готелю за вільним вибором страв:

- міжсезоння – 375 грн;
- сезон – 450 грн (зростання ціни на 20%, порівняно з міжсезонням);
- високий сезон – 600 грн (зростання ціни на 60%, порівняно з міжсезонням).

Цінова політика оздоровчих послуг формується за аналоговим методом.

Середній чек у СПА-центрі готелю – 1000 грн.

### Фінансовий результат

Для обґрунтування фінансових результатів діяльності готелю «ТАР» необхідно визначити обсяг річних доходів та витрат підприємства.

### Доходи

У готелі «ТАР» визначено такі основні центри доходів:

- доходи від реалізації послуг з тимчасового розміщення (38%);
- доходи від реалізації продукції та послуг закладів ресторанного господарства (52%);
- доходи від реалізації оздоровчих послуг (5%).

Розрахунок обсягу реалізації послуг ( $Q_{nl}$ ), людино-днів з тимчасового розміщення на плановий період (рік) здійснено методом прямих розрахунків за формулою:

$$Q_{nl} = \sum_{i=1}^n H_i \cdot M_i \cdot D \cdot K_{z,i}, \quad (3.1)$$

де  $H_i$  – кількість номерів  $i$ -го типу  $i$ -ї категорії в експлуатації у плановому році;

$M_i$  – кількість місць у номері  $i$ -го типу  $i$ -ї категорії у плановому році;

$D$  – кількість днів роботи засобу розміщення у плановому році;

$K_{z,i}$  – плановий коефіцієнт завантаженості номерів  $i$ -го типу  $i$ -ї категорії, од.

Результати розрахунків зображено у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

**Розрахунок обсягу реалізації послуг з тимчасового розміщення у готелі  
«ТАР» на плановий рік (людино-діб)**

Категорії і місткість номерів	Кількість номерів	Кількість місць	Кількість днів експлуатації номерів			Коефіцієнт завантаженості номерного фонду			Обсяг реалізації послуг ( $Q_{пл}$ ), людино-діб			
			між-сезоння	високий сезон	сезон	між-сезоння	високий сезон	сезон	між-сезоння	високий сезон	сезон	разом
Стандарт одномісний	9	9	125	90	150	0,5	0,9	0,7	562,5	729	945	2236,5
Стандарт двомісний	29	58	125	90	150	0,5	0,9	0,7	3625	4698	6090	14 413
Стандарт двомісний для інклюзивних людей	1	2	125	90	150	0,5	0,9	0,7	125	162	210	384
Напівлюкс (студіо)	3	3	125	90	150	0,5	0,9	0,7	187,5	243	315	745,5
Люкс	3	6	125	90	150	0,5	0,9	0,7	375	486	630	1491
Апартамент	1	2	125	90	150	0,5	0,9	0,7	125	162	210	497
<b>Усього</b>	<b>45</b>	<b>80</b>	<b>125</b>	<b>90</b>	<b>150</b>	<b>0,5</b>	<b>0,9</b>	<b>0,7</b>	<b>5000</b>	<b>6480</b>	<b>8400</b>	<b>19 880</b>

Розрахунок планового доходу від реалізації послуг з тимчасового розміщення гостей готелю «ТАР» зображений у дод. Ж.

Планування доходів від реалізації послуг ЗРГ здійснено, виходячи з планової кількості послуг харчування та планової ціни залежно від рівня завантаженості номерного фонду у різні сезони. Результати розрахунків зображені у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

**Плановий дохід від реалізації продукції та послуг закладів ресторанного господарства готелю «ТАР» на 2020 рік**

№ пор.	Показники	Між-сезоння	Високий сезон	Сезон	Разом за рік
1	Планова кількість послуг харчування ЗРГ, од.:				
1.1	Сніданок	5750	10 350	8050	24 150
1.2	За вільним вибором	24 500	35 280	44 100	103 880
2	Планова ціна послуг харчування ЗРГ, грн				
2.1	Сніданок	175	280	210	
2.2	За вільним вибором	375	600	450	
3	Доходи від реалізації продукції та послуг харчування ЗРГ, тис. грн				
3.1	Сніданок	1006,25	2898	1690,5	5594,75
3.2	За вільним вибором	9187,5	21 168	19845	50 200,5
	<b>Разом доходи від реалізації продукції та послуг харчування ЗРГ, тис. грн</b>	<b>10 193,75</b>	<b>24 066</b>	<b>21 535,5</b>	<b>55 795,25</b>

Узагальнені результати розрахунку всіх видів операційних доходів за всіма напрямками діяльності зображені у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

**Плановий обсяг операційних доходів готелю «ТАР» на 2020 рік**

Види доходів	Між-сезоння	Високий сезон	Сезон	Разом за рік
Дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення, тис. грн	6512,5	17404,66	16 411,5	40 328,66
Дохід від реалізації послуг харчування ЗРГ, тис. грн	10193,75	24066	21535,5	55795,25
<b>Разом: основні операційні доходи, тис. грн</b>	<b>16706,25</b>	<b>41470,66</b>	<b>37947</b>	<b>96123,91</b>
Операційні доходи від інших господарських підрозділів, тис. грн	1856,25	4607,85	4216,33	10680,43
<b>Разом: операційні доходи готелю, тис. грн</b>	<b>18562,5</b>	<b>46078,51</b>	<b>42163,33</b>	<b>106804,34</b>

## Витрати

Узагальнені результати планування поточних витрат зображені у табл.

3.6.

Таблиця 3.6

### Планування поточних витрат готелю «ГАР» на 2020 рік

Номер статті	Калькуляційні статті витрат	Поточні витрати, тис. грн	Витрати умовно-змінні (ЗВ) та умовно-постійні (ПВ)
1	Собівартість продукції власного виробництва та закупних товарів ЗРГ	13948,81	ЗВ
2	Витрати на оплату праці	11707,77	ЗВ
3	Відрахування на соціальні заходи	2751,33	ЗВ
4	Амортизація	31 332,55	ПВ
5	Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів	2185,89	ЗВ
6	Вартість витрачених малоцінних швидкозношуваних предметів	926,52	ПВ
7	Податки, збори, інші передбачені законодавством обов'язкові платежі	102,09	ПВ
8	Витрати на транспортування	175,63	ЗВ
9	Витрати на охорону	64,08	ПВ
10	Витрати матеріалів об'єктів оздоровчо-рекреаційного призначення	1068,04	ЗВ
11	Інші поточні витрати діяльності	3602,84	ПВ
	<b>Разом поточні витрати</b>	<b>66 797,87</b>	
	<b>У тому числі:</b>		
	<b>умовно-змінні</b>	<b>30 769,43</b>	
	<b>умовно-постійні</b>	<b>36 028,44</b>	

*Стаття 1.* Собівартість продукції власного виробництва та закупних товарів ЗРГ розрахована за середньою величиною показника фудкосту – 25%.

*Стаття 2.* Плановий фонд оплати праці зображений у таблиці 3.7. Кількість персоналу визначена за стандартами й нормами обслуговування і за допомогою методу прямих розрахунків. Розрахунок чисельності покоївок Розширений план з описом посадових окладів окремих працівників – у дод. К.



Таблиця 3.7

## План з праці готелю «ТАР» на 2020 рік

Показники	У розрахунку на плановий рік
Планова чисельність працівників, усього, осіб	125
у тому числі, адміністративно-управлінський персонал, осіб	9
основний операційний персонал, осіб	97
допоміжний персонал, осіб	19
<b>Фонд основної заробітної плати, тис. грн</b>	<b>9113,83</b>
у тому числі, адміністративно-управлінський персонал, тис. грн	1201,82
основний операційний персонал, тис. грн	6960,56
допоміжний персонал, тис. грн	951,45
<b>Фонд додаткової заробітної плати, тис. грн</b>	<b>1126,71</b>
у тому числі, адміністративно-управлінський персонал, тис. грн	315,48
основний операційний персонал, тис. грн	721,09
допоміжний персонал, тис. грн	90,14
<b>Фонд оплати праці, усього, тис. грн</b>	<b>11 707,77</b>
у тому числі, адміністративно-управлінський персонал, тис. грн	1517,3
основний операційний персонал, тис. грн	9048,73
допоміжний персонал, тис. грн	1141,74
<b>Структура фонду оплати праці:</b>	
Основна заробітна плата, %	77,8
Додаткова заробітна плата, %	22,2

*Стаття 3.* Включає відрахування на соціальні заходи у розмірі єдиного соціального внеску і складає 22% + 1,5% військовий збір від планового фонду оплати праці.

*Стаття 4.* Розрахунок витрат на амортизацію здійснений у табл. 3.8. Первісна вартість будівель розрахована у зведеному кошторисі будівництва (дод. М).

Таблиця 3.8

**Планова сума амортизації за видами основних засобів та інших необоротних активів готелю «ТАР» на 2020 рік**

Вид основних засобів та інших необоротних активів	Первісна вартість основних засобів та інших необоротних активів, тис. грн	Термін корисного використання, роки	Річна сума амортизації, тис. грн
Будівлі	737 486,1	30	24 582,9
Машини, обладнання, транспортні засоби, меблі	15 135,5	5	3027,1
ЕОМ, пов'язані з ними засоби зчитування та комп'ютерні програми	7425	2	3712,5
Інші	40,2	4	10,05
<b>Разом</b>	<b>760 086,8</b>	<b>—</b>	<b>31 332,55</b>

*Стаття 5.* Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів передбачають розрахунок експлуатаційно-технічних витрат на електроенергію, водопостачання, опалення (табл. 3.9). Крім того, за статтею плануються відрахування до ремонтного фонду у розмірі 1% доходів готелю – 1068,04 тис. грн. Загальні витрати за статтею – 2185,89 тис. грн.

Таблиця 3.9

**Розрахунок річних витрат на ресурсне забезпечення готелю «ТАР»**

Витрат	Витрати в натуральних показниках	Тарифи за умовну одиницю, грн.	Поточні річні витрати, тис. грн.
1. Електроенергія	75624,35	2,13	161,08
2. На опалення	423,6	1312,11	555,8
3. Вода, у тому числі:	9307,45		
- Холодна	5803,45	19,08	110,73
- Гаряча	3504	82,83	290,24
<b>Разом</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>1117,85</b>

*Стаття 6.* Вартість використаних малоцінних швидкозношуваних предметів (без урахування ПДВ) поділено на та суму зносу спеціального одягу персоналу (табл. 3.10) та суму зносу інвентаря, що належить до малоцінних та

швидкозношуваних предметів (табл. 3.11). Загальна сума витрат за статтею – 926,52 тис. грн.

Таблиця 3.10

**Розрахунок суми зносу спеціального одягу персоналу готель «ТАР»**

Група робітників	Кількість робітників за штатним розкладом, осіб	Норма видачі одиниці санітарного та спеціального одягу на 1 людину на рік	Вартість одиниці комплекту одягу, грн.	Сума зносу, тис. грн.
Адміністративно-управлінський персонал	9	1	2150	19,35
Оперативно-виробничий персонал	116	2	1280	296,96
<b>Разом</b>				<b>316,31</b>

Таблиця 3.11

**Розрахунок суми зносу інвентаря, що належить до малоцінних та швидкозношуваних предметів готелю «ТАР»**

Назва	К-ть місць у закладі	Норма оснащення у розрахунку на одне місце	Об'ємний показник, од.	В-ть одиниці, грн	Вартість інвентарю, тис.грн
Постільна білизна	80	3	240	1250	300
Рушники, у тому числі					
Розмір 70x140	80	3	240	130	31,2
Розмір 80x80	80	3	240	82	19,68
Розмір 40x40	80	3	240	54	12,96
Халати	80	2	160	580	92,8
Порцеляновий посуд	98	3	294	85	24,99
Столові набори	98	2	196	140	27,44
Скляний посуд	98	4	392	73	28,62
Інший посуд	98	2	196	70	13,72

Продовження табл. 3.11

Назва	К-ть місць у закладі	Норма оснащення у розрахунку на одне місце	Об'ємний показник, од.	В-ть одиниці, грн	Вартість інвентарю, тис.грн
Серветки для закладів ресторанного господарства	98	3	294	30	8,82
Скатертини для столів	98	3	294	170	49,98
<b>Разом</b>					<b>610,21</b>

*Стаття 7.* Податки, збори та інші обов'язкові платежі на місяць: ліцензія на продаж алкогольних напоїв – 8 тис. грн, патенти на здійснення торговельної діяльності – 5,64 тис. грн, медична ліцензія на Spa-послуги – 4,72 тис. грн (одноразово), збір за місця для паркування – 8,6 тис. грн, податок на нерухоме майно – 75,13 тис. грн.

Витрати за статтею склали – 102,09 тис. грн.

*Стаття 8.* Розраховується, виходячи із кількості кілометрів пробігу автотранспорту за рік та діючих тарифів на списання бензину для цього транспорту. Діючі в Україні норми списання бензину на малолітражний вантажопасажирський автотранспорт становлять 12 л на 100 км пробігу.

Витрати на паливо:  $(180 \cdot 280 \cdot 0,12 \cdot 29,04) / 1000 = 175,63$  тис. грн.

*Стаття 9.* Витрати на охорону складають 0,06% доходу готелю, що становить 64,08 тис. грн.

*Стаття 10.* Витрати матеріалів об'єктів оздоровчо-рекреаційного призначення становлять 20% доходу від реалізації оздоровчих послуг, що дорівнює 1068,04 тис. грн.

*Стаття 11.* Інші поточні витрати діяльності становлять 10% постійних витрат підприємства – 3602,84 тис. грн.

### Прибуток

Дослідження фінансових результатів підприємства передбачає визначення маржинального прибутку – різниці між доходами та операційними витратами підприємства. Розрахунки планового маржинального прибутку узагальнені в таблиці 3.12.

Таблиця 3.12

#### Планування маржинального прибутку готелю «ТАР» на 2020 рік

№ пор.	Показник	Алгоритм розрахунку	Значення, тис. грн
1	Доходи операційної діяльності, у тому числі:	табл. 3.5	106 804,34
1.1	Дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення	табл. 3.5	40 328,66
1.2	Дохід від реалізації послуг харчування ЗРГ	табл. 3.5	55 795,25
1.3	Інші операційні доходи	табл. 3.5	10 680,43
2	Податок на додану вартість	20%	21 360,87
3	Чистий дохід	рядок 1 – рядок 2	85 443,47
4	Умовно-змінні витрати, у тому числі:	табл. 3.6	30 769,43
4.1	Собівартість продукції ЗРГ	табл. 3.6	13 948,81
4.2	Інші змінні витрати	табл. 3.6	16 820,62
5	Маржинальний прибуток	рядок 3 – рядок 4	54 674,04
6	Постійні витрати	табл. 3.6	36 028,44
7	Прибуток (збиток)	рядок 5 – рядок 6	18 645,6

Цільовий чистий прибуток характеризує розмір чистого прибутку, що відповідає цільовим параметрам діяльності закладу готельного господарства.

Цільовий прибуток готелю «ТАР» на плановий рік розраховуємо у табл. 3.13.

Таблиця 3.13

#### Цільовий прибуток готелю «ТАР» на 2020 рік

Показник	Розрахунок
Операційні доходи готелю, тис. грн	106 804,34
Середньогалузевий рівень рентабельності операційної діяльності, %	15%
Цільовий необхідний прибуток, тис. грн	16 020,65

Можливий прибуток розраховується виходячи з обґрунтованих у попередніх частинах доходів від операційної діяльності та витрат. Планування основних результатів діяльності готелю «ГАР» наведено у табл. 3.14.

Таблиця 3.14

### Основні результати діяльності готелю «ГАР» на 2020 рік

№ пор.	Стаття	Алгоритм Розрахунку	Розрахунок, тис. грн
1	Доходи від операційної діяльності	табл. 3.12	106 804,34
2	Умовно-змінні витрати	табл. 3.12	30 769,43
3	Умовно-постійні витрати	табл. 3.12	36 028,44
4	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	табл. 3.12	18 645,6
5	Податок на прибуток	18%	3356,2
6	Чистий прибуток можливий	п. 4 – п. 5	15 289,39
7	Рентабельність операційної діяльності, %	(рядок 6/рядок 1) *100	14,32
8	Чистий прибуток цільовий	табл. 3.18	16 020,65
9	Чистий прибуток плановий	Обирають між необхідним та можливим за системою діагностики	15 289,39 (можливий)

Із табл. 3.14 можна побачити, що можливий прибуток майже не відрізняється від цільового і відображає фінансові результати першого року функціонування готелю, тому і приймаємо його за плановий.

Було визначено такі показники рентабельності діяльності: операційної, поточних та операційних витрат. Алгоритми розрахунку основних показників рентабельності мотелю наведено в табл. 3.15.

Таблиця 3.15

### Основні показники рентабельності мотелю

Назва показника	Алгоритм розрахунку	Умовні позначення	Показники
Рентабельність операційної діяльності ( $R_{\text{РП}}$ , %)	$R_{\text{РП}} = \frac{\text{П}}{\text{Д}} \cdot 100$	П – чистий прибуток, тис. грн Д – доходи від операційної діяльності, тис. грн	14,32
Рентабельність поточних витрат ( $R_{\text{ПВ}}$ , %)	$R_{\text{ПВ}} = \frac{\text{П}}{\text{ПВ}} \cdot 100$	П – чистий прибуток, тис. грн ПВ – обсяг поточних витрат, тис. грн	22,89
Рентабельність операційних витрат ( $R_{\text{ОВ}}$ , %)	$R_{\text{ОВ}} = \frac{\text{П}}{\text{ОВ}} \cdot 100$	П – чистий прибуток, тис. грн ОВ – операційні витрати, тис. грн	49,7

### 3.2. Ефективність проекту

Оцінка ефективності інвестиційного проекту та окупності капітальних витрат потребує розрахунку основних показників діяльності готельного комплексу упродовж наступних десяти років.

Для проєктованого готелю «ТАР» темп зростання доходів операційної діяльності планується в обсязі 8% річних. Планові змінні витрати розраховуються через їх рівень у доходах від операційної діяльності приймаємо на весь плановий період рівень змінних – 30%. Планові постійні витрати визначаємо як сталу величину – 36 028,44 тис. грн. Для проєктованого готельного комплексу розмір амортизаційних відрахувань – 31 332,55 тис. грн.

Планування чистого прибутку здійснюємо прямим методом – як різницю між запланованими доходами, витратами та податком на прибуток (табл. 3.16).

Таблиця 3.16

## Основні результати діяльності готелю «ТАР»

Рік	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)		Змінні витрати		Постійні витрати, тис. грн	Фінансовий результат до оподаткування	Чистий прибуток, тис. грн
	тис. грн	середньо-річні темпи зростання, %	тис. грн	рівень змінних витрат, %			
1-й	85 443,47	8	30 769,43		36 028,44	18 645,60	15 289,39
2-й	92 278,95	8	27 683,68	30	36 028,44	28 566,82	23 424,80
3-й	99 661,26	8	29 898,38	30	36 028,44	33 734,44	27 662,24
4-й	107 634,16	8	32 290,25	30	36 028,44	39 315,48	32 238,69
5-й	116 244,90	8	34 873,47	30	36 028,44	45 342,99	37 181,25
6-й	125 544,49	8	37 663,35	30	36 028,44	51 852,70	42 519,22
7-й	135 588,05	8	40 676,41	30	36 028,44	58 883,19	48 284,22
8-й	146 435,09	8	43 930,53	30	36 028,44	66 476,12	54 510,42
9-й	158 149,90	8	47 444,97	30	36 028,44	74 676,49	61 234,72
10-й	170 801,89	8	51 240,57	30	36 028,44	83 532,88	68 496,97
11-й	184 466,04	8	55 339,81	30	36 028,44	93 097,79	76 340,19
<b>Разом</b>	<b>1422248,21</b>		<b>431 810,85</b>		<b>360 284,4</b>	<b>594 124,52</b>	<b>487 182,10</b>

Основні показники оцінки ефективності реальних інвестиційних проектів:

- чистий приведений дохід;
- індекс дохідності;
- індекс рентабельності;
- період окупності.

Розрахунок чистого приведеного доходу за реальним інвестиційним проектом наведено у табл. 3.17. Як дисконтну ставку приймаємо рівень інфляції за 2019 рік – 100,7% ( $i=1,007$ ).



Таблиця 3.17

**Оцінка чистого приведеного доходу за інвестиційним проектом  
готелю «ТАР»**

Рік	Капітальні витрати за проектом по роках, ІВ	Чистий прибуток за проектом по роках та амортизаційні відрахування, ЧПІ	Кумулятивний грошовий потік за проектом	Дисконтований грошовий потік за проектом	Чистий приведений дохід, ЧПД
1-й	760 086,80	46 621,94	46 621,94		
2-й		54 757,35	101 379,29		
3-й		58 994,79	160 374,08		
4-й		63 571,24	223 945,32		
5-й		68 513,80	292 459,12		
6-й		73 851,77	366 310,89		
7-й		79 616,77	445 927,65		
8-й		85 842,97	531 770,63		
9-й		92 567,27	624 337,90		
10-й		99 829,52	724 167,41		
11-й		107 672,74	831 840,15		
<b>Разом</b>	<b>760 086,80</b>	<b>831 840,15</b>		<b>770 398,99</b>	<b>10 312,19</b>

Індекс дохідності розраховуємо за формулою:

$$ID = \sum_{t=1}^n \frac{ЧПІ_t}{(1+i)^t} / IB, \quad (3.2)$$

де  $ID$  – індекс дохідності за інвестиційним проектом.

$$ID = 770\,398,99 / 760\,086,80 = 1,01.$$

Індекс дохідності перевищує одиницю, що свідчить про перевищення позитивного грошового потоку за проект над капітальними витратами на його здійснення, отже проект на 11 році починає приносити дохід.

**Індекс рентабельності** розрахуємо за формулою:

$$IP = \text{ЧП} / \text{ІВ} \cdot 100\% , \quad (3.3)$$

де  $IP$  – індекс рентабельності інвестиційного проекту;

$\text{ЧП}$  – середньорічний чистий прибуток за період експлуатації інвестиційного проекту, тис. грн;

$\text{ІВ}$  – капітальні інвестиційні витрати за проектом.

$$IP = (487\,182,10 / 11) / 760\,086,8 \cdot 100\% = 5,82\%$$

Отже, індекс рентабельності дорівнює 5,82%.

**Період окупності** – один із найбільш важливих показників оцінки ефективності проекту – розрахуємо дисконтованим методом:

$$PO = \text{ІВ} / \sum_{t=1}^n \frac{\text{ЧП}_t}{(1+i)^n \cdot t} , \quad (3.4)$$

де  $PO$  – період окупності;

$\text{ЧП}_t$  – середньорічна сума дисконтованого грошового потоку за період експлуатації проекту, тис. грн.

$$PO = 760\,086,8 / (770\,398,99 / 11) = 10,85 \sim 11 \text{ років.}$$

Період окупності 11 років свідчить про те, що у проекті готелю закладено зважені обсяги доходів та капітальних і поточних витрат. Рівень рентабельності діяльності та термін окупності відповідає середньогалузевим показникам по Україні та Європі загалом.

Розроблений проект дає змогу створити конкурентоспроможний заклад та може бути прийнятий до впровадження.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами виконаної роботи можна зробити наступні висновки.

1. Курорт «Буковель» – дестинація для функціонування готелю, адже щорічний потік туристів сягає 1,8 млн чоловік і зростає на 8-20% щорічно, середня завантаженість готельних підприємств у високий сезон – 95%.

2. Випускний кваліфікаційний проект передбачає будівництво та введення в експлуатацію курортного готелю 4\* у туристичній дестинації «Буковель» Івано-Франківської області. Ділянка під забудови становить 8000 м<sup>2</sup> і розташовується в урочищі Щивки. Вибір локації зумовлений близькістю до основних туристичних атракцій курорту та наявністю готових під'їзних шляхів до проєктованого готелю.

3. Зі зростанням конкурентної боротьби посилюється актуальність проблеми створення нових концепцій та бізнес-моделей готельних підприємств, використання нових технологій у забезпеченні функціонування та покращення якості надання послуг готельних підприємств. Тому для проєктованого закладу розроблена концепція smart-готелю, що базується на 5 ключових факторах: використанні якісного сервісу, вивченні споживачів та їхніх потреб, згуртованій роботі персоналу, яка досягається результативним менеджментом, довготривалих відносинах зі своїми гостями та впровадженні нових інформаційно-комунікативних технологій. Для готелю обрана назва – «ТАР», що влучно відображає у собі концептуальне рішення. Головна місія готелю – створити цінність для кожного гостя. Мета господарської діяльності

підприємства – надання комплексу якісних послуг українським та іноземним туристам на рівні світових стандартів обслуговування.

4. Місткість готелю – 45 номерів (80 місць). Портрет цільової аудиторії можна описати як: чоловіки та жінки 25-60 років, управлінці та підприємці з доходом від 20 000 грн, які прибувають на курорт із рекреаційною метою на період до тижня. Для створення комфортних умов для відпочинку та рекреації гостей готелю, обрані вікові обмеження 16+.

5. При готелі «TAP» функціонуватиме 3 заклади ресторанного господарства: лобі-бар при вестибюлі готелю, ресторан модернізованої гуцульської кухні «FOLKS» та винний бар «MOST Wine Bar». Одним із підрозділів підприємства є SPA-центр, який надаватиме наступний перелік рекреаційно-оздоровчих послуг: басейн, тренажерна зала, сауна, чанна, масаж, косметологічні послуги, послуги салону краси, реалізація косметичних та гігієнічних засобів.

6. Будівля готелю чотириповерхова, виконана у стилі скандинавський конструктивізм. Загальна площа приміщень готелю становить 3781 м<sup>2</sup>. Склад та площа приміщень визначена з урахуванням вітчизняних та міжнародних стандартів.

7. Обсяг капітальних інвестицій за проектом становить 760 086,8 тис. грн.

8. Визначено такі основні центри формування доходів: доходи від реалізації послуг з тимчасового розміщення (38%), доходи від реалізації продукції та послуг закладів ресторанного господарства (52%), доходи від реалізації оздоровчих послуг (5%). Річні операційні доходи готелю на рік – 106 804,33 тис. грн. 9. Річні витрати готелю – 66 797,87 тис. грн, у тому числі: умовно-змінні - 30 769,43 тис. грн; умовно-постійні - 36 028,44 тис. грн. Чистий прибуток у перший рік функціонування готелю досягає 15 289,39 тис. грн.

9. Було визначено та розраховано такі показники рентабельності діяльності:

- рентабельність операційної діяльності – 14,32 %;
- рентабельність поточних витрат – 22,89 %;
- рентабельність операційних витрат – 49,7 %.

10. Для обґрунтування ефективності проекту визначено такі показники:

- Індекс дохідності – 1,01, що свідчить про перевищення позитивного грошового потоку за проект над капітальними витратами на його здійснення;
- Індекс рентабельності – 5,82%.
- Період окупності – 11 років, що відповідає середньогалузевим показникам.

Отже, проект має практичну значущість, є економічно вигідним та привабливим для інвестування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 08.07.2010 № 2464-VI.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI.
3. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) – від 15.03.2006-08-02 № 297.
4. ДБН А.2.2-3-2003. Проектування. Склад, порядок розроблення, погодження та затвердження проектної документації для будівництва.
5. ДБН В.2.2-13-2003. Спортивні та фізкультурно-оздоровчі споруди.
6. ДБН В.2.2-20:2008. Будинки і споруди. Готелі.
7. ДБН В.2.2-25:2009. Будинки і споруди. Підприємства харчування.
8. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення.
9. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів.
10. ДСТУ Б А.2.4-7-95. Система проектної документації для будівництва. Правила виконання архітектурно-будівельних робочих креслень.
11. Автоматизовані системи управління готелями / Гудзовата О.О. // Торгівля, комерція, підприємництво, 2013. № 15. С. 94-98.
12. Бойко М.Г. Організація готельного господарства : ел. підручник / М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. – К.: КНТЕУ, 2015. – 501 с.
13. Ведмідь Н.І. Санаторно-курортний комплекс : монографія / Н.І. Ведмідь. – К.: КНТЕУ, 2013. – 448 с.
14. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Мельниченко С.В. HoReCa: навч. посіб. : у 3 т. Т. 1. Готелі – 2-ге вид., виправл. і доповн./ К.: КНТЕУ, 2017. – 412 с.
15. Мазаракі А.А., Пересічний М.І., Шаповал С.Л. Проектування закладів ресторанного господарства: навч. посіб./ К.: КНТЕУ, 2012, - 307 с.

16. Основи готельного менеджменту. Навчальний посібник / Роглев Х.Й. - К.: Кондор, 2005. - 408 с.
17. Отенко І. П. Економічна безпека підприємства : Навч. посіб. / Уклад.: І. П. Отенко, Г. А. Іващенко, Д. К. Воронков. — Х.: Вид-во ХНЕУ, 2012.
18. Ткаченко Т.І. Економіка готельного господарства і туризму : навч. посіб. / Т.І. Ткаченко, С.П. Гаврилюк. – К.: КНТЕУ, 2005. – 179 с.
19. Хоскінг А. Курс підприємництва: практичне управління : Учебник.— Москва: Міжнародні відносини, 2015. – 254с.
20. Attitude Is Everything: If You Want to Succeed Above and Beyond / P.J. Meyer. Merced, California: The Leading Edge Publishing Co, 2003. – 26 p.
21. Future Smart-Organizations: A Virtual Tourism Enterprise / H. Afsarmanesh, A.M. Camarinha-Matos. Hong Kong: IEEE Explore, 2000.– 514 p.
22. ICT4D Today – enhancing knowledge and people-centred communication for development and poverty reduction / G. Weigel. Berne: SDC-GKP, 2004. – 290 p.
23. Intelligent enterprise: A knowledge and service based paradigm for Industry / J.B. Quinn. New York: Free Press, 1992. – 473 p.
24. Intelligent systems in tourism: A social science perspective / U. Gretzel // Annals of Tourism Research. 2011. № 38 (3), pp. 757–779.
25. The effects of the use of ICT by tourism enterprises / M. Januszewska [et al.] // Szczecin University Scientific Journal, Service Management. 2015. № 16 (2), pp. 65–73.
26. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/>.
27. Примула Резорт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://primula-bukovel.com.ua/>. – Назва з екрана.
28. Booking [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.booking.com/>. – Назва з екрана.

29. Bukovel [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bukovel.com/>.  
– Назва з екрана.
30. Wikipedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<https://uk.wikipedia.org/wiki/Буковель>. – Назва з екрана.



ДОДАТКИ

Додаток А



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

# ***NORECA – нові формати***

**Збірник  
наукових статей  
студентів**

**Частина 3**

**Київ 2019**

<b>ХОБОТОВА М.</b>	
Управління інноваціями в міжнародному готельному бізнесі .....	256
<b>ЦИПОЧКІНА К.</b>	
Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі .....	262
<b>ЧАБАК Р.</b>	
Управління бізнес-процесами суб'єкта ресторанного бізнесу .....	266
<b>ЯРОВА Є.</b>	
Диференціація послуг суб'єкта готельного бізнесу .....	275
<b>ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ</b>	
<b>КОВБА Я.</b>	
Економічна стратегія суб'єкта ресторанного бізнесу .....	283
<b>КУЧМА О.</b>	
Концепція курортного готелю .....	289
<b>ЛЕБІДЬ О.</b>	
Проблеми стратегічного планування та управління на підприємстві .....	293
<b>НАЗАРЕНКО О.</b>	
Стратегія розвитку ресторану .....	298
<b>СТЕЦЕНКО А.</b>	
Інформаційні технології у сфері ресторанного бізнесу .....	304
<b>ДИЗАЙН ГОТЕЛІВ І РЕСТОРАНІВ</b>	
<b>ДАЦЮК М.</b>	
Особливості впровадження систем ресурсозбереження у готельному бізнесі .....	308
<b>ОСАДЧА О.</b>	
Особливості проектування еко-готелів .....	313
<b>ПОГОРЕЛЬЧУК А.</b>	
Маркетингова стратегія ресторану .....	317
<b>ТОПОРОВ В.</b>	
Програми мотивації персоналу суб'єктів готельного бізнесу .....	321
<b>ШАФАРЕНКО О.</b>	
Концептуальні засади бізнес-проектування smart-готелів .....	325

4. Балабанова Л. В. Управління персоналом / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К. : Професіонал, 2006. – 512 с.
5. Баник О. Сучасні проблеми мотивації праці та їх вплив на ефективну діяльність підприємств // Вісник Хмельницького національного університету, №2. Т. 2, 2010.-С. 87-91.
6. Библиотека управляющего персоналом: мировой опыт. Менеджмент человеческих ресурсов: обзорная информация / Сост. В.И. Яровой; Под. ред. Г.В. Щекина. – К.: МАУП, 2005. – 120 с.
7. Бродська О. Формування корпоративного духу // Секретарь-референт. - 2008. - №6. - С. 38-41.
8. Богиня Д.П. Трудовий менталітет у системі мотивації праці/Д.П. Богиня, М.В. Семикіна – Кіровоград: Поліграф-Терція, 2010.
9. Верещагіна Л.А. Оценка удовлетворенности работой. //Л. Верещагіна// Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности: [Под ред. Г. С. Никифорова, М. А. Дмитриевой, В. М. Снеткова.] – СПб.: Речь, 2009. – Занятие 23. – С.181-184.
10. Виноградський М.Д. Управління персоналом: навч. посіб. / М.Д. Виноградський, А.М. Виноградська, О.М. Шапова. – 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 502 с.
11. Воронкова В.Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади. Навчальний посібник / В.Г. Воронкова. – К.: Професіонал, 2006. – 576 с.
12. Гавкалова Н. Теоретичні засади ефективного менеджменту персоналу / Н. Гавкалова // Україна: аспекти праці. – 2005. – №3.

Робота виконана під науковим керівництвом канд. екон. наук, доцента МІСКИ В.Г.

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ БІЗНЕС-ПРОЕКТУВАННЯ SMART-ГОТЕЛІВ

**ШАФАРЕНКО О., 2 курс ФРТБ КНТЕУ,  
спеціальність «Готельно-ресторанна справа»,  
спеціалізація «Готельна і ресторанна справа»**

*У статті розглядається концепція інтелектуального підприємства та smart-готелю, визначаються атрибути розумних готелів, їх переваги та реальні перспективи на ринку готельного господарства України та світу.*

**Ключові слова:** готель, smart-готель, інтелектуальне підприємство, ІКТ.

*The article considers the concept of intelligent enterprise and smart hotels, determines the attributes of smart hotels, their advantages and real prospects in the Ukrainian and world hotel industry market.*

**Keywords:** hotel, smart hotel, intelligent enterprise, ICT.

**Постановка проблеми.** На сучасному ринку, символом якого є інформація, мають шанс на успіх тільки ті підприємства, які здатні успішно збирати, помножувати і застосовувати знання. Постійно зростаючий капітал знань призводить до виникнення інтелектуальних (smart) підприємств, що повністю використовують їх творчий потенціал. Smart-підприємства отримують перевагу на ринку завдяки застосуванню нових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), хоча слід пам'ятати, що технологічні нововведення не є єдиним фактором успіху.

Індустрія гостинності представляє, поза всяким сумнівом, один із секторів економіки, який повинен швидко реагувати на появу та прогрес ІКТ. Використання переваг технологій відіграє особливу роль і розглядається як ключовий фактор ефективного функціонування розумних готелів. Вони не тільки дозволяють підвищити ефективність управління та функціонування, але й сприятимуть досягненню такого рівня обслуговування, який за допомогою технічного прогресу в повсякденному житті може призвести до значного задоволення вимог гостей.

З огляду на вищезазначене, посилюється актуальність проблеми створення нових концепцій та бізнес-моделей готельних підприємств, використання нових технологій у забезпеченні функціонування та покращення якості надання послуг готельних підприємств.

*Метою статті* є пояснення суті моделі smart-готелю і визначення атрибутів, що відрізняють smart-готель від інших суб'єктів, які не функціонують на основі конкретної бізнес-моделі.

**Аналіз останніх досліджень.** Питання впровадження інформаційно-комунікаційних технологій на готельних підприємствах знайшли своє відображення у працях Х.Й. Роглева [1, с. 136-153], О.О. Гудзоватої [2, с. 94-98], G. Weigel [6, с. 15-42], M. Januszewska [7, с. 65-73], U. Gretzel [8, 757-779]. Дослідженням сутності інтелектуальних підприємств у своїх працях проводили Н. Afsarmanesh та А.М. Camarinha-Matos [3, 456-461], P.J. Meyer [4, с. 13-17], J.B. Quinn [5, с. 266-279]. Водночас, концепція smart-готелів на даний момент недостатньо досліджена і теоретично не сформульована науковцями.

**Виклад основного матеріалу.** Визначення моделі smart-готелів вимагає пояснення значення терміну «smart» і представлення сутності економічних категорій, створених за допомогою нього. Даний термін, який походить з англійської, означає розумний, інтелектуальний, геніальний і витончений. В даний час цей термін використовується все частіше в контексті нових технологій і пристроїв, які називаються smart-технологіями і smart-пристроями. Об'єкти повсякденного використання стають «smart-об'єктами». Вони пов'язані один з одним у мережі, вони реагують на зміни у своєму середовищі, вони постійно взаємодіють зі своїми користувачами. Якщо певному пристрою надана smart властивість, це означає, що його легше використовувати, програмувати або управляти ним. Пристрій часто характеризується вищим рівнем безпеки та економічною ефективністю, що означає, що він генерує нижчі витрати і є вигіднішим, ніж рішення, позбавлені smart властивостей.

Термін «smart» також використовується в галузі економічних наук і особливо в управлінських науках. Спочатку він був пов'язаний з розвитком концепції управління цілями, яка виникла в 50-х роках ХХ століття. Він передбачає високу ефективність досягнення цілей за умови їх чіткого визначення відповідно до конкретних правил, позначених акронімом S.M.A.R.T [4]:

- Specific – конкретні;
- Measurable – вимірні;
- Assignable – досяжні;
- Realistic – реалістичні;
- Time-related – обмежені у часі.

У 90-х роках ХХ століття слово «smart» було пов'язане з такими термінами, як організація та підприємство. Тому з'явилися такі категорії як розумна організація [3] і інтелектуальне підприємство [5]. У розглянутій концепції інтелектуальний атрибут приписується підприємству, розробка якого заснована на знаннях, їх безперервному множенні, просуванні і застосуванні в процесі створення цінності для клієнта. На основі економічної теорії, аналізуючи сутність розумної організації, можна використовувати теорію

ресурсоємного підприємства та теорію інтелектуального капіталу. Згідно з першою теорією, серед усіх наявних виробничих факторів найважливішим ресурсом компанії є інтелект [5] тому, що він вирішує питання ефективної реалізації інших ресурсів. Подібно до вищезгаданої концепції, в теорії інтелектуального капіталу люди, їхні знання, залученість, підприємницька діяльність та творчість визнаються найважливішими факторами у створенні доданої вартості та капіталу підприємства. Таким чином, поєднуючи обидві вищезгадані теорії, інтелектуальне, розумне підприємство, засноване на капіталі знань, є більш конкурентоспроможним, тобто представляє кращі можливості зростання і розвитку.

Збір інформації та перетворення її на продуктивні знання в даний час підтримується ІКТ та, особливо, Інтернетом. Інтелектуальне підприємство швидко поглинає технічний і технологічний прогрес. Тому воно швидко впроваджує сучасні ІТ-рішення у своїй структурі, системах, процесах, продуктах та послугах. Виходячи з правила, що успіх в мережевій економіці можливий для тих, хто використовує ІКТ-процеси в роботі своїх компаній, як управлінські, так і виробничі процеси необхідно здійснювати на підприємстві за допомогою технологічних інструментів і додатків. На даний момент існує багато методів обробки великих об'ємів даних, таких як хмарні та мобільні рішення бізнес-аналітики, візуалізація даних або можливості, що надаються Інтернетом. Перераховані рішення підвищують рівень точності прийняття рішень, підвищують ефективність управління.

Повертаючись до терміну smart-готелю, варто звернути увагу на те, що його більше використовують практики, ніж теоретики. Зазвичай, його можна зустріти в предметній літературі і в думках фахівців індустрії гостинності. Таким чином, ідея розумних готелів не означає теоретичної концепції, створеної в результаті розвитку наукової думки, що описує функціонування готельного підприємства. Натомість, це скоріше практична бізнес-модель, яка адаптує нові інформаційні та комунікаційні технології в готельному бізнесі та підвищує конкурентоспроможність готелю шляхом застосування технологічних рішень.

Спираючись на вищезазначене, можна констатувати, що науковці та практики розділяють поняття smart-підприємства та smart-готелю, визначаючи останнього як технологічно інтегровану систему надання послуг гостинності, функціонування якої базується на нових інформаційно-комунікаційних технологіях. Атрибутами такого готелю є:

- наявність швидкісного Інтернету;
- впровадження інтелектуальних технологій та інтелектуальних пристроїв;
- ефективна політика, спрямована на Інтернет та розповсюдження ІКТ;
- організаційні підрозділи, відповідальні за впровадження нових ІКТ;
- відносно високий рівень доступних ІКТ.

Але в даний момент з'являється необхідність адаптувати ідею smart-готелю та наблизити його до поняття smart-підприємство: це не тільки готель, який використовує новітні технології у своїй роботі, це механізм, який, реагуючи на сигнали, що надходять з внутрішнього та зовнішнього середовища, адекватно пристосовує свою діяльність. Ідея розумного підприємства характеризується комплексним підходом. Підприємство сприймається як організація, що базується на знаннях, навчанні; відкрита мережа, яка дотримується правила сталого розвитку у своїй діяльності, а також впроваджує принаймні деякі зі своїх управлінських процесів у віртуальному просторі, використовуючи досягнення технічного і технологічного прогресу, особливо у сфері інформаційно-комунікаційних технологій.

При об'єднанні поняття розумного готелю та розумного підприємства, утворюється нова SMART-концепція (рис. 1), в якій ключовими факторами стають:

- Service – сервіс;
- Marketing – маркетинг;

- Administration – управління;
- Relations – взаємовідносини з гостями;
- Technology – інноваційні технології.

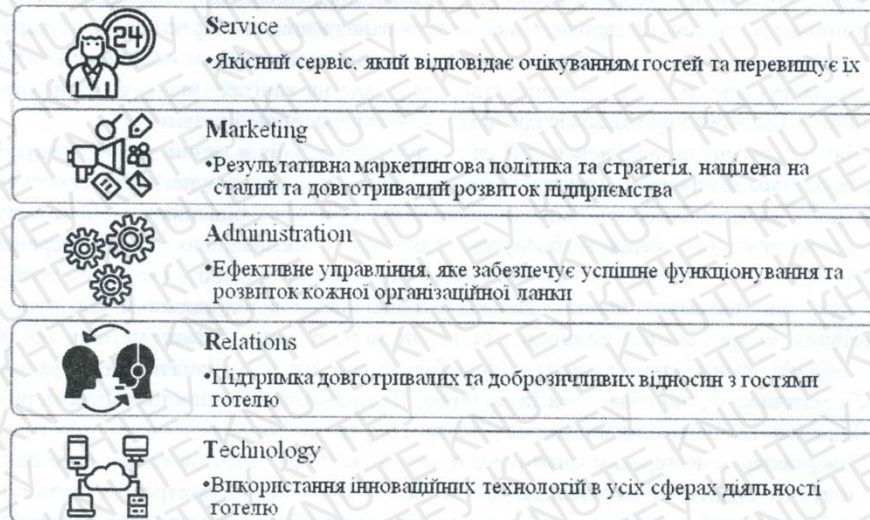


Рис. 1. Блок-схема концепції smart-готелю

Smart-готелі роблять значний внесок у дослідження та розвиток знань, пов'язаних з впровадженням ІКТ в індустрії гостинності. Вони випереджають інші об'єкти з точки зору впровадження екологічно чистих систем, які сприяють досягненню цілей сталого розвитку. Винятковість інтелектуальних готелів полягає у великій трансформації підходу до ведення готельного бізнесу.

Згідно з G. Weigel, ІКТ означає весь спектр технологій, призначених для доступу, обробки та передачі інформації стосовно тексту, звуку, даних і зображень [6]. ІКТ охоплює весь діапазон від традиційних, широко використовуваних пристроїв, таких як радіостанції, телефони або телебачення, до складніших інструментів, таких як комп'ютери або Інтернет, і об'єднує інформаційні технології з комунікаційними технологіями. ІКТ охоплює будь-яке середовище для запису інформації, технології для трансляції інформації (радіо, телебачення) і технології для спілкування за допомогою голосу, звуку і зображення (мікрофон, камера, гучномовець, телефон і стільникові телефони). ІКТ трансформували туризм у всьому світі [7].

У готельній індустрії результатом впровадження ІКТ є підвищення ефективності процесу генерування досвіду гостей. ІКТ надає широкий спектр інструментів для поліпшення якості обслуговування та задоволення потреб споживачів. Тому вони стали фундаментальними елементами стратегій генерування цінності в готельній індустрії [8]. ІКТ підтримує також процес автоматизації операцій та самообслуговування в готелях, що призводить до скорочення витрат виробництва. Способи використання ІКТ у готельній сфері різноманітні, а ступінь використання ІКТ та форма його застосування пов'язані з типом постачальника послуг проживання (розкішний готель, бюджетний готель, пансіонат тощо), сегментом гостей, розміром операцій, місцезнаходженням.

Спираючись на праці Х.Й Роглева [1], О.О. Гудзоватої [2] можна поділити готельні ІКТ на чотири групи за основними підрозділами готелю (табл. 1).

Таблиця 1

## Компоненти системи ІКТ за департаментами готелю

Підрозділ	Компоненти системи ІКТ
Back-office	Система управління будівлею; Система управління готелем; Система маркетингу та продажів; Система управління та підтримки прийняття рішень; Система управління людськими ресурсами; Система закупівель; Система фінансового та бухгалтерського обліку; Бездротовий доступ до Інтернету; Система управління відносинами з клієнтами; Система безпеки; Діловий центр; Система документообігу; Система телеконференцій
Front office & Housekeeping	Телефонні та факс-системи; Системи веб-сайтів та електронної пошти; Система розподілу місць; Система управління рахунками гостей; Система заїзду та виїзду; Центральна система бронювання; Система Інтернет бронювання; Система управління станом номерів і прибиранням; Система баз даних клієнтів; Система документообігу; Система обробки кредитних карт
Food and beverage (F&B)	Система управління рестораном; Системи управління складами; Система управління заходами; Система управління меню; Система резервування столів; Системи управління замовленнями; Система управління кейтеринговими послугами; Система управління продуктами харчування та напоями
Rooms division	Система телефонного сервісу; Система електронних ключів; Система електронних мінібарів; Системи енергозбереження; Автоматизована система пробудження; Система голосової пошти; Доступ до Інтернету в номері / бездротовий Інтернет; Система інтерактивного телебачення; Електронні сейфи в номері

Серед основних переваг, що впливають із застосування ІКТ можна виділити наступні:

- автоматизація більшості процесів готелю (наприклад, реєстрація, виїзд), що призводить до зменшення впливу людського фактору;
- зменшення кількості співробітників, що зменшує витрати підприємства на фонд оплати праці;
- зниження експлуатаційних витрат;
- скорочений термін реалізації послуги онлайн бронювання з системою текстових повідомлень (після підтвердження бронювання, гість отримує текстове повідомлення з основними даними про зроблене бронювання);
- зниження ризику помилок;
- підвищення задоволеності споживачів;
- підвищення ефективності та спрощення внутрішньої комунікації персоналу;
- автоматизація документообігу, обігу інформації та архівації даних,
- концентрація менеджменту на постійному вдосконаленні діяльності, а не на поточних проблемах;
- зниження ціни за номер в результаті економії енергії та скорочення робочих місць.

У багатьох розумних готелях у номері встановлено планшети для керування всіма функціями, наприклад, освітлення та телебачення, а також для замовлення їжі у номері, прибирання, бронювання столів у ресторанах, оформлення пізнього виїзду, перегляду веб-сторінок, обміну інформацією в соціальних мережах, замовлення екскурсій, пошуку місцевих визначних пам'яток на мапах тощо. Різні готелі попередньо завантажують на ці планшети додатки, які, на їх думку, покращать перебування відвідувачів.

За словами доцента Ecole hôtelière de Lausanne з управління доходами Cindy Neo: «Оскільки телевізори з плоским екраном і безкоштовний Wi-Fi є галузевими стандартами, готелі повинні намагатися диференціювати себе, зосередившись на видатному сервісі та унікальній зручності. Інтерактивні стіни, керовані жестами, Інтернет речей і віртуальна реальність - лише кілька прикладів» [9].

Ідея будівництва розумних готелів із використанням систем ІКТ, особливо пов'язаних із мобільними пристроями гостей, в даний час здійснюється в багатьох місцях по всьому світу. Вони виникають у відповідь на потреби ринку, як з точки зору його попиту, так і пропозиції. Дослідження індексу задоволеності гостя компанією J.D. Power встановило, що готелі, які включають мобільні програми та функціональні можливості в готельне перебування, мають більш високий рівень задоволеності гостей, а кількість бронювань готелю з мобільного пристрою зростає [10].

Згідно з думкою компанії Google, 79% туристів завершили бронювання після проведення досліджень на своєму смартфоні, що значно вище, ніж у 2017 році (70%) [11].

Деякі відомі приклади розумних готелів можна навести тут:

- The Upper House, Гонконг (гості під час реєстрації отримують iPod Touch із завантаженим набором ігор, музики та інформації про готель для власного користування);
- Novotel München Messe, Мюнхен (гостей вітають як справжні, так і віртуальні адміністратори, готель наповнений сенсорними екранами, за допомогою яких гості зможуть легко знайти потрібну туристичну інформацію);
- Crowne Plaza, Копенгаген (завдяки застосуванню нових технологій, значно зменшує викиди CO<sub>2</sub>, вся енергія, що використовується в ньому, походить з поновлюваних джерел (наприклад, велосипеди, що приводяться в дію силами м'язів гостей, що працюють у фітнес-клубі готелю);
- Blow Up Hall, Познань (гості отримують iPhone, за допомогою яких вони входять до своїх номерів, замість ключів або карт).

Ці готелі являють собою приклади ефективного впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій у їх функціонуванні та мають право носити звання smart-підприємств.

**Висновки.** Поки що концепція smart-готелів функціонувала в першу чергу як практична формула для ведення готельного бізнесу, яка ще не отримала жодного глибокого наукового опису або загального прийнятого визначення. У своєму практичному аспекті застосування ІКТ в операційній і стратегічній діяльності готелю визнано основним атрибутом розумних готелів. У статті розширене поняття smart-готелю, як комплексної концепції, що включає в себе сервіс, маркетингову діяльність, процес управління, підтримку взаємовідносин зі споживачами та використання нових технологій.

Ринок готельного господарства швидко змінюється, і тому змінюється і характер попиту, тому застосування ІКТ в готелях призводить до вимірних переваг як для підприємства, так і для його споживачів. Реалізація ідеї інтелектуального підприємства в діяльності готелів має позитивний вплив на їх імідж і відрізняє їх від конкурентів.

Результати досліджень дозволяють підтвердити, що концепція розумного готелю не є лише маркетинговим ходом – це нова бізнес-модель в готельній індустрії.

#### Список використаних джерел

1. Основи готельного менеджменту. Навчальний посібник / Роглев Х.Й. - К.: Кондор, 2005. - 408 с.

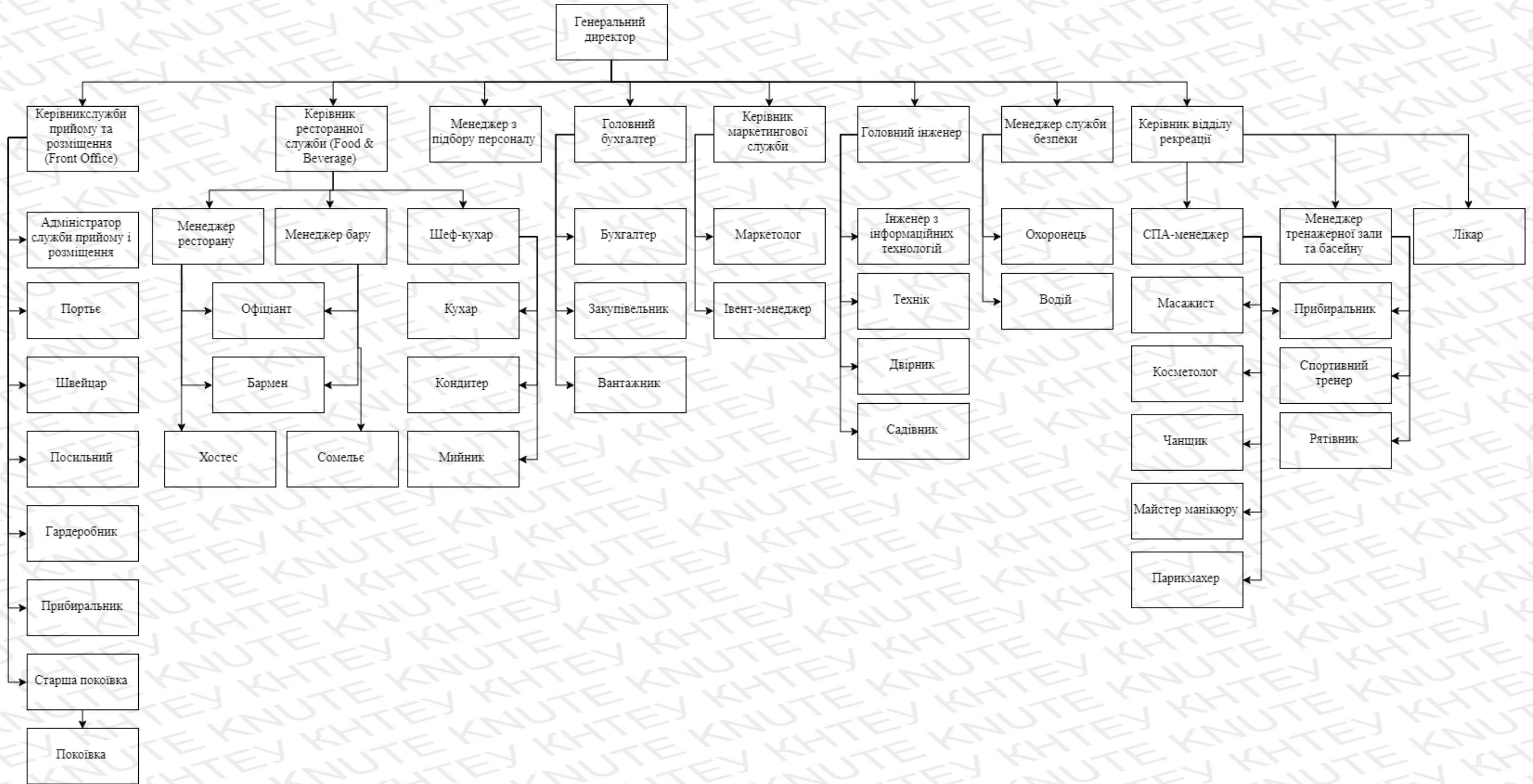


2. Автоматизовані системи управління готелями / Гудзовата О.О. // Торгівля, комерція, підприємництво, 2013. № 15. С. 94-98.
3. Future Smart-Organizations: A Virtual Tourism Enterprise / H. Afsarmanesh, A.M. Camarinha-Matos. Hong Kong: IEEE Explore, 2000.– 514 p.
4. Attitude Is Everything: If You Want to Succeed Above and Beyond / P.J. Meyer. Merced, California: The Leading Edge Publishing Co, 2003. – 26 p.
5. Intelligent enterprise: A knowledge and service based paradigm for Industry / J.B. Quinn. New York: Free Press, 1992. – 473 p.
6. ICT4D Today – enhancing knowledge and people-centred communication for development and poverty reduction / G. Weigel. Berne: SDC-GKP, 2004. – 290 p.
7. The effects of the use of ICT by tourism enterprises / M. Januszewska [et al.] // Szczecin University Scientific Journal, Service Management. 2015. № 16 (2), pp. 65–73.
8. Intelligent systems in tourism: A social science perspective / U. Gretzel // Annals of Tourism Research. 2011. № 38 (3), pp. 757–779.
9. Carmelon Digital Marketing [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.carmelon-digital.com/>. – Назва з екрана.
10. J.D. Power [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.jdpower.com/>. – Назва з екрана.
11. Think with Google [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.thinkwithgoogle.com/>. – Назва з екрана.

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра екон. наук, професора  
БОСОВСЬКОЇ М.В.

**Бренд-бук готелю «ТАР»**

Організаційна структура управління готелю «ТАР»



### Склад і площа приміщень приймально-вестибюльної групи готелю «ТАР»

Найменування приміщення	Площа приміщення, м <sup>2</sup>	Примітки щодо розміщення
Вестибюль	100	1 поверх
Зона прийому і реєстрації	12	При вестибюлі
Зона бронювання	8	При вестибюлі
Кімната чергового персоналу	8	1 кімната
Службовий санітарно-технічний блок	10	
Кімната чергового адміністратора	12	
Сейфова	8	За зоною рецепції
Камера схову	10	За зоною рецепції
Швейцарська і приміщення носильників	8	
Приміщення охорони	8	
Відділення зв'язку	12	
Приміщення поштових	8	
Пункт обміну валюти	3	
Гардероб	8	При вході
Кімната для зберігання гірськолижного спорядження гостей	12	При гардеробі
Комора прибирального інвентаря	3	
Медпункт	14	
Санітарний вузол жіночий	9	
Санітарний вузол чоловічий	9	
Приміщення для багажних візків	3	
<b>Усього, м<sup>2</sup></b>	<b>265</b>	
<b>Загальна площа</b>	<b>335</b>	

### Склад і площа приміщень житлової групи готелю «ТАР»

Категорія номера	Характеристика номера					Кількість номерів даної категорії, шт.	Кількість місць у готелі, шт.	Загальна площа, м <sup>2</sup>
	Кількість кімнат	Кількість місць	Житлова площа, м <sup>2</sup>	Площа санвузлів, м <sup>2</sup>	Загальна площа номера (min), м <sup>2</sup>			
Апартамент	1	2	50	10	60	1	2	60
Люкс	2	2	35	6	41	3	6	123
Студіо	1	1	16	3	19	3	3	57
Стандарт одномісний	1	1	10	3	13	9	9	117
Стандарт двомісний	1	2	15	3	18	29	58	522

Категорія номера	Характеристика номера					Кількість номерів даної категорії, шт.	Кількість місць у готелі, шт.	Загальна площа, м <sup>2</sup>
	Кількість кімнат	Кількість місць	Житлова площа, м <sup>2</sup>	Площа санвузлів, м <sup>2</sup>	Загальна площа номера (min), м <sup>2</sup>			
Стандарт двомісний для інклюзивних людей	1	2	15	3	18	1	2	18
<b>Усього</b>						<b>45</b>	<b>80</b>	<b>897</b>
<b>Загальна площа</b>								<b>1135</b>

### Склад службових та допоміжних приміщень на поверсі у готелі «ТАР»

Тип приміщення	Площа, м <sup>2</sup>	Кількість	Загальна площа, м <sup>2</sup>
Хол	30	1	30
Кімната чергового персоналу	10	1	10
Комора прибирального інвентарю	4	1	4
Приміщення для брудної білизни	10	1	10
Кімната побутового обслуговування (самообслуговування)	6	1	6
Приміщення для зберігання візків покоївок	8	1	8
Санітарний вузол персоналу	4	1	4
<b>Усього, м<sup>2</sup></b>			<b>72</b>
<b>Загальна площа</b>			<b>95</b>

### Склад і площа приміщень побутової і торгівельної групи готелю «ТАР»

Приміщення	Площа, м <sup>2</sup> ,
Комплексний приймальний пункт (ремонт одягу, хімчистка, прання і прасування)	12
<b>Усього, м<sup>2</sup></b>	<b>12</b>
<b>Загальна площа</b>	<b>15</b>

### Склад і площа дозвілєво-анімаційної групи приміщень готелю «ТАР»

Приміщення	Площа, м <sup>2</sup> ,
Конференц-зал (60 місць) зі сценою	72 + 12
Фойє при конференц-залі	24
Приміщення для реєстрації учасників заходів	12
Комора технічних засобів	10
Комора технічного персоналу	10

Продовження дод. Г

Приміщення	Площа, м <sup>2</sup> ,
Склад меблів	12
Гардероб для учасників заходів	6
<b>Усього, м<sup>2</sup></b>	<b>158</b>
<b>Загальна площа</b>	<b>200</b>

### Склад і площа спортивно-оздоровчої групи приміщень готелю «ТАР»

Приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
Тренажерний зал	42
Приміщення для зберігання і ремонту спортивного обладнання	10
Кімната інструктора	8
Чоловіча роздягальня з душовою та санвузлом	20
Жіноча роздягальня з душовою та санвузлом	20
Господарська комора	8
Плавальний басейн (12x9 м)	108
Технічні приміщення при басейні	10
Кімната зберігання водного інвентаря	4
<b>SPA-центр</b>	
Рецепція	12
Масажний кабінет	16
Кабінет косметолога	14
Салон краси (послуги перукарні та манікюру)	12
Сауна	20
Чанна	6
Кімната відпочинку	8
Господарська комора	4
Магазин косметичних засобів	12
Підсобне приміщення магазину	10
<b>Усього, м<sup>2</sup></b>	<b>344</b>
<b>Загальна площа</b>	<b>435</b>

### Склад і площа адміністративної групи приміщень готелю «ТАР»

Приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
Кабінет директора	12
Кабінет заступників директора	12
Кімната головного інженера	8
Кімната завгоспа	12
Архів	12
Бухгалтерія	16
Каса	6
Санітарний вузол жіночий	3
Санітарний вузол чоловічий	3
<b>Усього, м<sup>2</sup></b>	<b>84</b>
<b>Загальна площа</b>	<b>106</b>

**Склад і площа господарсько-виробничої та побутової груп приміщень  
готелю «ТАР»**

Найменування приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
Приміщення чергового технічного працівника	8
Центральна білизняна, у тому числі:	
– відділення чистої білизни	16
– відділення брудної білизни	8
– приміщення розбирання брудної білизни	8
– майстерня лагодження білизни	4
Служба клінінгу території, у тому числі:	
– побутові приміщення	6
– склад прибирального інвентаря	4
– склад видаткових засобів	4
– склад садового інвентарю і техніки	6
Майстерні, у тому числі:	
– електротехнічна	8
– сантехнічна	8
– слюсарна	8
– столярна	16
– малярна	12
Складські приміщення, у тому числі:	
– резервний склад білини	8
– матеріально-технічні склади	30
– склад видаткових матеріалів	16
– склад меблів	30
– склад технічних служб	10
– склад лакофарбових матеріалів	8
– склад пиломатеріалів	20
Побутові приміщення виробничого персоналу:	
– санвузли (чоловічі та жіночі)	12
– душові (чоловічі та жіночі)	12
Пральня	36
Електроцитова	8
Теплопункт	8
Вентиляційна	2x12
<b>Усього, м<sup>2</sup></b>	<b>338</b>
<b>Загальна площа</b>	<b>428</b>

**Склад і площа приміщень ЗРГ готелю «ТАР»**

Найменування приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
<b>Лобі-бар</b>	
Торговельна зала з барною стійкою	24
Підсобне приміщення	12
<b>Усього</b>	<b>36</b>
<b>Загальна площа</b>	<b>40</b>

Найменування приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
<b>Їдальня для персоналу</b>	
Торговельна зала із роздатковою зоною	20 + 12
Підсобне приміщення	10
<b>Усього</b>	<b>42</b>
<b>Загальна площа</b>	<b>46</b>
<b>Ресторан</b>	
<b>Приміщення для споживачів</b>	
Вестибюль	8
Гардероб	7
Санвузли чоловічі	9
Санвузли жіночі	9
Аванзал	18
Торговельна зала на 50 місць	90
Торговельна зала на 22 місця	40
Приміщення для офіціантів	6
Мийна столового посуду з сервізною	26
<b>Усього</b>	<b>187</b>
<b>Виробничі приміщення</b>	
Гарячий цех	30
Холодний цех	20
<b>Доготівельний цех</b>	28
Мийна кухонного посуду	12
Роздаткова	20
<b>Усього</b>	<b>120</b>
<b>Складські приміщення</b>	
Охолоджувальна збірно-розбірна камера молочних продуктів, жирів та гастрономії	10
Охолоджувальна збірно-розбірна камера фруктів, ягід, напоїв та овочевих н/ф	12
Охолоджувальна збірно-розбірна камера м'ясних та рибних н/ф	8
Охолоджувальна збірно-розбірна камера кондитерських виробів	8
Комора бакалійних товарів	12
Комора алкогольних виробів	12
Комора та мийна тари	10
Комора інвентарю	6
Завантажувальна	12
Кабінет комірника	8
Складське приміщення для зберігання устаткування шведської лінії	36
<b>Усього</b>	<b>134</b>
<b>Адміністративні та побутові приміщення</b>	
Кабінет директора	12
Офісні приміщення	12
Приміщення персоналу	8
Гардероб для персоналу чоловічий з душовою	14



Продовження дод. Г

Найменування приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
Гардероб для персоналу жіночий з душовою	14
Гардероб для офіціантів	14
Білизняна	8
Приміщення зав. виробництвом	8
Санвузол чоловічий	4
Санвузол жіночий	4
<b>Усього</b>	<b>98</b>
<b>Загальна площа</b>	<b>569 *1,1*1,15 = 720</b>
<b>Винний бар</b>	
Торговельна зала на 20 місць з барною стійкою	40 + 16
Підсобне приміщення бару	6
Приміщення для офіціантів	6
Гардероб	3
Санвузол чоловічий	4
Санвузол жіночий	4
Комора алкогольних виробів	12
<b>Усього</b>	<b>91</b>
<b>Загальна площа</b>	<b>115</b>
<b>ЗАГАЛЬНА ПЛОЩА ГОТЕЛЮ «ГАР»</b>	<b>3781</b>

## Меню сніданків

№	Назва	Склад
1	Continental	Круасан Вершкове масло Джем Мед Кукурудзяні пластівці з молоком/домашнім йогуртом Ячня / омлет
2	Vegan	Гранола із кокосовим йогуртом та ягодами Тост з мусом із селери та авокадо зі свіжими овочами Смузі зелений / апельсиновий / ягідний
3	English	Вівсяна каша з ягодами Ячня з беконом Запечена фасоль в томаті Тост Вершкове масло Джем Мед
4	American	Яйця Бенедикт на вафлях з шинкою / лососем Сирники творожні Фруктовий салат
5	Hutsul	Деруни з грибами Домашня ковбаска Кукурудзяний коржик Гусянка (йогурт)

До усіх сніданків входять кавові напої, чай, какао або свіжовичавлений сік

## Меню ресторану «FOLKS»

Найменування страви	Вага, г
<b>Холодні закуски</b>	
Горіховий хумус з тахіні із соняшника та печеними коренеплодами	90/10/50
Плато українських сирів (бринза, вурда, будз, козячий) (подається з хлібцями, медом та горіхами)	240/50
Тартар із мрамурової яловичини з хлібцями із конопель	180/30
Карпачо з буряка з козячим сиром та горіхами	120/20/10
Книш з бринзою	50
Строганина з копченої качки з солоними гурдями	
<b>Салати</b>	
Салат з печеними баклажанами в паніровці з волоського горіха та козячого сиру	250
Салат ромен на грилі з ростбіфом і фундуком	250
Табуле з фермерськими овочами та м'ятною заправкою	230
<b>Гарячі закуски</b>	
Гарбузові оладки з вурдою	150/30
Гуцульські голубці	150/50
Гаряча сковорідка карпатських грибів (печериці, білі гриби, личички, гливи)	190
Асорті домашніх ковбасок (курячі, яловичі, свинячі, кроличі)	240/30/30
<b>Супи</b>	
Борщ з козячим сиром	300
Гарбузовий суп з копченою куркою	300
Юшка із білих грибів	300
<b>Основні страви</b>	
Бануш із беконом та карамелізованою грушею	150/50/50
Качина грудка з в'яленою хурмою, вишнею та дикою пшеницею	180/50/50
Деруни з бринзою та ягідним соусом	150/30/50
Карпатська форель зі шпинатом, копченим насінням та соусом з домашнього йогурту	150/30/50
Стейк із язика вола з кремом із селери	150/50
Фуа-гра з сухофруктами і ягідним соусом	100/20/50
Кролик з булгуром, солоним огірком і бринзою	120/30/50
<b>Гуцульська паста</b>	
Вареники з качкою та сирним соусом	200/50
Вареники з картоплею та грибами	200/50
Вареники з помідором та базиліком	200/50
Вареники з язиком вола та соусом Песто	200/50
Вареники з лісовими ягодами і горіхами	200/50
Сет із вареників (качка, картопля і гриби, помідор і базилік, язик)	200/50
<b>Страви на хоспері</b>	
Стейк Рібай Україна	100
Стейк Ті-бон Україна	100

Філе-мінйон Україна	100
---------------------	-----

*Продовження дод. Е*

Найменування страви	Вага, г
Свинячі реберця в буряковому BBQ	200/50
<b>Гарніри</b>	
Овочі гриль	150
Смажена картопля з лісовими грибами	150
Шпинат з кедровим горіхом	150
Булгур з огірком і бринзою	150
<b>Соуси</b>	
Буряковий BBQ	50
Соус Шираз	50
Чилі соус груша-бурбон	50
Ягідний соус	50
Соус із твердих сирів	50
Сметана	50
Сметана копчена	50
<b>Десерти</b>	
П'яна вишня з мусом із лісового горіха	150
Тірамісу із бородинського хліба з пивною карамеллю	150
Горіхове морозиво	100
Яблуко запечене з домашнім сиром, медом та горіхами	100/50
Повидлянка під снігом із яблук	150
<b>Б/а напої власного виробництва</b>	
Найменування напою	Об'єм, мл
Гуцульський чай з м'яти, меліси та смородини	200/500
Яблучник (яблучний квас)	300
Ягінний морс	300
Вишнево-горіховий лимонад (дика вишня доповнена сиропом лісового горіха із додаванням цитрусових і содової)	300
Тархуновий лимонад (чорна смородина, пюре тархуна власного виробництва, лимон, содова)	300

## Плановий дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення готелю «ГАР»

Категорії і місткість номерів	Плановий обсяг реалізації послуг ( $Q_{пл}$ ), людино-днів				Ціна за місце (номер) за добу, грн			Дохід від реалізації послуг, тис. грн			
	між-сезоння	високий сезон	сезон	разом	між-сезоння	високий сезон	сезон	між-сезоння	високий сезон	сезон	разом
Стандарт одномісний	562,5	729	945	2236,5	1500	2700	2250	843,75	1968,3	2126,25	4938,3
Стандарт двомісний	3625	4698	6090	14 413	1050	2350	1575	3806,25	11 040,3	9591,75	24 438,3
Стандарт двомісний для інклюзивних людей	125	162	210	384	1050	2350	1575	131,25	380,7	330,75	842,7
Напівлюкс (студіо)	187,5	243	315	745,5	3000	5400	4500	562,5	1312,2	1417,5	3292,2
Люкс	375	486	630	1491	2250	4000	3375	843,75	1944	2126,25	4914
Апартамент	125	162	210	497	2600	4680	3900	325	758,16	819	1902,16
<b>Усього</b>	<b>5000</b>	<b>6480</b>	<b>8400</b>	<b>19 880</b>				<b>6512,5</b>	<b>17 404,66</b>	<b>16 411,5</b>	<b>40 328,66</b>

## Розрахунок чисельності покоївок готелю «ТАР»

Категорія і місткість номера	Одночасна місткість номерів	Норма обслуговування номерів у першу зміну	Явочна чисельність покоївок			Середньооблікова чисельність покоївок
			у I зміну	у II зміну	разом	
Апартамент	2	4,5	0,44			
Люкс	6	4,5	1,33			
Напівлюкс (студіо)	3	4,5	0,67			
Стандарт одномісний	18	7	2,57			
Стандарт двомісний	58	6,5	8,92			
Стандарт двомісний для інклюзивних людей	2	6,5	0,3			
Разом	80		14	2	16	18

**Планування фонду заробітної плати працівників готелю «ГАР» на  
плановий рік**

№ пор.	Посада	Кількість штатних одиниць	Посадовий оклад, грн	Фонд основної заробітної плати (тарифна частина), грн	Плановий розмір премій на рік у розрахунку до тарифної частини основної заробітної плати		Фонд заробітної плати
					%	Грн	
1	Адміністративно-управлінський персонал:						
1.1	Генеральний директор	1	12519	12519	35	4381,65	16900,65
1.2	Керівник служби Front Office	1	12519	12519	25	3129,75	15648,75
1.3	Керівник служби Food & Beverage	1	12519	12519	25	3129,75	15648,75
1.4	Головний бухгалтер	1	8346	8346	25	2086,5	10432,5
1.5	Керівник маркетингової служби	1	12519	12519	25	3129,75	15648,75
1.6	Головний інженер	1	8346	8346	25	2086,5	10432,5
1.7	Менеджер служби безпеки	1	8346	8346	25	2086,5	10432,5
1.8	Керівник відділу рекреації	1	12519	12519	25	3129,75	15648,75
1.9	Менеджер з підбору персоналу	1	12519	12519	25	3129,75	15648,75
<b>Разом адміністративно-управлінський персонал</b>		<b>9</b>		<b>100152</b>		<b>26289,9</b>	<b>126441,9</b>
2	Операційний персонал						
2.1	Адміністратор Front Office	3	8346	25038	30	2503,8	32549,4
2.2	Порт'є	3	8346	25038	30	2503,8	32549,4
2.3	Швейцар	2	8346	16692	30	2503,8	21699,6
2.4	Посильний	2	4173	8346	30	1251,9	10849,8
2.5	Старша покоївка	1	8346	8346	30	2503,8	10849,8
2.6	Покоївка	17	4173	70941	30	1251,9	92223,3
2.7	Менеджер ресторану	3	8346	25038	30	2503,8	32549,4
2.8	Менеджер бару	3	8346	25038	30	2503,8	32549,4
2.9	Офіціант	18	4173	75114	30	1251,9	97648,2
2.10	Бармен	6	4173	25038	30	1251,9	32549,4
2.11	Сомельє	3	4173	12519	30	1251,9	16274,7
2.12	Хостес	2	4173	8346	30	1251,9	10849,8

## Продовження дод. Л

№ пор.	Посада	Кількість штатних одиниць	Посадовий оклад, грн	Фонд основної заробітної плати (тарифна частина), грн	Плановий розмір премій на рік у розрахунку до тарифної частини основної заробітної плати		Фонд заробітної плати
					%	Грн	
2.13	Шеф-кухар	1	12519	12519	30	3755,7	16274,7
2.14	Кухар	12	8346	100152	30	2503,8	130197,6
2.15	Кондитер	2	8346	16692	30	2503,8	21699,6
2.16	Бухгалтер	1	4173	4173	30	1251,9	5424,9
2.17	Закупівельник	1	4173	4173	30	1251,9	5424,9
2.18	Маркетолог	1	8346	8346	30	2503,8	10849,8
2.19	Івент-менеджер	1	8346	8346	30	2503,8	10849,8
2.20	Інженер з інформаційних технологій	1	12519	12519	30	3755,7	16274,7
2.21	Лікар	2	8346	16692	30	2503,8	21699,6
2.22	СПА-менеджер	2	8346	16692	30	2503,8	21699,6
2.23	Масажист	1	4173	4173	30	1251,9	5424,9
2.24	Косметолог	1	8346	8346	30	2503,8	10849,8
2.25	Чанщик	1	4173	4173	30	1251,9	5424,9
2.26	Майстер манікюру	1	4173	4173	30	1251,9	5424,9
2.27	Парикмахер	1	4173	4173	30	1251,9	5424,9
2.28	Менеджер тренажерної зали і басейну	2	8346	16692	30	2503,8	21699,6
2.29	Рятівник	2	4173	8346	30	1251,9	10849,8
2.30	Спортивний тренер	1	4173	4173	30	1251,9	5424,9
<b>Разом операційний персонал</b>		<b>97</b>		<b>580 047</b>		<b>60 091,2</b>	<b>754 061,1</b>
3	Допоміжний персонал:						
3.1	Прибиральник	4	4173	16692	20	834,6	20030,4
3.2	Гардеробник	1	4173	4173	20	834,6	5007,6
3.3	Вантажник	3	4173	12519	20	834,6	15022,8
3.4	Технік	1	4173	4173	20	834,6	5007,6
3.5	Двірник	1	4173	4173	20	834,6	5007,6
3.6	Садівник	1	4173	4173	20	834,6	5007,6
3.7	Охоронець	3	4173	12519	20	834,6	15022,8
3.8	Водій	2	4173	8346	20	834,6	10015,2
3.9	Мийник	3	4173	12519	20	834,6	15022,8
<b>Разом допоміжний персонал</b>		<b>19</b>		<b>79 287</b>		<b>7511,4</b>	<b>95 144,4</b>
<b>Разом місячний фонд заробітної плати, грн</b>		<b>125</b>		<b>759 486</b>		<b>93 892,5</b>	<b>975 647,4</b>
<b>Разом річний фонд заробітної плати, тис. грн</b>		<b>125</b>		<b>9113,83</b>		<b>1126,71</b>	<b>11 707,77</b>



## Зведений кошторис будівництва готелю «ТАР»

№ глави	Стаття витрат	Обсяг витрат, тис. грн
<b>Розділ А. базисна вартість будівництва</b>		
1	Підготування території будівництва	7885,7
2	Основні об'єкти будівництва, у тому числі	
2.1	загальнобудівельні роботи	220 800
2.2	електротехнічні	31 543
2.3	сантехнічні	19 714
2.4	зв'язок і сигналізація	11 828,4
2.5	устаткування, меблі та інвентар	110 398,4
<b>Разом за підрозділом 2</b>		<b>394 283,8</b>
3	Об'єкти підсобного та обслуговуючого призначення	15 771,4
4	Об'єкти енергетичного господарства	3942,8
5	Об'єкти транспортного господарства та зв'язку	1971,4
6	Зовнішні мережі та споруди водопостачання, каналізації, теплопостачання та газопостачання	27 599,6
7	Благоустрій і озеленення території	11 828,4
<b>Разом за підрозділами 1-7</b>		<b>455 397,4</b>
8	Тимчасові будівлі та споруди	2277
9	Інші роботи та витрати	40 985,8
<b>Разом за підрозділами 1-9</b>		<b>498 660,2</b>
10	Утримання дирекції (технічний нагляд) об'єкта, що будується та авторський нагляд	9108
11	Підготовка експлуатаційних кадрів	1496
12	Проектні та вишукувальні роботи	22 770
<b>Усього: Базисна вартість будівництва</b>		<b>532 034,2</b>
<b>Розділ Б. Кошти на компенсацію витрат, пов'язаних з ринковими умовами проведення будівництва</b>		
1	Обов'язкові платежі (податки та збори)	189 490,9
2	Резервний компенсаційний фонд замовника	15 961
<b>Усього за розділом Б:</b>		<b>205 451,9</b>
<b>Капітальні витрати за проектом</b>		<b>737 486,1</b>