

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Проект В&В готелю в місті Чернігові

Студента 2 курсу, 9 м групи
спеціальності 241
«Готельно-ресторанна справа»
спеціалізації
«Готельний і ресторанний
девелопмент»

Бойченко Дмитра
Володимировича



*підпис
студента*

Науковий керівник

Полтавська Оксана
Володимирівна

*підпис
керівника*

Гарант освітньої
програми
д.е.н., проф.

Ведмідь Надія
Іванівна

*підпис
гаранта*

Київ 2021

**Київський національний торговельно-економічний
університет**

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу Кафедра готельно-ресторанного бізнесу
Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Спеціалізація «Готельний і ресторанный девелопмент»

Затверджую

Зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу
проф. Бойко М.Г.
“ ” _____ 2020 р.

Завдання

на випускний кваліфікаційний проект студентові
Бойченко Дмитра Володимировича
(*прізвище, ім'я, по батькові*)

1. Тема випускного кваліфікаційного проекту:

Проект В&В готелю в місті Чернігові

Затверджена наказом ректора від “12” 11 2020 р. № 3394

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 20 листопада 2021 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до випускного кваліфікаційного проекту:

Мета випускного кваліфікаційного проекту – проектування об'єкта готельного і ресторанного бізнесу за результатами оцінювання впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на розвиток готельної та ресторанної справи.

Об'єкт дослідження – процес проектування об'єкта готельного і ресторанного бізнесу

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та прикладні засади проектування об'єкта готельного і ресторанного бізнесу

4. Консультанти по проекту із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультиування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 2. Архітектура. Дизайн	Заварзін О.О.		

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

Вступ (інвестиційна ідея проекту)

Розділ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС

- 1.1. Концептуальне рішення. Локація
- 1.2. Функціональні характеристики
- 1.3. Сервісна концепція
- 1.4. Організаційний дизайн

Розділ 2. АРХІТЕКТУРА ГОТЕЛЮ

- 2.1. Екстер'єр та інтер'єр
- 2.2. Дизайнерське рішення номера готелю (або на вибір студента – торговельної зали закладу ресторанного господарства, приймально-вестибюльної групи, приміщень готелю)

Розділ 3. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ РОБОТИ

- 3.1. Цінова політика. Фінансові результати проекту
- 3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту

Список використаних джерел

Висновки

Додатки

6. Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	<i>Вибір теми випускного кваліфікаційної роботи</i>	01.09.2020 р.- 31.10. 2020 р.	
2	<i>Оформлення і затвердження завдання на випускні кваліфікаційну роботу</i>	01.11.2020 р.- 31.12.2020 р.	
3	<i>Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	02.01.2021 р.- 11.05.2021 р.	
4	<i>Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	14.05.2021 р.- 18.05.2021 р.	
5	<i>Написання, оформлення та здача керівнику наукової статті</i>	до 18.05.2021 р.	
6	<i>Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	18.05.2021 р.- 07. 09. 2021 р.	
7	<i>Попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	07.09.2021 р.- 10. 09. 2021р.	
8	<i>Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	11.09.2021 р. - 28.10.2021 р.	
9	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях</i>	29.10.2021 р.- 31.10.2021 р.	
10	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи та реферату на кафедру</i>	20.11.2021 р	
11	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування</i>	16.11.2021 р. 18.11.2021 р	
12	<i>Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії</i>	18.11.2021 р.- 01.12.2021 р.	
13	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	<i>Відповідно до розкладу</i>	

7. Дата видачі завдання: 12.11.2020 р.

8. Керівник випускного кваліфікаційного проекту

Полтавська О.В.*(прізвище, ініціали, підпис)*

9. Гарант освітньої програми

Ведмідь Н.І.*(прізвище, ініціали, підпис)*

10. Завдання прийняв до виконання студент

Бойченко Д.В.*(прізвище, ініціали, підпис)*

11. Відгук керівника випускного кваліфікаційного проекту

12. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____

(підпис, дата)

Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____

(прізвище, ініціали)

може бути допущений до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

Ведмідь Н.І.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Бойко М.Г.

(підпис, прізвище, ініціали)

“ _____ ”

2021р.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
Розділ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС	10
1.1 Концептуальне рішення. Локація	10
1.2. Функціональні характеристики	21
1.3. Сервісна концепція	25
1.4. Організаційний дизайн	29
Розділ 2. АРХІТЕКТУРА ГОТЕЛЮ	31
2.1. Екстер'єр та інтер'єр	31
2.2. Дизайнерське рішення номера готелю (або на вибір студента – торговельної зали закладу ресторанного господарства, приймально-вестибюльної групи, приміщень готелю)	38
Розділ 3. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ	43
3.1. Цінова політика. Фінансові результати проекту	43
3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту	56
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	64
ДОДАТКИ	67

ВСТУП

Актуальність теми. Готельне господарство є одним з базових факторів розвитку туризму та підвищення престижу України в міжнародному співробітництві і є постійним джерелом поповнення валютних надходжень в країну. Саме тому розвиток регіонів з високим туристичним потенціалом та культурною привабливістю, на кшталт Чернігова, є першочерговими в розвитку готельної інфраструктури та реставрації історичних пам'яток.

Достатній рівень інвестицій на сучасному українському готельному ринку є ключем соціально-економічного зростання. Кон'юнктура ринку робить питання інвестицій актуальним для всіх підприємств, оскільки компанії, які використовують інвестиційні ресурси, мають вищий економічний потенціал для розвитку.

Готельний бізнес - одна з важливих складових українського сектору послуг, а його ефективне функціонування сприяє пожвавленню соціально-економічного розвитку країни та окремих регіонів. Готельна індустрія відіграє важливу роль у розвитку туристичної галузі як фактор підвищення репутації України у сфері міжнародного співробітництва та є джерелом постійного поповнення валютних доходів країни.

Також позитивною стороною готельного бізнесу є той факт, що за ст. Ліцензійного закон № 9, Готельні послуги виключено зі списку ліцензованих видів діяльності. Тому для надання готельних послуг ліцензія не потрібна. Крім того, оскільки його немає в списку №1258, для надання такої послуги не потрібно отримувати торговий патент.

Слід зазначити, що в Україні індустрія готельного бізнесу розвинена недостатньо порівняно з міжнародним досвідом, де ця галузь діяльності приносить значний дохід, особливо в Чернігові, де на 300 000 населення, менше 7 готелів, лише 2 з яких 4*, при зростаючому рівні популярності міста та збільшенні кількості туристів не є достатнім.

На жаль, на сьогоднішній день подібна недостатня забезпеченість готельними господарствами має місце не тільки в Чернігові, а майже у всіх регіонах України, і навіть при наявності достатньої кількості готелів регіоні чи місті, їх недосконала структура за типами та номерним фондом, обмеженість спектру послуг, не дозволяють збільшити кількість туристів та з закордону та всередині країни. Фактор незабезпеченості готельного фонду країни гальмує розвиток туристичної сфери і не дозволяє покращити економічне становище в країні. Тому сьогодні доречно подумати про апеляцію цього питання. Ці проблеми пов'язані з браком коштів у вітчизняних компаній та низька інвестиційна привабливість для міжнародних компаній для інвестування в готелі.

Аналіз світових тенденцій в сфері готельно-ресторанного бізнесу демонструє, що ця сфера діяльності має високий дохід і стрімкі темпи розвитку, а також має високу ступінь рецесії та збереження, тобто інвестицію в цю сферу хоча і не швидкоокупні, але довготривалі та більш постійні та економічно стійкі, через наявність критичної точки в попиті на послуги тимчасового розміщення. Сьогодні обороти туристичного бізнесу дорівнюють або навіть перевершують обороти від експорту нафти, продуктів харчування або автомобілів. Туризм став одним з головних гравців у міжнародній торгівлі, і являє собою, в той же час, одне з основних джерел доходу для багатьох країн, що розвиваються. Це зростання йде рука об руку зі зростаючою диверсифікації і конкуренції серед напрямків. Ось чому розв'язання даного питання є актуальним на сьогодні.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є проектування готелю типу В&В на 42 місця у м. Чернігів за результатами оцінювання маркетингових, економічних, виробничих факторів та з урахуванням інженерних, ергономічних, екологічних вимог.

Завданнями даного проекту є:

- Запропонувати план конкурентоспроможного готельного підприємства, яке зможе розбавити готельний фонд країни та покращити загальну ситуацію в місті чи регіоні;

- Виявити особливості концепції та конкурентні переваги готелів типу В&В та адаптувати їх під український ринок;
- Розробити оригінальні архітектурні та дизайнерські рішення, заходи з охорони праці, техніки безпеки, пожежної безпеки, охорони навколишнього середовища та цивільного захисту для майбутнього проекту;
- Побудувати функціональну та організаційну структуру, визначити завдання управління та окремих підрозділів для майбутнього проекту;
- Обґрунтувати інвестиційну привабливість проекту;

Об'єктом дослідження є процес обґрунтування запланованої концепції готелю, організації обслуговування, архітектури, дизайну, управління та фінансових показників.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, практичних та методичних засад проектування готелю типу В&В на 42 місця у м. Чернігів.

Методи дослідження:

- абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формулювання висновків);
- діалектичний метод пізнання;
- метод середніх, абсолютних і відносних величин;
- ситуаційний аналіз та метод порівняння;
- економіко-статистичний та ін.

Інформаційну базу склали нормативно-правові акти України (ДБН та ДСТ, підручники, навчальні та методичні посібники з готельно ресторанного бізнесу та суміжних сфер, наукові статті, монографічні видання та інші публікації вітчизняних і зарубіжних вчених, матеріали наукових конференцій, Інтернет-ресурси, статистичні збірники.

Публікації. За результатами проведеного наукового дослідження було опубліковано наукову статтю у збірнику наукових праць студентів КНТЕУ, 2021 р. (дод. А).

Структура проекту та обсяг проекту. Проект складається зі вступу, трьох розділів, висновків і додатків.

Розділ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС

1.1 Концептуальне рішення. Локація

Цей проект пропонує на розгляд проект будівництва та розвитку готелю типу "ліжко та сніданок" під назвою "Chernihium" у місті Чернігів. Основна концепція цього проекту це адаптація класичного B&B готелю до українського ринку та комбінування його з чернігівським стилем.

Тип готелів B&B класифікується як міні-готель, який є більш привабливим для окремих інвесторів. Традиційно цей тип розміщення туристів зародився та найбільш розповсюджений у Великобританії, Ірландії та інших англосаксонських країнах, але розповсюдився та адаптувався по всьому світу.

Проживання може бути організоване в приватному будинку або в невеликому готелі. Традиція B&B дуже давня. Уже за старих часів звичай залишати мандрівників у приватних будинках була популярною, але найчастіше це було пов'язано з проживанням у людей з тієї ж соціальної групи чи професії, наприклад, лікар міг відвідати лікаря або фармацевта. Проте з плином часу, коло можливих гостей розширювалося, тому у сучасному світі готелі класу B&B відвідують подібні заклади не тільки представники певних професій, а й туристи з усього світу, що максимально розширило кількість потенційних відвідувачів. А власниками подібного бізнесу стали не тільки господарі приватних будинків, а й повноцінні гравці готельного бізнесу. Проте вони не мають "зіркової" класифікації і навіть (наприклад, в Англії) статусу готелю.

Готелі типу "Bed and Breakfast" та гостьові будинки можуть працювати як вторинне джерело доходу або як основне заняття. Власності з найманим професійним керівництвом є рідкістю (на відміну від корчми та готелів), але можуть існувати, якщо один і той же власник управляє декількома пансіонатами. Тобто готелі типу B&B є малим бізнесом, які потребують деяких людських ресурсів для початку бізнесу, але концепція готелю не передбачує великої кількості персоналу для функціонування готелю.

Готелі типу B&B, як слідує із повної назви «Bed and Breakfast», це невеликий заклад, що пропонує ночівлю та сніданок. Ці міні-готелі часто є приватними сімейними будинками і зазвичай мають від чотирьох до одинадцяти кімнат, а в середньому їх шість. Спеціально побудовані міні-готелі можуть мати до 30 номерів. Крім того, в готелі типу B&B зазвичай проживають господарі (управителі) та додатковий персонал. Як правило, гостей розміщують у приватних спальнях з окремими ванними кімнатами або в люксових номерах, включаючи окрему ванну кімнату. Деякі будинки мають приватні спальні без ванної кімнати, натомість її розміщують на поверсі для гостей, якою користуються гості, які проживають на цьому поверсі. Сніданок подається у спальні, їдальні або на кухні господаря.

Також часто є лаунж (вітальня, кімната відпочинку). У вартість номера входить традиційний англійський сніданок, що складається із круп і молока, смажених яєць з беконом, запечених помідорів, ковбас та тостів з варенням. Проте також можна знайти інформації, що B&B готелі в інших країнах подають інші варіації сніданку, основною особливістю є слідування національним традиціям та домашньою кухнею. Тому традиційно страву готує господиня будинку, хоча найняти спеціального кухаря ніхто не забороняє. Часто гості мають можливість придбати їжу, вироблену в певному місці, наприклад, домашній хліб, сир або тістечка.

Характерною особливістю готелю типу "Bed and Breakfast" є домашня атмосфера. Можливість поспілкуватися з мешканцями будинку та дізнатись про особливості британської чи ірландської родини означає, що багато іноземців обирають цей тип житла. B&B також популярний серед британських та ірландських мандрівників як відпочиваючих та ділових мандрівників, як дешевша альтернатива готелям.

При цьому саме в готелях B&B можна розраховувати на тепле ліжко та сніданок приготований своїми руками, скуштувати традиційну кухню регіону, відчути домашній комфорт і колорит країни (міста). Саме тому я вирішив

розмістити свій готель в Чернігові, одному з найстаріших міст України, проте туристичний сектор якого, лише тільки розвивається.

Однією з основних переваг проживання в готелі типу "ліжко та сніданок" є те, що номери часто виділяють виразний стиль. Зупиніться в історичних будинках, які мають вікторіанське вишуканість та елегантність. Відпочиньте в голові в кімнаті, оформленій з ретельною артистичністю. У вашій кімнаті можуть бути розкішні ванни з кігтями та стильні плюшеві постільні принадлежності. Деякі готелі типу "ліжко та сніданок" вітають гостя шматочком шоколаду ремісників. Люкси такі ж унікальні, як і ліжко та сніданок.

Ще однією великою перевагою, яка приносить перебування в готелі типу "ліжко та сніданок", є те, що зручності часто більш персоналізовані. Кожен номер має унікальний стиль і може також мати власний унікальний набір зручностей. У багатьох випадках вам не потрібно доплачувати за Wi-Fi, воду в пляшках у номері або паркування в готелі типу "ліжко та сніданок". Крім того, вони часто проводять для гостей прийоми з винами та сирами. Деякі готелі типу "ліжко та сніданок" можуть також мати басейни, ресторани чи навіть станції заряджання Tesla та електромобілів!

Основними затратами для підприємства стануть будівельні роботи та маркетинг. Будівля буде виконана в дизайнерському стилі з урахуванням регіональної направленості. Тобто в інтер'єрі та екстер'єрі повинно бути присутньо багато елементів, що будуть говорити про Чернігів, дерев'яне різьблення, старі фотографії, музичні інструменти та атмосфера давнини.

Тобто готель повинен стати репрезентацію Чернігова, так і елементи країни, в якій зародився даний тип готелів – Англії. Готель буде розвивати ідею того, що Чернігів - це український Лондон, як культурно, так і кліматично схожі. Чернігів та Лондон знаходяться на одній широті, клімат Лондона туманний через океан, а Чернігів через велику кількість боліт та розгалужених річок в регіоні.

Зв'язок Лондона та Чернігова обігрується в самій назві «Chernihium», поєднуючи сучасну назву українського міста зі старовинною назвою столиці

туманного Альбіону «Лондініум». Назва готелю чудово працює на концепцію та залишається в пам'яті.

Обрані ознаки концепції закладу представимо у вигляді таблиці. Приклади характеристик окремих ознак концепції наведені у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Концепція готельного підприємства

Вид підприємства	Характеристика ознак
Вид підприємства	V&V готель
Тип підприємства	Готель
Функціональний тип підприємства	Індивідуальний проект
Місце знаходження: - фактичне - знакове	Окремо побудована споруда Центр міста
Рекреаційний потенціал	Історичні пам'ятки, музеї, природні ресурси
Цільовий сегмент	Сім'ї з дітьми та без, молодята, студенти, частково бізнес сегмент та ін.
Формат закладу	Ліжко та сніданок
Формат виробництва	Напівфабрикати
Клас (рівень комфорту)	Незірковий клас ($\approx 3^*$)
Кількість місць	Готель – 21 номер, 46 місць
Характеристика номерного фонду	Стандарт (двомісний) Стандарт (сімейний тримісний) Люкс
Режим роботи	Цілодобово
Дизайнерський стиль	Індивідуальний дизайн (поєднання британського та чернігівського стилю)

Просування проекту буде відбуватися на всіх можливих платформах для просування готелю: на сайтах посередниках для продажу номерів, соціальні

мережі, особистий веб-сайт, туристичні буклети міста. Також планується тісна співпраця з органами самоврядування міста Чернігова, адже новий готель в центрі значно вплине на інфраструктуру міста, а зосередженість на просуванні міста, буде неможливою без браття участі у міських івентах та ініціації власних. Цільовою аудиторією «Chernihium» стануть сім'ї з дітьми та без, молодята, студенти і навіть бізнес сегмент, який не потребує організації конференцій.

Вдалий вибір місця розташування для проектного закладу є найбільш важливим критерієм, так як саме від цього буде залежати позиціонування на ринку готельних послуг, вибір власного кола клієнтів. Місце розташування за проектом – місто Чернігів, було вибрано не просто так. Це старовинне місце, одне з найстаріших в Україні, яке має багату історію та великі атракційні ресурси.

Проектований об'єкт будівництва – В&В готель на 46 місць, буде розміщено в окремо розташованій двоповерховій будівлі. Ділянка під будівництво розташована в Деснянському районі міста Чернігів, Вал, центр міста. Перш за все будівля готелю повинна буди наближена до об'єктів, що генерують попит на послуги розміщення.

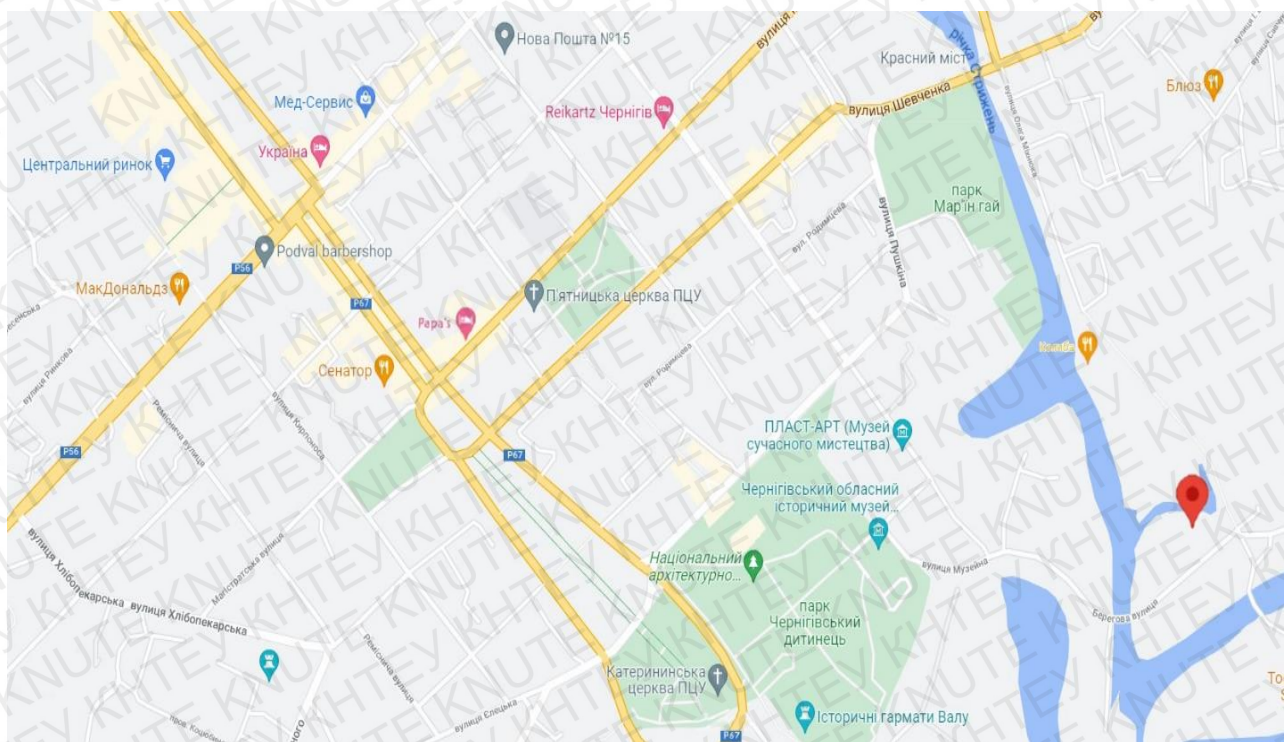


Рис. 1.1. Локація розміщення проектного готелю «Chernihium»

(Розміщення готелю позначено червоним маркером, конкуренти виділені рожевим)

Аналіз об'єктів, що генерують попит на розташування готельного комплексу, представимо у вигляді таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Характеристика об'єктів, що генерують попит на послуги розміщення

№ з/п	Назва об'єкту	Адреса	Відстань до проєктованого закладу	Туристичний потік
1	Парк Чернігівський дитинець (іст. центр)	Вул. Преображеньська, 1	1,0 км	+
2	Національний архітектурно-історичний заповідник "Чернігів стародавній"	Вул. Преображеньська, 3	1,4 км	+
3	П'ятницька церква ПЦУ	вулиця Гетьмана Полуботка, 10/2	1,9 км	+
4	Готель «Україна» (зупинка автобусів з Києва)	Пр. Миру, 33	2,4 км	+
5	Чернігівський залізничний вокзал	Вокзальна площа, Пр. Перемоги	4,4 км	+

Оцінка туристичного потенціалу регіону (міста) повинна включати характеристику географічного положення регіону (міста); пам'яток історії та культури, архітектури; об'єктів релігійного культу; військово-патріотичних об'єктів; інших об'єктів туристичного показу (табл.1.3).

Таблиця 1.3

Рекреаційна привабливість території розміщення готелю

№ п/п	Фактори переваг прийняття рішень	Джерела інформації (вторинні – первинні)	Характеристика регіону
1.	Природно-рекреаційні переваги території	<u>Офіційні дані про природно-кліматичні умови території</u>	3 парки, один з яких Регіональний ландшафтний парк «Ялівщина»
2.	Історико-культурні маршрути, включно транзитні	<u>Національні та місцеві інформаційні довідники</u>	Національний архітектурно-історичний заповідник «Чернігів стародавній»
3.	Об'єкти туристичного показу	<u>Національні та місцеві інформаційні довідники</u>	Церкви, Собори, Печери, Музеї, Пам'ятки архітектури

При розробці бізнес-проекту необхідно враховувати вплив на споживачів факторів зовнішнього середовища. Адже підприємство як складна структура піддається впливу різних факторів, неврахування яких на етапі планування може призвести до унеможливлення реалізації усього проекту.

Готельні підприємства є елементом інфраструктури туризму регіону, тому оцінку ділового середовища необхідно почати з аналізу туристичного регіону (міста).

Впливати на ефективність роботи готельного підприємства можуть як економічні фактори (низький рівень зарплат в регіоні та високі ціни), так і інші фактори впливу, наприклад екологічні (забрудненість регіону, чи навпаки відносна чистота, а через те висока рекреаційна здатність), культурні (інтеграція нових типів підприємства чи нових концепцій, можуть бути незрозумілі та неприйнятні в регіоні) (наприклад не завжди тренди столиці стають популярними в провінції, та навпаки) тощо.

Також не менш важливим фактором при виборі місця став той факт, що не зважаючи на потенціал міста в туристичному плані, його готельний фонд є малорозвиненим, в місті та його околицях налічується лише 7 готелів класом до 4* та 2 хостели, інші потреби міста забезпечуються приватними апартаментами у великій кількості. Більшість готелів у місці є спадщиною часів СРСР, та не користуються великою популярністю, а нові мережеві готелі є лише франшизою, яка не приносить у місто нічого нового, надаючи послуги та умови, до яких звикли постійні постояльці мережі.

Іншим фактором необхідності будівництва готелю саме в Чернігові є той факт, що місто невпинно розвивається та за останні 7 років значно покращило інфраструктуру та якість сполучення, що позитивно впливає на туристичні потоки та матиме якісний ефект на попит, а відповідно і на завантаженість готелю «Chernihium» .

Для підтвердження доцільності будівництва готелю саме в Чернігові, давайте розглянемо ринок конкурентів та макросередовище майбутнього готелю. Дивись табл. 1.4 - 1.7.

Таблиця 1.4

Аналіз факторів макросередовища проектного готелю

Сфера макросередовища	Фактори макросередовища
1. Економічна	За даними Міністерства розвитку громад та територій, Чернігівська область за січень-вересень 2020 року посідає 12 місце у рейтингу соціально-економічного розвитку регіонів. Минулого року область посідала 15 місце. Але на економічний розвиток регіону неопосередковано впливає загальна економічна ситуація в країні.
2. Соціально-демографічна	«Область знаходиться на крайній півночі України і межує на північному заході з Гомельською областю Республіки Білорусь, на півночі – з Брянською областю Російської Федерації, на сході – з Сумською, на заході та південному заході – з Київською та на півдні – з Полтавською областями України». [51]
3. Державне регулювання	Органи місцевого самоврядування міста та області беруть активну участь у розвитку регіону, постійно затверджують нові програми розвитку та адаптуються до зовнішніх факторів впливу.
4. Міжнародна, політична	Вплив змін на міжнародному рівні не впливає на Чернігів в більшій мірі, ніж на Київ, адже більша частина туристів прямує з того напрямку.
5. Екологічна, культурна	Чернігів щорічно входить до рейтингу найбільш екологічно чистих міст України, а також вважається найзеленішим містом України.

На даний момент в Чернігові не існує жодного готелю, який би підкреслював особливість міста та використовував по максимуму його культурний ресурс. Жоден з конкурентів не є частиною атракцій міста, а лише виконує функції ночівлі та деякі додаткові послуги. Цілю цього проекту є захоплення цього порожнього місця (ніші) та розвиток туристичної сфери. В якості прикладу, деякі готелі типу В&В працюють на нішевих ринках. Плаваюче ліжко та сніданок - це човни чи плаваючі будинки, які пропонують номери типу "ліжко та сніданок"; одним із прикладів був корабель музею Олександра Генріха

CCGS. У деяких громадах колишні приміщення маяка були перетворені в кімнати типу В&В після автоматизації або виведення з ладу світла.

Не зважаючи на те, що готелі В&В в більшості випадків є нішевими і не конкурують на пряму з великими готелями, а подібних готелів в Чернігові немає, і в Україні в цілому їх не багато, розглянемо в якості конкурентів найпопулярніші місця розміщення в місті Чернігів.

До розгляду в якості конкурентів були вибрані: Готель 4* «RiverSide» на 50 місць; Готель 4* «Reikarts Chernihiv»; та Хостел «Papa's» як заклад більш низького рівня.

Таблиця 1.5

Характеристика основних конкурентів підприємства

№	Критерії	Готельні підприємства		
		RiverSide	Reikarts Chernihiv	Papa's
1.	Форма власності	Приватна	Приватна	Приватна
2.	Місце розташування	Гетьмана Полуботка, 6	Гетьмана Полуботка, 22	Шевченка, 103А
3.	Споруда готелю Дата введення в експлуатацію. Кількість поверхів	Сучасна, 2012 10 поверхів	Старовинна 1979, оновлено 2008 5 поверхів	Старовинна 1966, оновлена 2016 2 поверхи
4.	Рівень комфорту (кількість «зірок»)	4*	4*	Хостел
5.	Специфіка готелю. Режим роботи	Цілодобово	Цілодобово	Цілодобово
6.	Цільовий сегмент споживачів	Туристи	Туристи	Туристи
7.	Характеристика номерного фонду	50 номерів (різних категорій)	66 номерів, (різних категорій)	4 номери, (10-містий номер, 4-містний, 2-містний, 2-містний люкс)
8.	Інфраструктура готелю. Види послуг	Wi-fi, Трансфер, Ресторан, Екскурсії, Паркінг, Пральня, Басейн, розміщення з тваринами	Wi-fi, Ресторан, зберігання речей, Конферец-сервіс.	Wi-fi, Магазины, Паркінг, Пральня, Розміщення з тваринами

Адже коли готель V&V єдиний на ринку такий, він стає конкурентам усім у кого відбирає частину клієнтів і відповідно прибутків.

Розташовуватися готель буде в центрі, а саме біля осередку історичного ядра міста (біля Червоного мосту та Валу). Оскільки Чернігів – це невелике місто, в якому поняття центру максимальне широке, в якому навіть 2 км від географічного центру все ще буде вважатися центром, тому близькість до історичного осередку для готелю зосередженому на просуванні міста.

Позитивну вплив на вибір саме такого розташування відіграли також близькість до Культурно-історичного осередку міста, що підвищує потік туристичного попиту, а також відносна близькість до закладів харчування, такі як «Колиба» та «Блюз», подібна наближеність до ресторанних підприємств дозволить залучити гостей, яким буде не достатньо лише сніданку, а тому задоволення й інших потреб стане суттєвою перевагою, перед конкурентами.

Якщо оцінити в балах критерії якості (табл.1.6.) та зіставити їх з ціною номеру, можна оцінити конкурентні позиції підприємств та побудувати карту стратегічних груп.

Таблиця 1.6

Бальна оцінка конкурентів готелю

Критерії	Готельні підприємства		
	RiverSide	Reikarts Chernihiv	Papa's
Середня ціна за номер, грн.	1620	1580	190
Категорія розміщення (маx 5 балів)	5	5	3
Розташування (маx 5 балів)	3	5	5
Наявність додаткових послуг (маx 5 балів)	4	4	3
Якість обслуговування (маx 5 балів)	4	4	3
Імідж (маx 5 балів)	4	5	4
<i>Результат: якість</i>	20	23	18

На основі отриманих даних побудуємо конкурентний профіль підприємства, що проектується (табл.1.7).

Таблиця 1.7

Конкурентний профіль готелю по відношенню до конкурентів

№ п/п	Показники	Відхилення					Ступінь пріоритетності
		-2	-1	0	1	2	
1.1	Репутація готелю (немає)			+			1
1.2	Кваліфікація управлінського персоналу			+			1
1.3	Автоматизація управління готелем		+				3
1.4	Плинність кадрів		+				2
2.1	Середня ціна номеру, грн.				+		2
2.2	Асортимент послуг			+			2
2.3	Якість послуг				+		1
2.4	Контроль якості послуг		+				2
3.1	Середньорічний коефіцієнт використання номерного фонду готелю, %				+		1
3.2	Середньорічний коефіцієнт заповнення закладів ресторанного господарства в готелі, %			+			3
3.3	Середньорічна реалізація послуг готелю за попереднім замовленням (бронювання), %			+			3
4.1	Питома вага бізнес-туристів, %		+				2
4.2	Питома вага корпоративних клієнтів в сегменті бізнес-туристів, %	+					3
5.1	Маркетингова стратегія				+		2
5.2	Канали збуту			+			1
5.3	Комплекс комунікацій			+			2

Таким чином, спроектований готель багато в чому не поступається готелям-конкурентам, хоча помітне відставання в питаннях бізнес сегменту, автоматизації управління та контролю, але вони невілюються виграванням в питаннях реклами, завантаженості та ціні.

Підводячи підсумок, В&В готель за своєю концепцією та локацією малочим поступається своїм конкурентам у вибраній локації. Використовуючи

переваги місцевості та своєї концепції він стає не тільки більш життєздатним, а й достатньо конкурентоспроможним, щоб бути економічно й інвестиційно доцільним та вигідним.

1.2. Функціональні характеристики

Готелі типу В&В як і звичайні готелі мають у своєму складі 4 групи приміщень, які дозволяють їм швидко та без перешкод забезпечувати надання готельних послуг. А саме: житлові, адміністративно-господарські, інженерно-технічні і підсобні приміщення, приміщення громадського призначення.

Будівля готелю матиме лише 2 поверхи, тому деякі з видів приміщень відповідно до ДБН будуть об'єднані в одне, в цьому плані концепція «Chernihium» слідує традиційному тлумаченню В&В готелю. Також в проекті готелю передбачені балкони та тераси для відпочинку постояльців.

Планування будівлі готелю має забезпечувати розумне поєднання поточних витрат та одноразових витрат на економічну експлуатацію.

Житлова група приміщень включає в себе 22 номери різної категорії, коридори та додаткові санвузли. Найбільша кількість номерів мають категорію «Двомісний стандарт». На першому поверсі передбачено лише 6 номерів, на 2-ому поверсі передбачено 16 номерів. Житлова група приміщень є серцем готелю, адже забезпечує надання основної його послуги – організації тимчасового проживання гостей.

Адміністративно-господарська група приміщень представлена у вигляді, вестибюлю готелю, гардеробу, стійки реєстрації, їдальні з кухнею, адмін-корпусу (кабінет з підсобними приміщеннями). Ця група приміщень входить до складу вестибюлю та забезпечують функціонування всього готелю.

«У вестибюлі готелю повинні бути створені необхідні умови для зустрічей і відпочинку туристів. Усі пункти і служби обслуговування повинні бути забезпечені засобами візуальної інформації (вивіски, таблички, написи) із

вказанням найменування служб і часу їхньої роботи місцевою та англійською мовами». [22]

Інженерно-технічні та підсобні приміщення в готелі включатимуть: підвальні приміщення (де будуть знаходитися системи кондиціонування, опалювання, приміщення з пральними машинами), пожежні виходи, додаткові підсобні приміщення, для зберігання інвентарю та інструментів тощо.

Громадські приміщення представлені: верандою, зимовим садом тепличного типу, що примикає до готелю з півночі, алея для прогулянок на повітрі. Громадська група створить зовнішній вигляд готелю, створить приманкою для потенційних гостей, що проходили повз, та додатковою атракцією для постояльців готелю.

Хоча концепція готелів В&В не може забезпечити на стільки велику кількість додаткових послуг як в готелях 4* та вище, але це не означає, що в них не має додаткових послуг зовсім. Окрім вище згаданих Wi-Fi та паркування, в готелях цього типу дуже часто можна розраховувати на допомогу з організацією свят, екскурсій, доглядом за дітьми та тваринами, і навіть Spa. Багато готелів типу В&В є ідеальним місцем для весілля вашої мрії. Ви можете влаштувати свою церемонію, приватний прийом і розмістити своїх гостей в одному місці. Ліжко та сніданок також чудово підходять для медового місяця.

До основних послуг увійдуть класичні організація тимчасового розміщення та сніданок, в якості організації харчування. Сніданок буде включати в себе локальну кухню Чернігівщини та можливість взяти сніданок з собою. До додаткових послуг, окрім Wi-Fi та паркування, увійдуть організація екскурсій, весілля та інших свят.

Організація екскурсій та оренда велосипедів займуть значне місце у житті підприємства, адже очікується великий попит на ці послуги у гостей. Також у майбутньому планується організація проектів по впровадженню нових додаткових послуг, таких як прокат човнів, дегустації вина, СПА послуги.

Перелік основних і додаткових послуг у проєктованому готелі можна відобразити у вигляді таблиці, див. табл. 1.8.

Характеристика послуг В&В готелю «Chernihium» на 22 номери

Послуги	Характеристика
<i>Основні</i>	
Розміщення	В&В готель на 22 номери
Харчування	<u>Типи закладів:</u> Кімната-їдальня в готелі <u>Тип харчування:</u> ВВ, з собою, рум-сервіс
<i>Додаткові</i>	
Побутові послуги	Хімчистка, дрібний ремонт, прання та прасування
Банківські послуги	Не надаються (неподалік є банк та пункт обміну)
Бізнес-послуги	Не надаються
Туристські послуги	Організація піших та вело-екскурсій
Транспортні послуги	Трансфер (оренда транспортних засобів), замовлення квитків на різні види транспорту (авіа-квитки, на автобус, тощо)
Культурні послуги	Організація весілля та свят, замовлення квитків на культурно-масові заходи
Торгівельні послуги	Продаж сувенірної продукції, періодичних видань тощо Оренда велосипедів
Медичні послуги	Не надаються (окрім першої допомоги)
Послуги зв'язку та інформації тощо	Wi-fi, телефон в номері та на стійці рецепції.

Склад основних та додаткових служб засобу розміщення необхідно визначити у відповідності до основних функцій, що виконує готельне підприємство та додаткових послуг і представити у вигляді таблиці, див. табл. 1.9.

**Склад основних та додаткових служб В&В готелю
«Chernihium» на 22 номери**

Назва служби	Основні функції
Служба прийому та розміщення	<ul style="list-style-type: none"> • Оброблення замовлення на бронювання; • Надання вичерпної інформації про готель гостю та потенційним клієнтам; • Підготовка платіжних документів за послуги і розрахунок гостя; • Координування всіх видів послуг , які надаються гостям. • Продаж номерного фонду (збір даних про його використання); • Приймання гостей, їх реєстрація і розміщення; • Створення і ведення профайлів гостей;
Служба Housekeeping	<ul style="list-style-type: none"> • Прибирання житлових та побутових приміщень; • Надання додаткових послуг (прання, просування); • Швидке реагування на потреби гостя та інформування служби розміщення тощо.
Служба ресторанного господарства (їдальня для сніданку +рум-сервіс)	<ul style="list-style-type: none"> • Надання харчування відповідно до тарифу «ліжко та сніданок» (ВВ); • Надання послуги кейтерингу та пакування для гостей.
Інженерно-технічна служба	<ul style="list-style-type: none"> • Контроль за технічним станом устаткування, обладнання, автоматики тощо

1.3. Сервісна концепція

В організації готельного підприємства сервіс означає систему заходів, яка забезпечує високий рівень комфортності і задоволення найрізноманітніших побутових, господарських, культурних потреб гостей, ввічливе обслуговування тощо. Сервіс в «Chernihium» повинен базуватися на принципах пропозиції, а не на принципах попиту, тобто персоналу готелю необхідно шукати і знаходити нові послуги, які можуть зробити готель «рідним домом» для гостей. Адміністратор готелю несе відповідальність не тільки за номери та інші приміщення, що надані клієнту, але і за те, чому гість незадоволений, чого йому не вистачило в готелі, та шукати шляхи вирішення проблеми.

Саме тому налагоджений технологічний цикл в підприємстві дозволить не тільки надавати більш якісні послуги, а й допоможе з виявленням елементів, які потребують доопрацювання. Адже, готель як відлагоджений механізм працює ефективно, якщо тільки кожен його елемент на місці та поєднаний з усіма іншими.

Технологічний цикл обслуговування гостя може бути представлений у схемі:



Рис.1.2. Схема технологічного циклу обслуговування гостя

Формат готелю передбачає безліч концепцій сервісу, але не всі з них можуть бути використані в готелі типу В&В, зазвичай це 4 основних сервіси (Бронювання; Реєстрація/Розміщення/Виселення; Гест-релейшн/Рум-сервіс; Хаускіпінг) та 1-2 додаткових (Велнес; СПА; Конференц-сервіс; Івент-сервіс). В готелі «Chernihium» передбачений Івент-сервіс з можливим впровадженням СПА-сервісу.

Розглянемо особливості сервісів в проектованому готелі:

I. Бронювання.

Можливість забронювати номер буде доступна гостям через безпосередньо сайт готелю, через сайти посередники (Booking, HRS, New Logic etc.) та через пряме звернення по телефону, за допомогою месенджерів, імейлу і за стійкою реєстрації, при наявності незаселених номерів.

II. Реєстрація/Розміщення/Виселення

Реєстрація в готелі типу В&В відбувається у спрощеному форматі, та являє собою проміжний формат хостелом та класичним готелем. При реєстрації гість повинен надати документи, що посвідчують особу, підписати вже оформлену анкету (підготовану на основі даних з бронювання) та договір про надання послуг готелем. Час поселення в готелі вибраний згідно стандартів готельної індустрії в Україні тобто не раніше 14:00.

Після завершення бюрократичного етапу оформлення документів гість оплачує номер, якщо не сплатив за нього онлайн, при наявності форс-мажорних обставин домовляється з адміністратором про спосіб оплати, після чого реєстрація вважається завершеною і обслуговуючий персонал може перейти до розміщення гостя.

При ранньому заїзді чи пізньому виселенні процедура оформлення не змінюється. Уся процедура може бути зображена у вигляді моделі:



Рис.1.3. Модель процедури надання основних послуг в готелі

Процес розміщення окрім видачі ключа гостеві, включає також інформування гостя про всі можливі додаткові послуги в готелі, особливості розміщення та харчування, та ознайомлення його з правилами перебування в готелі. При можливості персонал повинен провести гостя до його номера провівши міні-екскурсію, та обов'язково допомогти з багажем.

Після витікання часу перебування гостя в готелі настає етап виселення, окрім прийняття ключів від номеру у гостя, персонал закладу повинен поцікавитися у гостя його враження від проживання в готелі, спитати чи потребує він допомогу з багажем та трансфер. При наявності часу запропонувати заповнити анкету відвідування чи залишити відгук.

III. Гест-релейшн/Рум-сервіс

Після поселення гостя та протягом усього часу його перебування готелю увесь персонал готелю є обличчям готелю та представником, тобто повинні виконувати сервіс гест-релейшн: відповідає на їх запитання, забезпечує реалізацію їх потреб, виконання завдань та прохань. Постійна комунікація з гостями дозволить психологічно полегшити перебування нового гостя у готелі, отримати зворотній зв'язок та залучити його до ряду постійних клієнтів.

Стосовно рум-сервісу, оскільки відповідно до концепції харчування в готелі передбачає лише сніданки в домашньому стилі, то рум-сервіс не буде включати повне обслуговування в номері з сервіруванням і обслуговуванням гостя під час сніданку, а буде включати спрощену подачу з використанням підносу. Але з дотриманням стилістики подачі сніданку в готелі, ажурні серветки, стилізовані тарілки та столове приладдя. При завершенні трапези представнику готелю варто поцікавитися про смак страв та вислухати побажання та пропозиції гостя.

IV. Хаускіпінг

Сервіс хаускіпінгу є гарантом чистоти, порядку, комфорту у готелі, що досягається персоналом служби бек-офісу та виконується завдяки розумно спланованому порядку клінінгу. Процедура клінінгу буде розподілятися на генеральне/чергове прибирання, прибирання перед поселенням та після виселенням, прибирання за проханням гостя. Чергове прибирання повинне відбуватися не рідше

одного разу на 3 дні. Генеральне прибирання включає вологе та сухе прибирання, прибирання санвузла, протирання поверхонь, інспекція усього номера та чистка усього інвентарю, техніки та меблів, перевірка їх справності, при необхідності чистка килиму та іонізація повітря.

В умовах пандемії COVID19 важливою частиною хаускіпінгу є періодична дезінфекція та забезпечення номера усіма засобами індивідуальної гігієни.

V. Івент-сервіс

Відмінною рисою івент-сервісу від класичного івент-менеджменту є той факт, що учасники івент проживають чи будуть проживати в готелі, і навіть якщо івент залучає учасників не тільки зсередини, але і ззовні, сам факт проведення івенту в закладі буде гарною рекламою та можливістю залучення нових клієнтів. Таким чином, добре спланований івент-захід дозволяє збільшити не тільки кількість відвідувачів, а й позитивно впливає на імідж готелю та на загальне враження від перебування в ньому. При цьому на результат впливають такі чинники, як вибір типу заходи, оригінальність ідеї та рекламна підтримка.

В асортимент заходів, які буде можливо провести на території готелю, завдяки наявності тераси та широкого подвір'я, входять: весілля, дні народження, річниці, ювілеї, корпоративні свята, а також групові заняття йогою на свіжому повітрі.

З організаційної точки зору планується залучення кейтерингових компаній для забезпечення харчування інвентарю, а конкурентна перевага та рентабельність проведення подібних заходів полягає в гарній локації, зовнішній привабливості будівлі готелю, та можливості отримання знижки. Також керівний персонал готелю, допоможе з організацією та плануванням заходу та частково просуванням івенту.

Для більш ефективного впровадження та використання згаданих сервісів готелю запропоноване рішення повної автоматизації через використання систем інформаційного забезпечення готелю, як варіант, FIDELIO, на відміну від OPERA та UTELL, він більш дешевий та краще оптимізований під невеликі готелі. Подібна система не тільки полегшить процес бронювання, але й об'єднає наявні сервіси та скоординує їх роботу.

1.4. Організаційний дизайн

«Організаційно-функціональна структура управління — це впорядкована система управлінських ланок, розташованих у чіткому підпорядкуванні, що забезпечує взаємозв'язок між керуючою та керованою підсистемами, розвиток системи як єдиного цілого. Традиційний В&В готель, який є сімейним підприємством, не мав великої кількості персоналу, і конкретної організаційної структури, кожен допомагав чим міг». [15]

Але «Chernihium» повинен буде конкурувати з готелями 4*, з чіткою ієрархією, що позитивно впливає на якість і що головне стабільність та само відтворюваність їх послуг, тому більшої конкурентоздатності в проектованому готелі була вибрана централізована управлінська система, з чітким поділом на підрозділи та на керівників цих підрозділів.

«Ланки управління формують структуру з конкретним розташуванням, співвідношенням і взаємозв'язком. Створення організаційної структури управління зумовлене необхідністю розподілу прав і обов'язків між окремими підрозділами організації». [19]

«Організаційна структура управління належить до ключових понять у менеджменті й необхідна для визначення злагодженого взаємозв'язку та взаємодії структурних ланок в управлінському процесі, коригування їхнім функціональним процесом у досягненні цілей. Організаційну структуру готельного підприємства формують, заради забезпечення конкурентоздатності, економічної ефективності, раціональної кооперації». [23]

Підбір персоналу є важливим елементом процесу організації у готельній індустрії. Це передбачає створення резерву всіх кандидатів на роботу з урахуванням не лише робочої сили, а й майбутніх змін (вихід на пенсію, закінчення контракту, декретна відпустка тощо). Організаційна структура планованого готелю в схематичному вигляді (Додаток Б).

«Побудова організаційно-функціональної структури управління має важливе значення для забезпечення ефективного функціонування будь-якого

готельного підприємства». [15] Основним документом в цій організації є штатний розпис закладу - документ, що визначає склад працівників підприємства з вказівкою їх посад і посадових окладів.

Таблиця 1.10

Штатний розпис готелю

№ з/п	Посада, тарифний розряд	Кількість посадових одиниць
<i>Адміністративно-управлінський персонал</i>		
1.	Генеральний директор	1
2.	Головний бухгалтер	1
3.	Інженер з техніки безпеки і охорони праці	1
4.	Разом	3
<i>Виробничий персонал</i>		
5.	Кухар 5р	1
6.	Офіціант	2
7.	Покоївка	4
8.	Адміністратор (порт'є)	2
9.	Прибиральники виробничих приміщень	1
	Разом	10
<i>Допоміжний персонал</i>		
10.	Охоронець	2
11.	Технік	1
	Разом	3
	Разом по закладу	16

Враховуючи середню заробітну плату в розмірі 10 000 грн. на 1 працівника, маємо фонд заробітної плати на місяць:

$$\text{ФОЗП} = 10\,000 * 16 = 160\,000 \text{ грн.}$$

$$\text{За 12 місяців відповідно маємо: } 160\,000 * 12 = 1\,920\,000 \text{ грн.}$$

Отже, всього витрати за 12 місяців роботи по персоналу складуть 1 920 тис. грн.

Розділ 2. АРХІТЕКТУРА ГОТЕЛЮ

2.1. Екстер'єр та інтер'єр

Проектний об'єкт будівництва В&В готелю «Chernihium» на 22 номери буде будуватися з нуля, окремо стоячою двоповерховою будівлею. Ділянка під будівництво розташована в м. Чернігів, Деснянський район, мікрорайон Валу, в провулку від Берегової вулиці.

Мікрорайон є приватним сектором, з нещільною забудовою, переважно 1-2 поверховими будинками, схожий на сільську місцевість. Архітектурний стиль оточення не виражений, є будинку в стилі кантрі, етнічному та модерн, а отже рамок для архітектурного стилю готелю немає.

Площа ділянки під будівництво визначається за формулою:

$$S_d = n_z \times N, \quad (2.1)$$

де S_d – площа ділянки під будівництво, м²;

n_z – норматив площі земельної ділянки, м²/місце; (норматив Додаток В)

N – кількість місць у готелі.

Отже, $S_d = 55 \times 46 = 2530 \text{ м}^2$

На щастя, ми швидко знайшли необхідну ділянку в продажу у місті Чернігів.



Рис. 2.1. Ділянка необхідна під забудову. Фото з супутнику

У продажу на сайті Dom.RIA знаходиться 8 соток землі, але має місце торг, і ми зможемо викупити прилягаючі території, які складають додаткові 19 соток, що ідеально відповідає нашим потребам. (Додаток Г)

Рельєф ділянки рівнинний. Наявні всі необхідні комунікація, вода, каналізація, електроенергія та газ. Також перевагою цієї ділянки є близькість до водойми (річка Стрижень)

Через близькість до річки на ділянці присутні намівні та лесові ґрунти, глибина промерзання 80 м. Визначення загальної площі об'єкту та поверховості будівлі:

Таблиця 2.1

Склад і площі приміщень готелю

№	Найменування приміщення	Площа, м ²
1	Приймально-вестибюльні	80
2	Приміщення культурно-дозвільного призначення	30
3	Житлові приміщення	530
4	Приміщення поверхового обслуговування	20
5	Господарсько-виробничі	45
6	Складські приміщення	15
7	Адміністративно-побутові	20
8	Технічні приміщення	10
Разом		750

«Корисна площа закладу визначається як сума площ всіх приміщень закладу, за виключенням технічних. Для врахування площ коридорів та технічних приміщень визначають робочу площу закладу за формулою» [22]:

$$S_p = S_k \times K_1, \quad (2.2)$$

де S_p – корисна площа закладу

K_1 – коефіцієнт збільшення площі, $K_1=1,10:1,25$ (для невеликих закладів до 50 номерів)

Отже, $S_p = 750 \cdot 1,10 = 825$

Для врахування площі яку займають конструктивні елементи будівлі (стіни, сходи, вентиляційні шахти, ліфти, тощо) визначають загальну площу закладу формула:

$$S_{\text{заг}} = S_p \times K_2, \quad (2.3)$$

де $S_{\text{заг}}$ – загальна робоча площа закладу;

K_2 – коефіцієнт збільшення площі $K_2=1,03\div 1,15$ (для невеликих одноповерхових закладів до 50 номерів)

Отже $S_{\text{заг}} = 825 \cdot 1,05 = 866,25 \text{ м}^2$

Враховуючи розміри стін, балконів та оздоблювальних елементів, приймаємо площу виділену під забудову робимо корекційне округлення до 870 м^2 та 100 м^2 під облаштування парковки. Інша територія буде облагороджена та висаджена алея.

Для будівлі будуть залучені спеціальні будівельні компанії, які мають досвід у будівництві в даній місцевості та необхідні зв'язки з субпідрядниками, для комплексного підходу до будівництва.

Характерною особливістю а архітектурного стилю будівлі, окрім відсутності стандартних (паралелепіеда та квадрату) буде будівництво другого поверху мансардного типу. Архітектурний стиль будівлі буде включати поєднання чернігівського та британського стилю. Від британського стилю були вибрані масивність та використання каменю та холодних кольорів у зовнішньому оформленні, а від чернігівського стилю використання дерев'яних елементів та знаменитого чернігівського різьблення на вікнах.

Для оздоблення будівлі заради здешевлення витрат на матеріали будуть використані гіпс та піно-бетон стилізовані під натуральний великий камінь, у поєднанні з дерев'яними елементами. Але для кращої теплоізоляції будівля буде попередньо утеплена скловатою.

Для більшої естетики екстер'єру готелю, будуть висаджені в'юнкові рослини, на кшталт плюща та гліциній. А також штучно доданий мох на камені для стилізації під старовинний будинок.

Форма проєктованої будівлі буде у вигляді перевернутого хреста з примикаючою з півночі теплицею. (Додаток Е)

Особливості інтер'єру «туманного Альбіону» також повинні отримати своє втілення у дизайні: маятникові годинники, приглушені кольори, використання великої кількості дерева (меблі, підлога, балки), а також обов'язковий камін.

Використання дорогих матеріалів обмежене, але не може бути відкинута повністю, задля підтримання концепції та дизайнерського стилю, основною метою яких буде створення атмосфери затишку та домашнього комфорту.

Приміщення вестибюльної групи (лобі) включає: вестибюль, кімнати для прийому та розміщення гостей, камеру зберігання та транспортування, гардеробні, туалети.

У холі готелю необхідно створити необхідні умови для зустрічей та реєстрації гостей. Хол повинен бути чітко виділений, для легко зчитування візуальної інформації про розмежування приміщень в готелі та швидкого орієнтування у просторі, з легким пошуком стійки реєстрації. Вестибюль є «серцем» готелю і перший після зовнішнього облицювання (екстер'єру) створює враження про готель для основних гостей готелю, а також є центром комунікації з іншими приміщеннями готелю. Дизайнерський стиль вестибюлю не повинен виділятися, а навпаки найяскравіше демонструвати його. Для створення затишку в лобі необхідно використати якомога більше елементів з дерева, додати більше освітлення, комбінуючи природні та штучні джерела світла, а також збалансувати відкритий простір холу, щоб він не виглядав порожнім, але при цьому його повинно бути достатньо, щоб гість відчував себе комфортно в атмосфері гостинності. Також вестибюль є інформаційним центром в готелі, тому в ньому повинні розмішуватися інформаційні стійки з роздатковим матеріалом та корисною інформацією (буклети, брошури, довідники). Усі пункти обслуговування та служби повинні бути забезпечені наочними посібниками (знаками, табличками, написами), які відображають назву служби та години роботи на місці та обов'язково продубльовані англійською мовою.

Приміщення культурно-дозвільного призначення в В&В готелі «Chernihium» включатимуть 2 зони для відпочинку: ігровий «хаб» на першому поверсі об'єднаний з холлом, а також зона для читання в комбінації з міні-музеєм на другому поверсі. Хаб на першому поверсі буде оснащений м'якими пуфами та кріслами, журнальний столик. Для дозвілля там будуть встановлені телевізор, ігрова приставка, настільні ігри та іграшки для дітей. Зона для читання на другому поверсі буде включати стелажі з книжками, два крісла для читання, додаткові стоячі лампи, міні-музей буде представлений історичними фотографіями та зібраною колекцією предметів старовини з Чернігова.

До групи житлових приміщень входять житлові кімнати, приміщення поверхового обслуговування, приміщення громадського призначення (вітальні, дитячі кімнати тощо). Номерний фонд проєктованого закладу розміщення представлений у вигляді табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**Характеристика номерного фонду В&В готелю
«Chernihium» на 22 номери**

№ з/п	Тип номеру	Характеристика	Кількість місць	Кількість номерів
1.	Люкс	Номер підвищеного комфорту типу студія більшої площі, окрім місця для сну та санвузла з «джакузі», виділена зона відпочинку та вітальня	2	6
2.	Стандарт (двомісний)	Номер оснащений одним двоспальним ліжком та оснащений повним санвузлом.	2	14
3.	Стандарт сімейний (тримісний)	Номер оснащений одним двоспальним ліжком та розкладним диваном та повним санвузлом (ванна + духова)	3	2
Разом				22

Потреба гостей у відпочинку на свіжому повітрі буде задоволена зимовим садом у примикаючій до готелю теплиці з екзотичними квітами та деревами. А також завдяки висадженим алеям на території готелю.

Для більш активного відпочинку в готелі, на території буде виділена зона для занять йогою на свіжому повітрі (також ця зона чудово підійде для організацій свят та урочистих подій) На відміну від приміщень приймально-вестибюльної, культурно-дозвільної та житлової груп, приміщення виробничого, технічного, складського та адміністративного характеру не мають на стільки жорстких рамок в дотриманні дизайнерського стилю, адже мають утилітарний характер. За винятком зони їдальні, яка відноситься до виробничої групи, вона повинна бути виконана в одному стилі з вестибюлем, адже вони мають неопосередкований зв'язок та нічим не розмежовані.

До приміщень поверхового обслуговування належать: комори з інвентарем, приміщення для зберігання візків покоївок, кімната обслуговуючого персоналу, обладнана місцем для прийому їжі та душовою кабіною. Трубо провід для брудної білизни буде проведений по зовнішній стіні заднього фасаду і буде з'єднувати 2 поверх та пральню у підвалі.

В проектуваному готелі будуть наявні наступні приміщення господарсько-виробничого призначення: приміщення для забезпечення харчування (їдальня та відкрита кухня), приміщення для побутового обслуговування (хімчистка та пральня, майстерня). Приміщення побутового обслуговування для будуть знаходитися разом з технічними у підвалі. Також заплановано такі складські приміщення: склад для білизни та інвентарю, склад для мийних хімічних засобів, склад для меблів та обладнання, склад для запасних деталей та пристроїв.

Технічні приміщення, які призначені для обслуговування інженерного обладнання жилої частини, будуть розміщені у підвалі і включатимуть: АТС, електрощитову, бойлерну та котельню. Щодо адміністративних приміщень, то через те, що проектуваний готель має клас міні-готелю, та за типом є В&В, він не потребує потужного адміністративного оснащення, а тому для дирекції та бухгалтерії буде виділене одне приміщення площею 15 м² з декількома робочими місцями та необхідним оснащенням (комп'ютери, канцелярія, офісні меблі).

Враховуючи вищенаведені припущення щодо різних видів приміщень готелю, зведемо всі розраховані і спроектовані дані в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Склад і площі приміщень В&В готелю «Chernihium» на 22 номери

Найменування приміщення	Кількість приміщень	Площа, м ²
<i>Приймально-вестибюльні приміщення</i>		
Вестибюль	1	56
Служба прийому та реєстрації	1	10
Камера схову	1	5
Приміщення охорони	1	6
Гардероб	1	3
<i>Приміщення культурно-дозвільного призначення</i>		
Ігровий HUB	1	20
Міні-бібліотека та музей	1	10
<i>Житлові приміщення</i>		
Номери люкс	6	162
Номери стандарт двомісний	14	308
Номери стандарт сімейний (тримісний)	2	60
<i>Приміщення поверхового обслуговування</i>		
Комора прибирального інвентаря	2	4
Приміщення для зберігання візків покоївок	2	6
Кімната персоналу	1	10
<i>Господарсько-виробничі</i>		
Їдальня	1	25
Кухня	1	10
Пральня та хімчистка	1	10
Майстерня		
<i>Складські приміщення</i>		
Склад для білизни та інвентарю	1	6
Склад для мийних хімічних засобів		
Склад для меблів та обладнання	1	9
Склад для запасних деталей та пристроїв		
<i>Адміністративні приміщення</i>		
Кабінет директора	1	20
Бухгалтерія		
Кабінет начальників відділів		
<i>Технічні приміщення</i>		
АТС	1	5
Електрощитова		
Котельня	1	5
Бойлерна		
Разом		750

2.2. Дизайнерське рішення номера готелю (або на вибір студента – торговельної зали закладу ресторанного господарства, приймально-вестибюльної групи, приміщень готелю)

Основним дизайнерським стилем в оформленні номерів в В&В готелі «Chernihium» буде англійський стиль.

Англійський стиль є досить широким поняттям, що має риси колоніального стилю, вікторіанський дух та характеризується тематичним декором із використанням традиційних британських атрибутів. Можливо, коли всі говорять про англійський стиль, вони мають на увазі щось своє, тісно пов'язане з країною. Проте дизайн в англійському стилі, як і більшість стилів, має свою концепцію, яку можна висловити в декількох параметрах:

- Затишок (кожна деталь кімнати повинна дарувати гостю відчуття спокої та створювати комфорт);
- Практичність (не зважаючи на те, що англійський стиль важко назвати сильно мінімалістичним в декорі, проте кожна його деталь, кожен елемент інтер'єру не є просто декорацією, а несе практичне значення);
- Якісність (інтер'єр в англійському стилі використовують лише високоякісні і довговічні меблі, переважно оброблене дерево стилізоване під давнину);
- Статусність (навіть якщо предмет в кімнаті не коштує дорого, він не повинен виглядати дешево і органічно вписуватися в композицію)

Англійський стиль в дизайні підкреслює британське прагнення до досконалості у поєднанні зі стриманістю та манірністю, при цьому не втрачаючи атмосфери домашнього затишку.

Важливі елементи в інтер'єрі в англійському стилі:

- Велика кількість дерева (меблі, підлога, віконні рами, декор), особливо популярні матеріали дуб та ліщина;
- М'які меблі з округлими формами;
- Візерунки характерні для текстилю туманного Альбіону: візерунок пейслі, квіткові мотиви, і простіші візерунки в смужку та шотландка;

- Декоративні елементи можуть бути використані з усього світу, через колоніальні мотиви в інтер'єрі Об'єднаного Королівства (тому елементи декору характерні для Півночі України не будуть виглядати чужерідно);
- Особливе місце в декорі займають картини та гобелени (ніколи не вішаються на порожні стіни, обов'язково шпалери з квітковими елементами);
- Металеві елементи повинні бути виконані в стилі класицизм (дверні ручки, різні аксесуари);
- Люстри та канделябри повинні імітувати і-ті в ХІХ ст.;
- В оздобленні приміщення повинна бути присутня помірна контрастність, щоб відтінити сіру та дощову погоду за вікном.

Не зважаючи на велику кількість елементів, які втілюють цей стиль, особливості сучасного дизайну дозволяють знехтувати деякими з них для забезпечення вищих показників естетичності та комфорту. Так зазвичай темні кімнати в англійському стилі, можна зробити світлішими, щоб злагодити особливості планування та нестачу природного світла.

Спальня (стандартний номер) в англійському стилі:



Рис. 2.2. Візуалізація номеру «Стандарт» в англійському стилі

Оснащеність номеру типу стандарт (двомісний, 18-20 м² в залежності від планування) меблями та інвентарем:

Таблиця 2.4.

Оснащеність номерів класу «Стандарт»

№з/п	Оснащеність	Кількість, од.
1.	Ліжко 180x200 см	1
2.	Комплект постільних речей і білизни: - наволока (дві) - ковдра (дві) - ковдра додаткова (одна) - подушка (дві) - подушка додаткова (дві) - покривало на ліжко - матрац з на матрацником	1
3.	Кондиціонер	1
4.	Телевізор	1
5.	Шафа для одягу	1
6.	Тумба при ліжкові	2
7.	Журнальний стіл	1
8.	Крісло-диван	1
9.	Килим	1
10.	Штори	1
11.	Стіл	1
12.	Стілець	2

На відміну від основної кімнати номеру, ванна кімната з душовою в стандартному номері буде виконана в більш мінімалістичному стилі, для того щоб підкреслити практичність та відокремити візуально різні зони за функціональним використанням.

В оформленні ванних кімнат буде використовуватися плитка білого кольору та ажурний візерунок на підлозі. Освітлення в ванних кімнатах буде забезпечене за допомогою мінімалістичних ламп типу «таблетка»

Номери на мансардному поверсі будуть світлішими, через можливий брак світла. Також в мансардних стандартних номерах буде трохи більше мінімалізму, щоб відшкодувати втрату простору через похилу стіну від даху.



Рис. 2.3. Візуалізація ванних кімнат в номерах готелю «Chernihium»



Рис. 2.4. Візуалізація номерів класу «Стандарт» мансардного типу

Номери класу Люкс та Сімейний стандарт будуть більшими ніж стандарт 25 м² та 30 м² відповідно. Також вони матимуть краще наповнення та планування. Оснащеність номері типу Люкс та Сімейний (25 / 30 м² в залежності від планування) меблями та інвентарем:

Таблиця 2.5.

Оснащеність номерів класу «Люкс»

№з/п	Оснащеність	Кількість, од.
1.	Ліжко 180x200 см	1
2.	Комплект постільних речей і білизни: - наволока (дві) - ковдра (дві) - ковдра додаткова (одна) - подушка (дві) - подушка додаткова (дві) - покривало на ліжко - матрац з намотрацником	1
3.	Кондиціонер	1
4.	Телевізор	1
5.	Шафа для одягу	1
6.	Тумба при ліжкові	2
7.	Журнальний стіл	1
8.	Крісло	2
9.	Диван	1
10.	Килим	1
11.	Штори	2
12.	Стіл	1
13.	Стілець	4

Також вони будуть виділятися візуально, так в двох Сімейних номери будуть переважати зелений та синій кольори. А люксові номери будуть використовувати пастельні кольори. Також слід зазначити, що в два люксові номери на першому поверсі матимуть власний вихід на терасу, а на другому поверсі обидва типи номерів будуть забезпечені балконами (Додаток 5)

У люксових номерах буде «джакузі» та біде, а в тримісних номерах комбінація із душової та ванної.

Розділ 3. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ

3.1. Цінова політика. Фінансові результати проекту

Система управління реальними інвестиціями для оцінки ефективності інвестиційного проекту є одним із найважливіших кроків. Оцінка ефективності інвестиційного проекту, заради об'єктивності та обґрунтованості, базується на конкретному методі реалізації. Точна оцінка основних трьох показників є необхідною протягом наступного десятиліття. За результатами проведених маркетингових досліджень визначаємо рівень торговельної націнки проектованого закладу в розмірі 100% - оптимальний показник.

Рекомендується планувати весь період, використовуючи спрощену методологію оцінки лише трьох показників: надходження прибутків, амортизації та виручки від реалізації. Використання більшої кількості показників ускладнить підрахунки, що може призвести до негативного результату.

Проаналізувавши вплив основних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на цінову політику підприємства (див. Розділ 1), необхідно скласти та затвердити тарифні плани реалізації послуг на плановий період, табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Тарифний план готелю за номерами

Сезони	Сегменти	Ціна за категорією номеру, ум.од.		
		Стандартний (2-місний)	Стандарт «Сімейний» (3-місний)	Люкс
1	2	3	4	5
Високий сезон (березень, квітень, вересень, жовтень)	Індивідуальні клієнти	1 450	1 750	2 300
	Корпоративні клієнти	1 250	1 600	2 200
	Туристичні агентства	1 350	1 700	2 200

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4	5
Середній сезон (лютий, травень, червень, листопад)	Індивідуальні клієнти	1 400	1 700	2 200
	Корпоративні клієнти	1 250	1 600	2 100
	Туристичні агентства	1 300	1 650	2 100
Низький сезон (січень, лютий, липень, серпень)	Індивідуальні клієнти	1 300	1 650	1 950
	Корпоративні клієнти	1 200	1 500	1 850
	Туристичні агентства	1 200	1 500	1 850

Таблиця 3.2

Розрахунок планового доходу (виручки) від продажу готельних послуг за номерами на плановий період

Категорія номеру	Одноразова місткість, номерів	Кількість днів роботи, діб	Середній рівень використання номерів з врахуванням сезонності попиту гостей та інших факторів, %*	Плановий тариф за номер/добу, грн.*	Виручка від реалізації послуг, грн.
1	2	3	4	5	6 = (2 *3 *4) *5
Люкс	6	365	60%	2200	2 890 800
Стандарт (2-місн.)	14	365	70%	1400	5 007 800
Стандарт «Сімейний» (3-місн.)	2	365	75%	1700	930 750
Разом					8 829 350

Для визначення доцільності проектування готельного господарства необхідно обґрунтувати вартість створення закладу та ефективність його функціонування в сучасних ринкових умовах.

Розробивши цінову політику підприємства, ми маємо можливість прорахувати запланований дохід від надання основних готельних послуг. Враховуючи сезонну завантаженість номерів в Чернігівському регіоні та особливості розміщення в проектованому готелі, проведемо розрахунок планового доходу від реалізації послуг розміщення готелю оформимо у вигляді таблиці 3.2.

Таким чином, готель планує отримати дохід 8 829,35 тис. грн. від послуг розміщення.

Розрахунок доходу і від додаткових послуг є важливим етапом прогнозування роботи проектованого закладу, відобразимо у вигляді табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Розрахунок доходу від реалізації додаткових платних послуг та послуг структурних підрозділів готелю на 2022 рік

Група додаткових послуг	Найменування видів послуг	Планова кількість послуг за видами, од.	Середня ціна за одиницю послуги, грн.	Виручка від реалізації (дохід)
1	2	3	4	5 = 3*4
1. Туристичні послуги	Організація пішої екскурсії	448	320	143 360
	Організація вело-екскурсії	330	550	181 500
2. Культурні послуги	Організація свят та весілля	(15)	договірна	(205 000)

Продовження табл. 3.3

1	2	3	4	5 = 3*4
3. Торгові послуги	Продаж сувенірів	1435	(30)	43 050
	Продаж періодичних видань	686	(40)	27 440
	Оренда велосипедів	1180	150	177 000
Разом				777 350

Таким чином, готель планує отримати дохід 777,35 тис. грн.. від додаткових послуг.

Основними операційними доходами є доходи від реалізації продукції та послуг. До реалізованих готелем послуг належать як основні послуги з розміщення гостей, так і додаткові послуги, які можуть входити до основного пакету та бути супутніми, та розраховуються як частина основних послуг, але частіше додаткові послуги є самостійними і можуть надаватися не тільки постояльцям готелю, а й третім особам. Щодо послуг харчування, вони входять до пакету основних послуг, та не надаються окремо.

Розрахувавши таким чином плановий обсяг послуг за кожним видом, зведемо їх в загальну табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Планування річного обсягу доходів від реалізації послуг готельного підприємства

№	Показники	Одиниця виміру	Плановий рік	Питома вага, %
1	2	3	4	5
1.	Дохід від реалізації готельних послуг	тис.грн.	8 829,35	79,3%
2.	Дохід від реалізації послуг ресторанного господарства	тис.грн.	881	7,9%

Продовження табл. 3.4

1	2	3	4	5
3.	Дохід від реалізації додаткових платних послуг	тис.грн.	777,35	7,0%
4.	Інші доходи	тис.грн.	650	5,8%
Загальна сума доходу від реалізації послуг		тис.грн.	11 137,7	100,00

Отже, в перший рік функціонування готелю планується отримати дохід у розмірі 11 137,7 тис. грн.

Наступним кроком для визначення інвестиційної привабливості проекту буде розрахунок витрат на реалізацію.

До основних витрат на реалізацію увійдуть: витрати на купівлю землі, будівництво, облагородження території (розвиток інфраструктури), купівля інвентарю та меблів, амортизація, рекрутинг та підготовка персоналу, поточні витрати.

Початкові витрати на закупівлю землі складуть 2 000 тис. грн. (Дод. 2), але для повного забезпечення готелю необхідні додаткові витрати на докупівлю території, які складуть ще $\approx 1\ 000$ тис. грн. У підсумку приблизно 3 000 тис. грн.

Враховуючи, що до території вже проведені усі необхідні комунікації, будівництво та розвиток інфраструктури обійдеться дешевше. Проаналізувавши розцінки на ринку будівельних компаній, можна прийти висновки, що середня ціна на будівництво обійдеться близько 13 500 грн. за m^2 , що в розрахунку на необхідну площу будинку обійдеться:

$$P_{\text{буд.}} = 866,2 \text{ м}^2 \times 13\ 500 \text{ грн.} = 11\ 693\ 700 \text{ грн}$$

Можна округлити до 12 000 тис. грн. Враховуючи супутні витрати налагодження, очищення та озеленення територій, прийемо початкові витрати на будівлю готелю з прилягаючою територією у сумі 18 000 тис. грн.

Витрати на оснащення готелю меблями та обладнанням визначаються у розрахунку 20–25% вартості капітальних витрат на будівництво, тобто витрати

на них складатимуть 4 500 тис. грн. На додаткові основні витрати виділяється близько 7,5%, тобто плюс 1 500 тис. грн. до загальних витрат.

Купівля власних транспортних засобів не передбачена, адже планується залучення компанії-партнера, яка зможе забезпечити трансфер. Купівля велосипедів увійде до витрат купівлі інвентарю. Також за допомогою механізму аутсорсингу планується надавати послуги хімчистки. Отримання спеціальної корпоративної ціни від фірми, яка займається цим професійно, буде значно вигідніше, ніж закуповувати обладнання для організації подібного сервісу (відпарювачі, стерилізатори та ін).

При плануванні капітальних витрат готельного підприємства, важливу роль відіграє саме масштаб та розміри самого підприємства. Через менший оборот подібних закладів, окупність більшості додаткових послуг значно росте, що негативно впливає і не загальну окупність підприємства. Саме тому, під час розрахунку витрат на організацію додаткових послуг необхідно порівняти їх вартість з можливими аналогами, наприклад залучення сторонніх компаній.

Визначення складу і первісної вартості основних засобів та інших необоротних активів узагальнюють у формі табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Склад і первісна вартість основних засобів та інших необоротних матеріальних активів готелю «Chernihium» на 2022 рік

Вид основних засобів та інших необоротних матеріальних активів	Первісна вартість основних засобів та необоротних матеріальних активів, тис. грн			
	готелю	закладу ресторанно-го господарства	інших підрозділів	разом
1	2	3	4	5
1. Будівля	11500	240	20	11 760
2. Споруди	-	-	150	150
3. Передавальні пристрої (каналізація, водопровід, кабелі електропостачання та інтернету)	3200	300	200	3 700

Продовження табл. 3.5

1	2	3	4	5
4. Машини та обладнання	500	700	200	1 400
5. Транспортні засоби	-	-	-	-
6. Інструменти, прилади, інвентар	1000	500	50	1 550
7. Меблі	1800	400	20	2 240
8. Інші	1000	800	100	2 900
9. Непередбачувані витрати (20%)	2000	1000	600	1 600
Разом				26 300

Розрахунок фонду оплати праці зображено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Витрати на оплату праці

Показники	У розрахунок на плановий рік
Планова чисельність працівників, усього, осіб	16
у тому числі:	
адміністративно-управлінський персонал, осіб	3
основний операційний персонал, осіб	10
допоміжний персонал, осіб	3
<i>Фонд основної заробітної плати, тис. грн</i>	1 920
у тому числі:	
адміністративно-управлінський персонал, тис.грн	540
основний операційний персонал, тис. грн	1 080
допоміжний персонал, тис. грн	300
<i>Фонд додаткової заробітної плати, тис. грн</i>	190
у тому числі:	
адміністративно-управлінський персонал, тис.грн	65
основний операційний персонал, тис. грн	95
допоміжний персонал, тис. грн	30
<i>Фонд оплати праці, усього, тис. грн</i>	2 110
у тому числі:	
адміністративно-управлінський персонал, тис.грн	605
основний операційний персонал, тис. грн	1 175
допоміжний персонал, тис. грн	330
<i>Структура фонду оплати праці:</i>	100%
– основна заробітна плата, %	90,9%
– додаткова заробітна плата, %	9,1%

Оскільки операційні активи готелю включають основні засоби, на них нараховуватиметься амортизація. З метою визначення амортизації відповідно до податкового законодавства України основні засоби та інші необоротні активи поділяють на 16 груп. Серед них найбільш поширеними в готелях є: будівлі; споруди; передавальне обладнання; машини та обладнання готелю та ЗРГ.

За прямолінійним методом річну суму амортизації розраховують за формулою:

$$A = (OZ_{пв} - OZ_{лв}) \div T, \quad (3.1)$$

де $OZ_{пв}$ – первісна вартість об'єкта;

$OZ_{лв}$ – Ликвідаційна вартість об'єкта;

T – строк корисного використання об'єкта основних засобів.

Розрахунки витрат на амортизацію зобразимо в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Розрахунок суми амортизації за видами основних засобів готелю на 2022 рік

№, пп.	Вид основних засобів	Первісна вартість основних засобів готелю, тис. грн.	Термін корисного використання, років	Сума амортизації основних засобів готелю, тис. грн.
1	2	3	4	5=3:4
1.	Будівлі	11 760,0	20	588,0
2.	Споруди	150,0	15	10,0
3.	Передавальні пристрої	3 700,0	12	308,3
4.	Машини та обладнання, у тому числі:			
	4.1. Холодильне обладнання	110,0	5	22,0
	4.2. Механічне обладнання	200,0	5	40,0

Продовження табл. 3.7

1	2	3	4	5=3:4
	4.3. Теплове обладнання	50,0	5	10,0
	4.4. Торговельне обладнання	70,0	5	14,0
	4.5. Комп'ютери, електронно-обчислювальні прилади та телефони	100,0	3	33,3
5.	Інструменти, прилади, інвентар	1 250,0	6	208,3
6.	Транспортні засоби	-	-	-
7.	Меблі	2 240,0	5	448,0
8.	Інші	2 000,0	12	166,7
	Разом			1848,3

«Поточні витрати – найважливіший якісний показник, що відображає результати господарської діяльності підприємства, а також інструмент оцінки техніко-економічного рівня виробництва та праці, якості управління виробництвом. Витрати діяльності виступають як вихідна база при формуванні ціни продукції, безпосередньо впливають на розмір прибутку підприємства, рівень рентабельності, формування фондів фінансових ресурсів». [22]

«Склад поточних витрат діяльності регулюється положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку». [24] Кожний готель для організації фінансово-економічної діяльності має право самостійно визначати перелік і склад калькуляційних статей витрат. Калькуляційні статті відображають формування витрат за видами і напрямками діяльності та місцем виникнення. При цьому однорідні елементи витрат можуть бути наявними і відобразатись у кількох статтях калькуляції.

«Поточні витрати визначаються як зменшення економічної вигоди у вигляді вибуття активів чи зменшення зобов'язань, які призводять до зменшення

власного капіталу». [17] Зазначені кошториси та розрахунки покладають в основу зведеного кошторису поточних витрат ГК.

Розрахунок різних груп поточних операційних витрат зображено в таблицях 3.8., 3.9. та 3.10.

Таблиця 3.8

Розрахунок витрат на ресурсне забезпечення пансіонату

№ пп	Витрат	Витрати в натуральних показниках	Тарифи за умовну одиницю, грн.	Поточні річні витрати, тис. грн.
1.	Електроенергія	23 176,98	1,68	38,94
2.	На опалення	132,6	1 452,65	192,6
3.	Вода, у тому числі:			
	холодна	3 519,82	28,09	98,87
	гаряча	2 235,4	99,5	222,4
Разом				552,8

Таблиця 3.9

Розрахунок суми зносу спеціального одягу закладу на 2022 рік

Група робітників	Кількість робітників за штатним розкладом, чол.	Норма видачі санітарного та спеціального одягу на 1 людину на рік	Вартість одиниці комплекту одягу, грн.	Сума зносу, тис.грн.
Адміністративно-управлінський персонал	3	1	-	-
Оперативно-виробничий персонал	10 необхідна форма - 10	2	1000	20
Допоміжний	3 необхідна форма- 3	2	820	4,9
Разом	19 необхідна форма - 13	*	*	24,9

Таблиця 3.10

Розрахунок суми зносу інвентаря, що належить до малоцінних та швидкозношуваних предметів на плановий рік

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	42	3	126	1 410	177,66
Рушники, у тому числі					
Розмір 70x140	42	3	126	180	22,68
Розмір 50x90	42	3	126	100	12,6
Розмір 40x40	42	3	126	35	4,41
Халати	42	2	84	650	54,6
Капці	42	2	84	22	1,85
Порцеляновий посуд	24	3	72	4 500	324
Столові набори	24	2	48	500	24
Скляний посуд	96	4	384	80	30,72
Інший посуд	24	2	48	180	8,64
Серветки для закладу ресторанного господарства	24	3	72	60	4,32
Скатертини для столів	40	3	120	140	16,8
Теплий плед	42	1	42	400	16,8
Тенісні ракетки	5	2	10	949	9,49
Тенісний м'яч	5	10	50	40	2
Килимок для йоги	15	2	30	220	6,6
Разом			1422	*	717,2

Проведемо необхідні розрахунки для бізнес - планування. Результати розрахунку поточних витрат на експлуатацію проектного закладу на 2022 рік наведено у табл. 3.11.

Таблиця 3.11

Планування поточних витрат готелю на 2022 рік

№, ст.	Калькуляційні статті витрат	Поточні витрати, тис. грн.	Структура, %	Тип витрат
1.	Собівартість продукції власного виробництва та покупних товарів	678,9	8,64%	ЗВ
2.	Витрати на оплату праці	2 110	26,85%	ЗВ
3.	Відрахування на соціальні заходи	132	1,68%	ЗВ
4.	Амортизація	1 848,3	23,52%	ПВ
5.	Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів	445,5	5,67%	ЗВ
6.	Вартість витрачених малоцінних, швидкозношуваних предметів	717,2	9,13%	ПВ
7.	Витрати на оренду основних засобів, інших необоротних активів	-	-	ПВ
8.	Податки, збори, інші передбачені законодавством обов'язкові платежі	552,8	7,04%	ПВ
9.	Витрати на транспортування	260	3,31%	ЗВ
10.	Витрати на охорону	90	1,15%	ПВ
11.	Витрати матеріалів об'єктів оздоровчо-рекреаційного призначення	-	-	ЗВ
12.	Інші поточні витрати діяльності	1 022,80	13,02%	ЗВ
	Разом поточні витрати	7 857,5	100 %	
	У тому числі:			
	умовно-змінні	4 649,2	59,17 %	
	умовно-постійні	3 208	40,83 %	

Таблиця 3.12

**Планування основних результатів діяльності готелю
на плановий рік, тис. грн.**

№ по р.	Стаття	Алгоритм розрахунку	Разом за рік, тис.грн
1	Доходи від операційної діяльності	Дтр+Дзрг+Дівент +Дінш	11 137,7
2	Умовно змінні витрати	Сзрг+Впр+ВІсоц +Вутр+Втранс+Ві нш	4 649,2
3	Умовно постійні витрати	А+Вмшп+Во+П+ Вох	3 208,0
4	Фінансові результати (прибуток) від звичайної діяльності до оподаткування	рядок 1 – рядок 2 – рядок 3	3 280,5
5	Податок на прибуток	18%	590,5
6	Чистий прибуток – можливий	рядок 4 – рядок 5	2690,6
7	Рентабельність операційної діяльності, %	(рядок 6 / рядок 2+3) · 100	34,2%

Зведений кошторис витрат включає всі види витрат, пов'язаних з діяльністю готельного господарства, спрямованої на створення умов для тимчасового проживання гостей та наданням їм усіх складових основних і додаткових послуг. Таким чином, планові розрахунки на 2022 рік показали, що заплановано витрат в цілому на суму 7857,5 грн.

Таблиця 3.13

Розрахунок цільового прибутку готелю на плановий рік

№	Показники	Алгоритм розрахунку	2022 рік
1.	Доходи від операційної діяльності, тис. грн	Дтр+Дзрг+Дівент +Дінш	11 137,7
2.	Середньогалузевий рівень рентабельності операційної діяльності, %	7-15%	15%
3.	Цільовий прибуток, тис. грн	рядок 1 · рядок 2 / 100	1 670,7

Цільовий чистий прибуток характеризує розмір чистого прибутку, що відповідає цільовим параметрам діяльності готелю. Розрахунок цільового прибутку зображено в таблиці 3.13.

3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту

Результати планування основних результатів діяльності проектного закладу на 2022 рік наведено у табл. 3.14.

Таблиця 3.14

Результати планування основних результатів діяльності проектного закладу на 2020 рік

№ з/п	Показники	Розрахункове проектне значення, тис. грн.
1.	Доходи від реалізації продукції, послуг	11 137,7
2.	Податок на додану вартість	2 227,3
3.	Чистий дохід від реалізації продукції, послуг	8 910,4
4.	Собівартість реалізованої продукції	678,9
5.	Поточні операційні витрати (без урахування собівартості реалізованої продукції)	7 178,6
6.	Прибуток від операційної діяльності	1 052,9
7.	Фінансові витрати	-
8.	Фінансові результати (прибуток) від звичайної діяльності до оподаткування	1 052,9
9.	Податок на прибуток	189,5
10.	Чистий прибуток	863,4
11.	Рентабельність реалізації, %.	7,75%
12.	Інвестиції в проєктований готель	26 300

Отже, на першому році діяльності ми отримаємо рентабельність 7,75%, що пояснюється неповною завантаженістю готелю на початку діяльності. В майбутньому цей показник буде зростати.

Результати планування основних показників діяльності проектного закладу на п'ять років заносимо до табл. 3.15.

Таблиця 3.15

Планування основних результатів діяльності готелю на перші п'ятнадцять років після введення в експлуатацію

Рік	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)		Змінні витрати		Постійні витрати, тис. грн.	Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн.	Чистий прибуток, тис. грн.
	тис. грн.	середньорічні темпи зростання, %	тис. грн.	рівень змінних витрат, %			
<i>1-й</i>	8 910,4	0	4 649,2	59,2	3208,0	1 053,2	863,6
<i>2-й</i>	9 163,7	2,84%	4 556,2	58,2	3276,1	1 331,4	1 091,7
<i>3-й</i>	9 344,2	1,97%	4 471,6	58,6	3162,9	1 709,7	1 401,9
<i>4-й</i>	9 580,8	2,53%	4 587,9	58,8	3218,5	1 774,4	1 455,0
<i>5-й</i>	9 801,8	2,31%	4 315,2	56,5	3326,1	2 160,5	1 771,6
<i>6-й</i>	10 345,3	5,54%	4 179,1	58,5	2968,5	3 197,7	2 622,1
<i>7-й</i>	10 795,5	4,35%	4 072,2	58,9	2845,4	3 877,9	3 179,9
<i>8-й</i>	11 055,9	2,41%	4 029,9	58,4	2874,4	4 151,6	3 404,3
<i>9-й</i>	11 434,3	3,42%	4 018,9	57,9	2926,0	4 489,4	3 681,3
<i>10-й</i>	11 875,6	3,86%	4 492,2	55,1	3664,4	3 719,0	3 049,6
<i>11-й</i>	12 220,8	2,91%	4 146,3	55,5	3328,3	4 746,2	3 891,9
<i>Разом</i>	114 528,3	-	47 518,7	-	34 798,5	32 211,1	26 413,1

Таким чином, прибуток буде щорічно зростати і на кінець 5 року вийде на планований рівень рентабельності 15%, а в наступні роки функціонування готель матиме стабільний прибуток з рівнем рентабельності вище 20%

Оцінка ефективності капітальних вкладень і окупності проекту:

Чистий приведений дохід дає змогу отримати найбільш узагальнену характеристику результату інвестування, його кількісний ефект в абсолютній сумі.

«Чистий приведений дохід – це різниця між приведеним до теперішньої вартості суми чистого грошового потоку за період експлуатації інвестиційного проекту та сумою інвестованих витрат на його реалізацію. Цей показник розраховують за формулою» [22] :

$$\text{ЧПД} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{ЧГП}_t}{(1+i)^t} - \text{ІВ}, \quad (3.2)$$

де ЧПД – чистий приведений дохід (інвестиційний дохід);

ЧГП_t – чистий грошовий потік за окремі інтервали загального періоду експлуатації інвестиційного проекту;

ІВ – інвестиційні витрати за реальним інвестиційним проектом;

i – дисконтна ставка, що використовується та характеризує внутрішню безризикову норму рентабельності інвестицій (визначена як десятковий дріб);

t – тривалість розрахункового періоду;

n – кількість років загального розрахункового періоду t.

Розрахунок чистого приведенного доходу за реальним інвестиційним проектом рекомендовано здійснювати за формою :

Таблиця 3.16

Розрахунок чистого приведенного доходу готелю за інвестиційним проектом, тис. грн

Рік	Капітальні витрати за проектом за роками, ІВ	Чистий прибуток за проектом за роками та амортизаційні відрахування, ЧГП	Чистий приведений дохід, ЧПД	
			4 = гр. 3 / (1 + i) ^t	5 = 3 – 2
1	26 300	2 711,9	2 474,36	-23 588,1
2	-	2 940,0	2 447,52	-20 648,0
3	-	3 250,2	2 468,76	-17 397,8
4	-	3 303,3	2 289,32	-14 094,4
5	-	3 619,9	2 288,98	-10 474,5
6	-	4 470,4	2 579,18	-6 004,1
7	-	5 028,2	2 646,91	-975,9
8	-	5 252,6	2 522,84	4 276,7
Разом	26 300	30 576,7	19 717,87	4 276,7

За даними Національного Банку України рівень інфляції на 2022 рік становитиме 9,6% ($i = 0,096$).

Кумулятивний грошовий потік упродовж 8 років експлуатації проекту становив 30 576,7 тис. грн. Він складається з прибутку та суми амортизації, що накопичені за 8 років експлуатації готелю.

Капітальні витрати на будівництво та оснащення готелю становлять 26 300 тис. грн., що на 4 276,7 менше за кумулятивний грошовий потік. Таким чином, капітальні витрати за проектом будівництва та оснащення готелю можуть бути окуплені за 8 років експлуатації.

Наступним показником, який допоможе краще зрозуміти інвестиційну привабливість проекту є Індекс прибутковості, який дозволяє порівняти наші інвестиційні витрати з майбутніми грошовими потоками нашого проекту. Розрахунок цих показників здійснюється за формулою разом із вартістю одночасного інвестування в реальний проект:

$$ID = \sum_{t=1}^n \frac{ЧП_t}{(1+i)^t} \div IB, \quad (3.3)$$

Показник «індекс дохідності» можна використати як критерій під час прийняття інвестиційного рішення про можливість реалізації інвестиційного проекту. Якщо значення індексу дохідності менше або дорівнює одиниці, незалежний інвестиційний проект не варто реалізовувати у зв'язку з тим, що він не даватиме додаткових інвестиційних доходів. Таким чином, для реалізації можна прийняти лише той інвестиційний проект, який має індекс дохідності якомога більший за одиницю.

$$ID = 30\,576,7 / 26\,300 = 1,16$$

Індекс дохідності для готелю «Chernihium» дорівнює 1,16, що свідчить про перевищення позитивного грошового потоку за проект над капітальними витратами на його здійснення на 16%.

Тож, інвестиційний проект готелю можна реалізувати, адже він відповідає встановленим економічним критеріям ефективності.

Інвестиційний індекс (коефіцієнт прибутковості) відіграє допоміжну роль у процесі оцінки ефективності інвестиційного бізнесу. Індекс немає можливості

повністю оцінити не тільки прибуток, а й загальний зворотний грошовий потік, що складається з витрат на амортизацію, що збільшуються в процесі просування інвестиційного бізнесу.

Цей показник розраховують за формулою:

$$IP = ЧП \div IB, \quad (3.4)$$

де IP – індекс рентабельності інвестиційного проекту;

ЧП – середньорічний чистий прибуток за період експлуатації інвестиційного проекту, тис. грн;

IB – інвестиційні витрати за реальним інвестиційним проектом (за умови їх формування упродовж першого року реалізації проекту).

$$ЧП = 30\,576,7 / 8 \text{ років} = 3\,822,08 \text{ тис. грн.}$$

Рівень рентабельності інвестиційного проекту:

$$IP = (3\,822,08 / 26\,300) \cdot 100\% = 14,5 (\%).$$

Отже, рівень рентабельності інвестиційного проекту дорівнює 14,5 %.

Розрахунок періоду окупності можна здійснити двома методами – статистичним та дисконтованим. Для свого проекту я буду використовувати статичний метод розрахунку показнику періоду окупності, його розраховують за формулою:

$$ПО = \frac{IB}{ЧГП_p}, \quad (3.5)$$

де ПО – період окупності інвестиційних витрат за проектом, роки;

ЧГП_p – середньорічна сума чистого грошового потоку за період експлуатації проекту, тис. грн.

$$ПО = 26\,300 / (19\,717,87 / 8) = 10,6 \text{ років.}$$

Період окупності інвестиційного проекту становить 10,6 років, тобто час, необхідний для отримання необхідної суми дисконтованого чистого грошового потоку, яка дасть змогу окупити всі капітальні витрати, та принести прибуток. Згідно з проведеними економічними розрахунками, проект є прийнятним для реалізації і не потребує коригування.

ВИСНОВКИ

В роботі було сплановано В&В-готель в м. Чернігів місткістю 22 номери (46 місць). За результатами розрахунків було визначено, що даний проект є ефективним з рентабельністю інвестицій 14,5% і терміном окупності від 8 до 17 років, що є хорошим показником.

Слід зазначити, що дані цифри відповідають сучасним тенденціям в готельній сфері України. За наявності можливого розвитку туристичної сфери та зниженню впливу кризових впливів на економіку, викликаних світовою пандемією COVID19, реалізація даного проекту матиме ще більш позитивний результат.

Хоча проект готелю «Chernihium» створювався з урахуванням всіх можливих ризиків та особливостей сучасної кон'юнктури ринку, намагаючись врахувати та підлаштувати маркетингову стратегію, концепцію і навіть архітектурний план під загальну ситуацію у сфері гостинності та в економіці України в цілому, він все ще зміг показати лише максимально можливі показники в середньому діапазоні готельно-ресторанного бізнесу України.

Подібний результат зумовлений тим, що готельне господарство – це складний та багатофункціональний механізм, що складається, з різних елементів, які поєднують в собі різні сфери та типи послуг, і поєднання яких потребує більших інвестицій та не може бути реалізоване за допомогою маленьких інвестицій. Багатоплановість готельного бізнесу зумовлена тим, що крім основних послуг – надання ночівлі, готельне господарство повинне надавати й додаткові послуги, для більшого забезпечення потреб споживачів.

Довгий період окупності також є специфікою готельно-ресторанного бізнесу, через сильну конкуренцію та високий рівень поточних операційних витрат, бізнес проекти в готельній сфері можуть мати лише довгостроковий характер.

Подібна довгостроковість, та порівняно невисока прибутковість готельних підприємств по відношенню до капітальних інвестицій необхідних для реалізації

проекту, дуже часто відлякують сучасних інвесторів, через високі ризики, які щороку ростуть, через нестабільну ситуацію в країні, тому рентабельність готельного бізнесу падає.

Але позитивними сторонами готельного бізнесу є:

- Диверсифікованість та різноплановість готельного підприємства, що дозволить отримувати дохід, навіть в несприятливих умовах, а також втілити найнеординарніші ідеї
- Приналежність капітальних проектів в готельному бізнесі, до сфери нерухомості, тобто можливість швидкої адаптації бізнесу, через зміну направленості та бізнес-підходу, а також можливість часткового повернення інвестицій через продаж необоротних активів. Зважаючи на те, що частка придбання цих самих необоротних активів займає майже 75% від усієї суми інвестицій, ризиковість проекту значно знижується.
- Можливість впливу на інфраструктуру міста. Особливо актуально для невеликих міст з високим туристичним потенціалом (яким є Чернігів). Будуючи готель, ви не тільки вибираєте найсприятливіше місце, а й створюєте новий центр попиту, який направляє та розгалужує туристичні потоки. Готель стає невід'ємною частиною міста, формуючи навколо себе інфраструктуру (магазини, ресторани та центри послуг), яка підлаштовується під змінені туристичні потоки.

Готель типу В&В як основа цього проекту був вибраний заради скорочення необхідних капітальних та поточних витрат, через принадлежність до міні-готелів, особливо у порівнянні з готелями 4* та 5*. При меншій вартості реалізації, готелі типу В&В здатні задовольнити потреби споживачів, суттєво не втрачаючи при цьому в доходах.

Основними особливостями В&В готелю гнучкість, тобто відкритість до експериментів, адже через менший масштаб проекту, вони потребують менших інвестицій, що може привабити інвесторів, які шукають цікавих ідей. У випадку цього проекту основною ідеєю стало створення частинки Англії в органічному поєднанні з Черніговом, не втрачаючи при цьому інших особливостей закладів

«ліжко та сніданок», а саме підтримка «домашньої атмосфери» та персоналізований підхід. Своєрідне поєднання відображається у всіх елементах готелю, від дизайнерського проекту до особливостей надання послуг.

На ефективність впровадження саме готелів цього типу готелів вплинули зібрані дані, у всьому світі спостерігається приріст популярності даної концепції, особливо популярними вона стала в англосаксонських країнах.

Також просування даних готелів мало відрізняється від інших готельних підприємств, з наявним переважанням Інтернет-просування, проте також збереглися архаїчні методи просування, такі як використання брошур.

Вигідно відрізняє цей проект від інших є той факт, що в Україні готелі «Ліжко та сніданок» є мало розповсюдженими, особливо в невеликих містах, тобто існує незайнята ніша.

Концентрація закладів цього типу в більшій мірі залежить від туристичної привабливості та розвиненості регіону, якими в Україні є такі міста як Київ, Одеса та Львів, все ж таки перспективні в туристичному плані міста, на кшталт Чернігова, є неменш вигідними для впровадження даної концепції. Готелі даного типу, не зважаючи на невелику кількість, користуються популярністю у туристів та мають високі оцінки від споживачів.

Проте не зважаючи на очевидні переваги та незначні недоліки готелів «Bed and Breakfast» в даній конкретній ситуації та при наявній кон'юктурі ринку, і попри популярність та доцільність на світовому ринку, ризиковий процес впровадження та порівняно низька рентабельність проектів готелів цього типу все ще на досить високому рівні, у порівнянні з іншими сферами економіки, через складну та нестабільну економічну ситуацію в країні, подібний негативний вплив відображається не тільки на готелях даного типу, а й на всій готельній сфері в цілому.

Практична цінність отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути застосовані, окрім реалізації самого проекту, при розробці передпроектних концепцій і концепцій реалізації реконструкції, а також при управлінні економічною діяльністю в готельному бізнесі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДБН В.1.2-9 -2008. Основні вимоги до будівель і споруд. Безпека експлуатації.
2. ДБН В.2.2-20 -2008. Готелі.
3. ДБН В.2.2-23 -2009. Підприємства торгівлі.
4. ДБН В.2.2-25 -2009. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства).
5. ДБН В.1.1-3 -2013. Захист територій, будинків і споруд від шуму.
6. ДБН В.2.5-67 -2013. Опалення, вентиляція та кондиціонування.
7. ДБН В.1.1-7 -2016. Пожежна безпека об'єктів будівництва.
8. ДБН В.2.1-10 -2018. Основи і фундаменти будівель та споруд. Основні положення
9. ДБН В.2.5-20 -2018. Газопостачання.
10. ДБН В.2.5-28 -2018. Природне і штучне освітлення.
11. ДБН Б.2.2-12 -2019. Планування і забудова територій
12. ДСТУ 4527 -2006 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення
13. ДСТУ 4269 -2009. Послуги туристичні. Класифікація готелів
14. ДСТУ ISO 9000 -2015. Системи управління якістю
15. Андренко І. Б., Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник - Х.: ХНУМГ, 2014. С. 431
16. Арпуль О.В., Абрамова А.Г., Мирошник Ю.А. а ін., Готельна справа: підручник - К.: «Кондор», 2021, С. 300
17. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л., Економіка готельно-ресторанного бізнесу: навчальний посібник - К.: НУХТ, 2018, С. 360
18. Брич В.Я., Організація готельно-ресторанної справи: навчальний посібник - К.: «Ліра-К», 2020, С. 484
19. Дяків О. П., Островецький В. М., Управління персоналом: навчально-методичний посібник - Т.: ТНЕУ, 2018. Вид. 2. С. 288
20. Краснокутська Н.С., Нащекіна О.М., Замула О.В. та ін. Менеджмент: навчальний посібник - Х.: «Друкарня Мадрид», 2019. С. 231
21. Лабурцева О.І., Ризики в маркетингу: підручник - К.: КНТЕУ, 2019. С. 476
22. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Ведмідь Н.І. та ін. HoReCa: Готелі - К.: КНТЕУ, 2019. Том 2. С. 412
23. Мальська М.П., Пандяк І.Г., Занько Ю.С., Організація готельного обслуговування: підручник - К.: «Знання», 2011. С. 366
24. Мельниченко С.В., Ведмідь Н.І. та ін. Проектування готелів: навчальний посібник – К.: КНТЕУ, 2012. С. 345

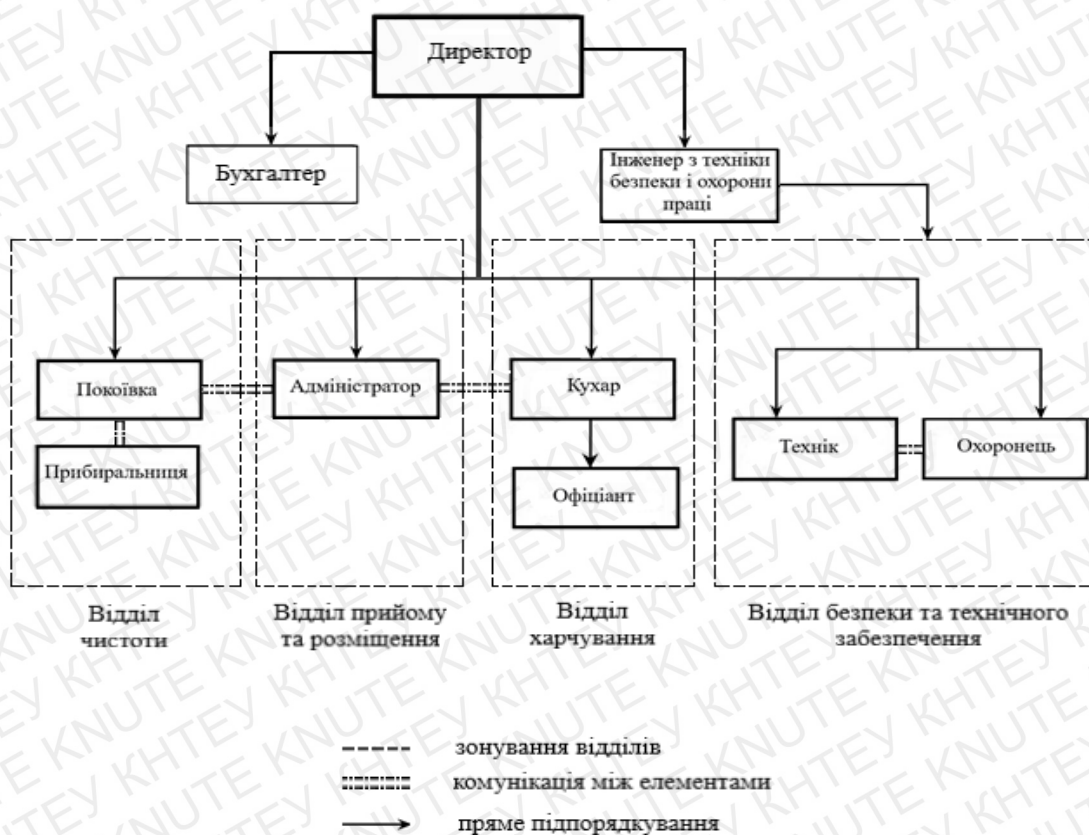
25. Одарченко М.С., Одарченко А.М. та ін, Основи охорони праці: підручник - Х.: «Стиль-Издат», 2017, С. 334
26. Шаповал С.Л., Громадське будівництво: практикум, навчальний посібник – К.: КНТЕУ, 2012. С. 263
27. Hal Shelton, The Secrets to Writing a Successful Business Plan – US: Summit Valley Press, 2017, С. 322
28. Jatashankar R Tewari, Hotel Front Office – GB: Oxford University Press, 2 ed, 2016, С. 465
29. Берещак, В., Огляд ринку готелів: що відбувається з готелями в Україні - [Онлайновий], 2020, Режим доступу: <https://thepage.ua/ua/exclusive/oglyad-rinku-goteliv-sho-vidbuvaetsya-z-gotelyami-v-ukrayini>
[Дата звернення: 09. 08. 2021]
30. Бовш Л.А., Інноваційні маркетингові технології готельних підприємств - Вісник КНТЕУ, 2017. №5 (115), С. 61-73
31. Босовська М.В., Бовш Л.А., Охріменко А.Г., оцінювання якості готельних послуг – Інвестиції практика та досвід, 2019, №4, С. 25-31
32. Воронкова А.Е., Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, - Х.: ХНТУ, 2019, С. 5
33. Довгаль Г.В., Данько Н.І., Міжнародні готельні мережі: світовий досвід для України - Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід. - Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017, С. 110-127
34. Домінська О.Я., Батьковець Н.О., Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні - Вісник Львівського торговельно-економічного університету, 2017, Вип. 52. С. 39–41
35. Кацемір, Я.В., Стратегічне планування та маркетингове управління у готельному бізнесі - Х.: Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, 2021, №7, С. 67-72
36. Мазаракі, А. А., Михайліченко, Г. І., Мельниченко та ін, DEVELOPMENT OF TOURISM BRAND OF UKRAINE - Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики, 2020, №3 (34), С. 421-431
37. Могилова А.Ю., Будашко В.О., Особливості маркетингу у готельно-ресторанному бізнесі - Науковий вісник Херсонського державного університету, 2016, Вип.17, Ч.2, С. 72-75
38. Настич І., Падіння завантаженості, зниження Rack rates та складне відновлення: готельний бізнес під час COVID 19 - [Онлайновий], 2020, Режим доступу: https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/padinnya_zavantazhenosti_znizhennya_rack_rates_ta_skladne_vidnovlennya_gotelniy_biznes_pid_chas_covid_19
[Дата звернення: 09. 08. 2021]

39. Пандяк, І., Історія становлення готельної сфери в Україні - Вісник Львівського університету: Серія Міжнародні відносини, 2011, №29-2, С. 177-183
40. Полінкевич О.М. Стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні - Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, 2021, С. 24-29
41. Полтавська О.В., Продуктивність праці персоналу підприємств готельного господарства України - Економіка і держава, 2015, № 1, С. 107-111
42. Полтавська О.В., Забезпечення ефективності функціонування підприємств готельного господарства - Економіка і держава, 2016, № 11, С. 25-29
43. Daryl Wing, How to improve the hotel guest experience in a COVID-19 world - [Онлайновий], 2020, Режим доступу: <https://www.rentokil.com/blog/reopening-hotels/> [Дата звернення: 11. 10. 2021]
44. Hotel & Distination Consulting, Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні, місце видання невідоме: Європейський Союз ініціатива EU4Business, 2019
45. Janneke Scheepers, Bed & breakfasts loved by all ages - [Онлайновий], 2015, Режим доступу: <https://www.bedandbreakfast.eu/blog/bed-breakfasts-loved-by-all-ages/> [Дата звернення: 07. 10. 2021]
46. Janneke Scheepers, More guests for bed & breakfasts worldwide - [Онлайновий], 2015, Режим доступу: <https://www.bedandbreakfast.eu/blog/more-guests-for-bed-breakfasts-worldwide/> [Дата звернення: 07. 10. 2021]
47. Johnny Sue Reynolds, Lisa Kennon, Bed and Breakfast Industries - Journal of Travel & Tourism Marketing, 2013, 14(1), С. 37-54
48. Koth, Barbara A; William C. Norman. The Minnesota Bed and Breakfast Market: A Guest Profile - Minneapolis: University of Minnesota, 2003.
49. Lin Xiao, Chuanmin Mi, Yetian Chen, Lihua Huang, Understanding the Determinants of Consumer Satisfaction With B&B Hotels: An Interpretive Structural Modeling Approach - International Journal of Web Services Research, 2019, 16(4), С. 22-39.
50. Thalen, J., Increasing popularity for Bed and Breakfast worldwide - [Онлайновий], 2017, Режим доступу: <https://www.bedandbreakfast.eu/blog/innkeepers/increasing-popularity-for-bed-and-breakfast-worldwide/> [Дата звернення: 24. 07. 2021].
51. Сg.gov.ua [Онлайновий] [Офіційний веб-сайт]. – Офіційний веб-сайт Чернігівської обласної адміністрації, Режим доступу: <https://cg.gov.ua/> [Дата звернення: 15. 08. 2021].

ДОДАТКИ

Додаток А

Ієрархічна структура готелю «Chernihium»

Норматив площі земельної ділянки, м²/місце

Типи засобів розміщення	Кількість місць	Площа земельної ділянки, м ² /місце
Готель	25-100	55
	100-500	30
	500-1000	20
	1000-2000	до 15
Мотель		75-100
Кемпінг		135-150
Хостел		35-50
Курортні, туристичні готелі		50-75

Скріншот з порталу DomRIA

dom RIA Продаж Оренда Подобово Новобудови + Додати оголошення

DOM.RIA.com | Продаж | Земельні ділянки | Ділянка під житлову забудову | Чернігівська область | Чернівецький район | Береговий провулок

🔍 Продаж ділянок

☆ **Продаж земельної ділянки під житлову забудову в Чернігові, район Вал, провулок Береговий, площа 8 соток**

75 000 \$ за ділянку
1 994 681 грн • 9 375 \$ за сотку курс валют

👤 **Перевірений рієлтор**
Олена Олександрівна Крючок
• на сайті був(ла) 5 годин тому

✓ **Високий рейтинг • 9.2 із 10**

🌱 **Працює з DOM.RIA**
більше 5 років

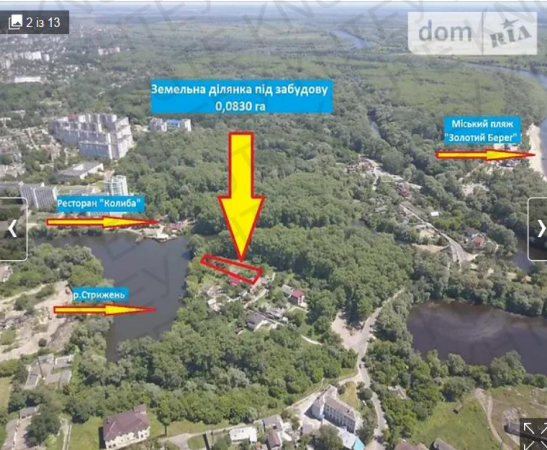
✓ **Перевірений банком**

(066) xxx xx xx [показати](#)

(063) xxx xx xx [показати](#)
з 09:00 - до 21:00

[Написати в чат](#)

• останні дні 5 годин тому



Розгортка стін М 1:100



А

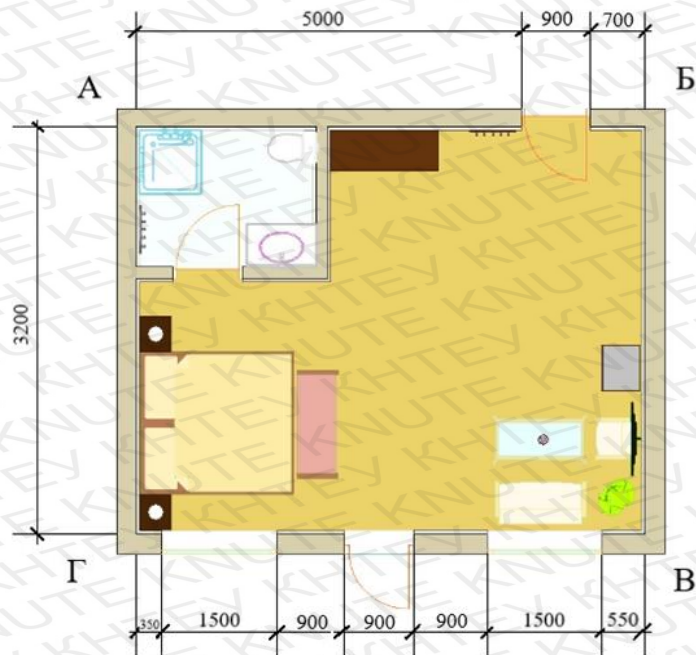
Б

В

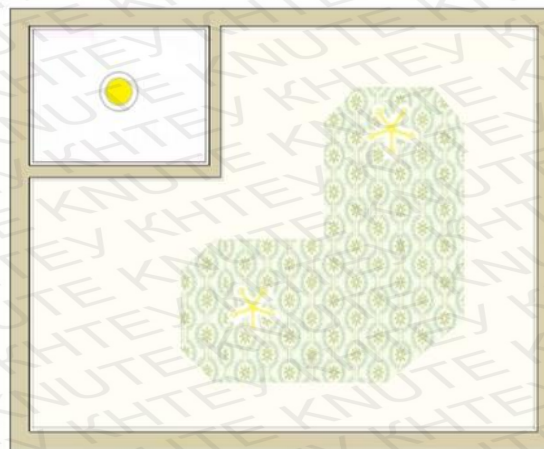
Г

А

План підлоги М 1:100



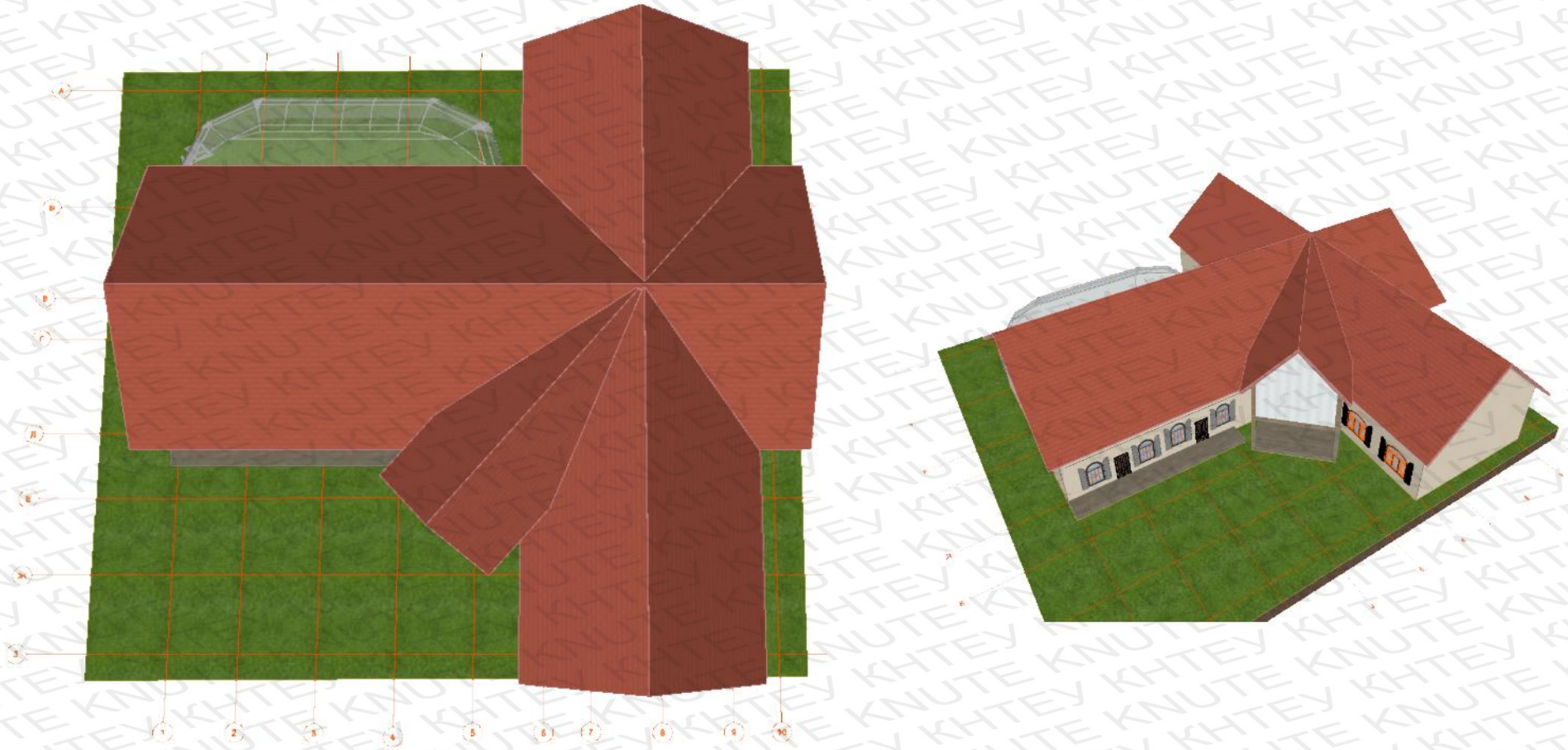
План стелі М 1:00



№	Зразок кольору	Матеріал	Приміщення поверхня
1		Шпалери з візерунком	Стіни
2		Штукатурка, фарбування	Стеля
3		Шпалери	Стеля
4		Метал фарбований під золото	Люстра
5		Дерево (дуб)	Меблі
6		Дерево (ліщина)	Двері, вікна
7		Паркет (ст. дерево)	Підлога

						КНТЕУ 241.20 01-11 д.ф.н. ВКП ГЧ			
						В&В-готель "CHERNINIUM" на 46 місць			
Зм.	К-сть.	Арк.	Людок	Підпис	Дата	Номер "Люкс"	Стадія	Аркуш	Аркуше
Зав. кафедри							Н	1	2
Керівник						Розгортка стін М 1:100 План підлоги М 1:100 План стелі М 1:100	Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу 2 курс, 9м група д.ф.н.		
Консультант									
Розробив									

Фасад готелю. Вид згори М 1:100



						КНТЕУ 241.20 01-11 д.ф.н. ВКП ГЧ			
						В&В-готель "CHERNINIUM" на 46 місць			
Зм.	К-сть.	Арк.	Людок	Підпис	Дата				
Зав. хвфедри						Фасад готелю	Стадія	Аркуш	Аркушів
Керівник							Н	2	2
Консультант						Вид згори М 1:100	Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу 2 курс, 9м група д.ф.н.		
Розробив									