

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

## **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему:**

### **ПРОЕКТ БУТІК-ГОТЕЛЮ У МІСТІ КИЄВІ**

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

Бондаренко  
Ірини  
Андріївни

Науковий керівник  
к.е.н., доцент

Расулова Алла  
Миколаївна

*Науковий консультант:*

Дизайн готелю  
к.т.н., доцент

Заварзін  
Олег Олександрович

Гарант освітньої програми  
д.е.н., професор

Ведмідь  
Надія  
Іванівна

**Київ 2021**

**ЗМІСТ**

Вступ (інвестиційна ідея проекту) ..... 7

**РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС**

1.1. Концептуальне рішення. Локація ..... 9

1.2. Функціональні характеристики ..... 15

1.3. Сервісна концепція ..... 21

1.4. Організаційний дизайн ..... 24

**РОЗДІЛ 2. АРХІТЕКТУРА І ДИЗАЙН**

2.1. Екстер'єр та інтер'єр ..... 27

2.2. Дизайнерське рішення номеру готелю ..... 33

**РОЗДІЛ 3. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ**

3.1. Цінова політика. Фінансові результати проекту ..... 35

3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту ..... 44

ВИСНОВКИ ..... 48

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ..... 50

ДОДАТКИ ..... 54

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** У час карантину і закритих кордонів гостро постала проблема розвитку внутрішнього туризму, адже до України приїздить все менше іноземних туристів. Готельна індустрія тісно пов'язана з проблемою туризму, і страждає через локдаун та карантину кризи чи не більше за туристичну сферу діяльності. Отже головним завданням готель'єрів стало розробка методик залучення туристів саме до свого готелю, а завданням тих, хто лише планує будувати – створення все більш унікальних та оригінальних концепцій будівель.

Україна, зокрема, Київ та Київська область має великий туристичний потенціал завдяки унікальному географічному розташуванню. Проблеми, пов'язані з оцінкою стану готельного господарства України та регіонів досліджували вітчизняні вчені М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, Н.М. Паньків, М. Бойко, С.В.Мельниченко, А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко та ін. Отже, проектування закладу готельного господарства середнього цінового сегменту в м. Києві є актуальним.

**Мета випускної кваліфікаційної роботи** – проектування бутік-готелю в місті Києві за результатами оцінювання маркетингових, економічних, виробничих факторів та з урахуванням інженерних, ергономічних, екологічних вимог.

Для досягнення цієї мети будуть вирішені наступні **завдання**:

- провести маркетингові дослідження регіонального ринку готельних послуг в м. Києві і обґрунтувати місце розміщення бутік-готелю;
- розробити загальну концепцію бутік-готелю, концепцію дизайну, сервісу підприємства, визначити конкурентні переваги;
- розробити перелік основних і додаткових послуг бутік-готелю: визначити умови та чинники забезпечення процесу обслуговування;
- розробити експлікацію приміщень бутік-готелю;



- обґрунтувати вибір просторового рішення приміщень різного функціонального призначення при бутік-готелі; організацію роботи структурних підрозділів, спроектувати процес обслуговування в готелі на основі структурно-технологічних схем;
- обґрунтувати організаційний дизайн проекту;
- розробити прогноз результатів фінансової діяльності закладу виходячи з потреб забезпечення необхідного соціального і виробничого розвитку.

**Об'єкт дослідження** – процес обґрунтування концепції, організації сервісу, архітектури, дизайну, управління та економічних показників діяльності проєктованого бутік-готелю.

**Предмет дослідження** – теоретичні, методичні, прикладні засади проєктування бутік-готелю в місті Києві.

**Методи дослідження.** В випускній кваліфікаційній роботі використані різні способи і прийоми наукових досліджень: статистичні спостереження, аналіз – для проведення маркетингових досліджень регіонального ринку послуг, математичні методи, безпосереднього обстеження підприємств готельного господарства, графічного (для візуалізації основних положень досліджень). Для систематизації отриманої інформації використані методи комп'ютерної обробки здійснені за допомогою пакетів прикладних програм.

**Інформаційна база.** Основними інформаційними джерелами є матеріали наведені в вітчизняній та закордонній літературі, законодавчих та нормативних актах, наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених та мережі Інтернет, статистичні дані. Розрахунки проведені на основі навчального посібника «HoReCa: готелі» за редакцією А.А. Мазаракі.

**Практичне значення** одержаних результатів виступають в ролі пропозицій щодо проєктування підприємства готельного господарства відповідно до вимог індустрії гостинності.

**Публікації.** Основні положення випускної кваліфікаційної роботи опубліковано у збірнику наукових статей (дод. А).

## РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС

### 1.1 Концептуальне рішення. Локація

Основна мета діяльності готельного бізнесу – не лише виконання своєї основної функції – тимчасова домівка туриста, але й забезпечення максимального комфорту і відповідність усім потребам гостя. Саме тому концепція мого готелю – бутік-готель. Така концепція дозволяє нашим відвідувачам обрати максимально близький для себе стиль номеру, щоб якнайкомфортабельніше провести свій час. Локація майбутнього готелю – Печерський район м. Києва Набережно-Печерська дорога, 8, Київ, 02000.

Печерський район – найменший за територією та населенням район міста Києва, розташований у центральній частині столиці на правому березі Дніпра. Він багатий на туристичні пам'ятки а також відомі офіційні будови ,такі як Офіс Президента України, НБУ, Будинок офіцерів, Маріїнський палац і тд.

Також цей район має такі культурні заклади, як театри, кінотеатри, музеї.

Відстань від готелю до метро і найближчих пам'яток і відомих місць: до Метро Видубичі – 30 хв пішки або 6 хв транспортом, до Метро Дружби народів – 42 хв пішки або 9 хв транспортом, Красний двір (оглядовий майданчик) – 26 хв пішки, з нього можливо потрапити до національного ботанічного саду ім. Гришка, Наводницький парк - 12 хв пішки, Меморіальний комплекс – 26 хв пішки.

Відстань до залізничного вокзалу м. Києва – 35 хв автотранспортом, або 1 година 20 хв транспортом загального користування. Відстань до аеропорту «Жуляни» – 36 хв. автотранспортом, до аеропорту «Бориспіль» - 34 хв.

Сама локація розташування готелю буде привабливою для туристів тим, що знаходиться посередині двох відомих туристичних точок Києва -з одного боку річка Дніпро, з іншого - Національний ботанічний сад імені М. М. Гришка НАН України.

Був здійснений аналіз найпопулярніших готелів Печерського району, згідно сайту Booking.com, які представлені у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

**Функціональні характеристики підприємств готельного господарства  
Печерського району м. Київ**

№	Назва готелю, адреса	Кількість номерів	Кількість місць	Розміщення готелю
1	Готель Фараон **** Київ, вул. Набережно- Печерська дорога, 2	22	44	в 1,2 км від станції метро "Видубичі". до центрального залізничного вокзалу становить 11,3 км, до автовокзалу - 6,5 км, до аеропорту "Бориспіль" - 29 км, до аеропорту "Київ" - 14 км
2	Готель Дніпро **** Київ, вул.Хрещатик, 1/2	186	372	Готель "Дніпро" знаходиться в 3,6 км від центрального залізничного вокзалу, в 6 км від автовокзалу, в 35,7 км від аеропорту "Бориспіль", в 9 км від аеропорту.
3	Готель Druzhba Hotel *** Київ, бул. Дружби Народів, 5	75	150	Відстань від готелю "Дружба" до центрального залізничного вокзалу - 5,6 км, до автовокзалу - 1,6 км, до аеропорту Бориспіль - 34,1 км.
4	Готель Чорне море *** Київ, вул. Лейпцизька, 16А	34	68	недалеко від станції метро "Печерська". Відстань до залізничного вокзалу - 5,5 км, аеропорту "Бориспіль" - 33,5 км, центрального автовокзалу - 5,3 км
5	Готель Royal Grand Hotel **** Київ, вул. Богдана Хмельницького 31/27	44	88	До центрального залізничного від готелю "Royal Grand Hotel" вокзалу 3 км, до аеропорту "Бориспіль" - 35 км, до аеропорту Жуляни 8 км, до центру міста 1 км.
6	Готель De Paris **** Київ, вул. Велика Васильківська, 5	26	52	в самому центрі столиці, на перетині головних вулиць Києва: Хрещатика, Великої Васильківської, Басейної та бульвару Шевченка.

Можна зробити висновок, що готелів типу butik-готелів у даному районі не спостерігається, а отже готель такого формату буде користуватися попитом.

Butik-готель – це різновид готелів, що першопочатково з'явилися у Північній Америці і Великій Британії. Це невеличкий готель, зазвичай від 10 до 100 номерів, кожен номер якого своєрідно оформлений. Особливістю таких готелів є їхня незвичність та унікальність, яка простежується від зовнішнього вигляду готелю до особливості будови його поверхів, наявності різних



унікальних кімнат, нестандартних рішень оформлення та неповторності кожного номеру.

Були розглянуті butik-готелі м.Києва, що могли б скласти конкуренцію готелю, що проектується. Для розгляду були обрані топ-5 готелів м.Києва згідно сайту TripAdvisor, що представлені у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

### Бутик-готелі м.Києва

№	Назва готелю	Кількість номерів	Кількість місць	Розміщення готелю
1	Senator Maidan	42	95	пер. Тараса Шевченко, 8Б, Київ 01001 Україна
2	BURSA Hotel	33	72	Вул. Костянтинівська, 11, Київ 04071
3	Бутик-отель Воздвиженский	32	70	ул. Воздвиженская, 60 а,б, Київ 04071 Україна
4	MaNNa Boutique Hotel	12	28	Воздвиженская 16б, Київ 04071 Україна
5	KONTRAKT Boutique Hotel	17	42	ул. Покровская 9, Київ 04070 Україна

Назва «Т.А.Р.Д.І.С.» походить від абрєвіатури цінностей нового готелю:

**Т** – турбота про комфорт та задоволеність гостей

**А**- актуальність (такий формат готелю завжди буде актуальним)

**Р**- різноманітність (кожен номер не схожий на інший)

**Д** – динамічність (інтенсивний постійний розвиток готелю)

**І** – історичність (butik-готелі у Києві і світі несуть у собі певну історію розвитку)

**С**- спільність (простежується через єдність, згуртованість команди готелю)

Слоган готелю – «Відрізняючись від інших – пізнаємо себе».

Карти локацій нового готелю та найближчих конкурентів знаходитимуться у Дод. Б.

Для успішного просування послуг готелю необхідно визначити сегмент споживачів. Планується, що до готелю будуть приїздити як і туристи, щоб відвідати історичні місця і мати змогу зупинитись неподалеку від центра, щоб

відчути ритм міста, так і люди з метою відрядження. Номерний фонд готелю буде розрахований як на одномісний номер так і на сімейний.

Таблиця 1.3

**Перелік зручностей та сервісів для гостей бутік-готелю «Т.А.Р.Д.І.С.»**

<p><b>Спорт і відпочинок</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Тематичні вечери (Оплачується окремо)</li> <li>- Бібліотека, що знаходиться у кафе-бібліотеці</li> <li>- Фітнес-зал готелю</li> </ul>	<p><b>Їжа і напої</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Пляшка води</li> <li>- Дитяче меню Оплачується окремо</li> <li>- Спеціальне дієтичне меню (за запитом)</li> <li>- Сніданок у номері</li> <li>- Ресторан</li> </ul>
<p><b>Інтернет</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Бездротовий доступ до Інтернету на всій території готелю безкоштовно.</li> </ul>	<p><b>Транспорт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Трансфер до аеропорту (Оплачується окремо)</li> <li>- Трансфер з аеропорту (Оплачується окремо)</li> </ul>
<p><b>Стіяка реєстрації</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Індивідуальна реєстрація заїзду/виїзду</li> <li>- Послуги консьєржа</li> <li>- Камера зберігання багажу</li> <li>- Послуги квиткової каси</li> <li>- Туристичне бюро</li> <li>- Експрес-реєстрація заїзду/виїзду</li> <li>- Цілодобова стійка реєстрації гостей</li> </ul>	<p><b>Загальні</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Місця для куріння</li> <li>- Кондиціонер</li> <li>- Кафе-бібліотека (на території)</li> <li>- Опалення</li> <li>- Звуконепроникні номери</li> <li>- Ліфт</li> <li>- VIP-послуги</li> <li>- Обслуговування номерів</li> </ul>
<p><b>Безпека</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Вогнегасники</li> <li>- Відеоспостереження</li> <li>- Датчики диму</li> <li>- Охоронна сигналізація</li> <li>- Цілодобова охорона</li> </ul>	<p><b>Послуги прибирання</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Щоденне прибирання</li> <li>- Чистка взуття</li> <li>- Прасування одягу (Оплачується окремо)</li> <li>- Пральня (Оплачується окремо)</li> </ul>
<p><b>Послуги бізнес-центра</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Факс/ксерокопіювання</li> <li>- Конференц-зал/бенкетний зал</li> </ul>	<p><b>Мова спілкування</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- англійська</li> <li>- російська</li> <li>- українська</li> </ul>
<p><b>Парковка -</b> місця для паркування</p>	

Віковий діапазон гостей – це молодь і люди середнього віку, як громадяни України так і іноземці. Тривалість перебування гостей у готелі коливатиметься від 2 діб до повного тижня.

Унікальною особливістю проектованого бутік-готелю буде те, що дизайн кожного готельного номеру, приміщень готелю (ресторан, конференц-зала, рецепція і т.д.) кардинально відрізнятимуться по стилю, проте всі дизайни приміщень між собою будуть гармоніювати.



Для прикладу: один з готельних номерів буде виконаний у стилі *лофт*, інший номер матиме *Скандинавський* стиль, а наприклад рецепція готелю буде виконана у синіх кольорах. (Більше про оформлення інтер'єру розписано у Розділі 2.)

Основна місія – залишити наших гостей повністю задоволеними від перебування та зробити усе можливе і неможливе, щоб відвідувачі почувалися як вдома. Для кожного знайдемо особистий підхід та надамо можливість обрати кімнату для поселення, яка максимально підійде по енергетиці та стилю гостю. Адже кожна наша кімната є унікальною та неповторною

Концептуальне рішення відображене у табл. 1.4

Таблиця 1.4

#### Концептуальне рішення бутік-готелю «Т.А.Р.Д.І.С.» м. Київ

Ознаки концепції	Характеристика ознак
<b>Характеристика місця розташування</b>	
Країна	Україна
Адміністративний вид території	Місто Київ
Адміністративний район	Печерський район
Адреса розташування готелю	Район метро Видубичі Набережно-Печерська дорога, 8, Київ, 02000
Система проживання і харчування	Харчування, розміщення і користування додатковими послугами
Формат готелю	Бутік-готель
Категорія	4*
Кадровий склад	1. Директор 2. Асистент директора 3. Обслуговуючий персонал 4. Технічний персонал 5. Адміністративний персонал
Система управління	Лінійно-організаційна
Місткість	30 номерів (52 місця)
Категорії номерів	Люкс – 6 номерів Стандарт одномісний – 8 Стандарт двомісний – 16
<b>Харчування</b>	
Тип закладу	Ресторан Кав'ярня-бібліотека (на першому поверсі)
<b>Бізнес-послуги</b>	
Тип послуги	Конференц-зал

Бізнес – напрями готелю «Т.А.Р.Д.І.С.»:

- Реалізація номерного фонду
- Реалізація їжі та напоїв у кафе/ресторані
- Реалізація конференц - послуг
- Надання послуг обслуговування

При проектуванні готелю були також проведені маркетингові дослідження, такі як STP-маркетинг та SWOT-аналіз майбутнього бутік-готелю, результати яких відображені у табл. 1.5 та 1.6.

Таблиця 1.5

### STP-маркетинг готелю, що проектується

Сегментація та Таргетинг готелю «Т.А.Р.Д.І.С.»	Оскільки готель, що проектується, це бутік-готель, він більше спрямований на пари без дітей, оскільки він не матиме сімейного номеру. По ціновій політиці – він матиме середньо ринкову ціну, що спрямована на середній клас населення. Готель підходить для бізнес-подорожей, оскільки має конференц-зал.
Стратегія маркетингу	Готель матиме стратегію диференціації. Оскільки тип готелю – бутік, то відповідно кожна кімната матиме певний стиль, що буде приваблювати клієнтів.
Позиціонування продукту/послуги підприємства на засадах стратегічного маркетингу	
1. Для чого існує бренд?	Готель існує для того, аби гості могли надихнутися нашим дизайном, обрати кімнату під настрій і провести час із задоволенням.
2. Для кого існує бренд?	Для молодих пар, для пар, які бажають на пару днів відволіктися від роботи та обов'язків, для бізнес-людей, що бажають провести конференцію в затишному місці
3. Для якого часу існує бренд?	Для будь-якого і будь коли, бо готель працюватиме 365 днів у рік і вже має цікаві заплановані івенти
Як позиціонування досягається?	Позиціонування досягається через унікальний стиль готелю, унікальністю і неповторністю дизайну кожного номеру, через майже злиття з природою, оскільки більшість стін готелю будуть скляними
Стратегії позиціонування	Готель використовуватиме стратегії позиціонування категорії, цінове позиціонування (бюджетні номери, карти лояльності, певні бонуси). Також він використовуватиме власну стратегію - унікальності, оскільки в ній закладена головна концепція готелю.

Таблиця 1.6

**SWOT-аналіз майбутнього butik-готелю «Т.А.Р.Д.І.С.»**

<b>Внутрішні фактори</b>	<u><b>Сильні сторони:</b></u> - новий готель - Приємна цінова політика - Висока якість обслуговування - Привітний персонал - Зручне розташування - Унікальний інтер'єр - Загальна зала з кінопроектором - Еко-френдлі	<u><b>Слабкі сторони:</b></u> - Недостатня кількість персоналу - маленька парковка - далеко від центру міста - відсутність великої зали для проведення бенкетів
<b>Зовнішні фактори</b>	<u><b>Можливості:</b></u> - Збільшення прибутку, особливо у святкові дні - наявність вакантних місць для нового персоналу - розширення парковки - можливість кар'єрного росту	<u><b>Загрози:</b></u> - неокупність готелю - наявність більш сильних конкурентів

**1.2. Функціональні характеристики**

Проектований готель матиме загально 5 поверхів – 4 наземні та один підземний. Нульовий (або підземний) поверх готелю виконуватиме функцію зони технічних приміщень. Перший поверх готелю буде відведений під функціональну зону готелю (рецепція, ресторан, адміністративні приміщення). Інші ж три поверхи – жила зона готелю з відведеними окремо місцями під конференц-залу та фітнес-залу.

Для успішної роботи готелю необхідно спершу спроектувати приміщення фронт та бек офісу. У фронт-офісі здійснюється спілкування з гостями готелю, обробка їх даних при заселенні, створення про файлу споживача і база даних усіх прибулих і відбулих гостей готелю.

Основними функціями фронт-офісу є:

- Бронювання послуг
- Реєстрація, розміщення та виселення гостей
- Здійснення розрахунків за послуги



- Надання різних видів сервісу

Також в готелі необхідна і вестибюльна група приміщень: вестибюль сам по собі, кімната для збереження і транспортування багажу, туалети, приміщення охорони, адміністративні приміщення.

Площа вестибюлю складатиме з розрахунку на 52 місця у готелі і складатиме близько 35 метрів квадратних. Вестибюль виконує собою функцію об'єднання входу до закладу із входами до подальших приміщень, ліфтів та сходів. Вестибюль об'єднує як зону інтенсивного пішохідного руху так і зону відпочинку та очікування. Розташування функціональних зон буду спроектоване наближено до концентричного принципу планування, що надасть зручну візуальну орієнтацію.

Служба прийому і розміщення (або ж рецепція) є головним і основним підрозділом готелю що має дві функціональні частини :

- Зона роботи з клієнтами
- Зона працівників служби

Сама зона рецепції буду спроектована так, щоб гості готелю могли її бачити з любого кутку вестибюлю, а особливо зі входу готелю, а робітник за стійкою міг бачити весь вестибюль. Приміщення для персоналу служби прийому і розміщення – зона яка не має бути видною для гостей, тому буде створений окремий кабінет для робітників, в безпосередній близькості до рецепції.

Два ліфти будуть розташовані безпосередньо біля входу готелю. Туалетна кімната буде розташована поблизу ресторану готелю. Вона складатиметься з двох приміщень – умивальна і санітарна кімнати. У санітарній зоні знаходитимуться кабінки з біде. У чоловічій вбиральні встановлені пісуари. Туалетна кімната міститиме електрорушники, дозатори рідкого мила, туалетний папір, освіжувачі повітря, дзеркала. Всі електронні пристрої будуть з сенсорними датчиками для зручності гостей.

Також буде створена туалетна кімната для людей з особливими потребами. Буде спроектована і кімната для охорони, і розташована вона буде найближче до входу.

Таблиця 1.7

**Склад і площа приміщень приймально-вестибюльної групи готелю  
«Т.А.Р.Д.І.С» на 52 місця у м. Києві**

Найменування приміщення	Площа у м2
Вестибюль	35
Зона рецепції	4
Кімната чергового персоналу	6
Кімната адміністратора	6
Камера схову	4
Приміщення охорони	6
Медпункт	10
Санвузол чоловічий і жіночий	12
Санвузол людей з особливими потребами	5
Площа приймально-вестибюльної групи	88

До приміщень житлової групи готелю належать: номери, коридори, вітальні, ліфтові і сходно-ліфтові холи, і тд.

Обираючи майбутню форму плану житлової частини були враховані особливості ділянки для будівництва, забезпечені протипожежні і санітарно-гігієнічні вимоги та сам творчий задум. Якщо дивитися на будівлю зверху, то вона нагадуватиме невелику розгорнуту книжку.

Номерний фонд, хоч буде і невеликим (30 номерів) проте буде спрямований на забезпечення максимальної завантаженості готелю, ефективної роботи готелю в несезонний період, створення комфортних умов для тимчасового проживання.

Важливою та невід'ємною частиною жилої зони готелю звичайно є коридори. Вони функціонують як важливий комунікаційний вузол, що поєднує номери з ліфтами, сходами та приміщеннями іншого призначення. Ширина коридору буде близько 1,5 метра, для комфортного проходу двох людей. Підлога коридору буде дерев'яною і покритою ковроліном, для запобігання слизької підлоги.

Приміщення для обслуговуючого персоналу буде спроектоване на другому поверсі готелю, неподалік ліфтів, що буде зручним для пересування покоївок, і буде обладнане усіма необхідними речами.

Приміщення для прання, сушки і прасування речей знаходитиметься на 0 поверсі готелю, і буде обладнана пральною машинкою, сушаркою, гладильною дошкою, стелажми для чистої білизни та іншим необхідним оснащенням.

Також у готелі буде спроектована кімната для проведення конференцій за принципом ESEF (Easy Smart Ecological Fast) що в перекладі означатиме «просто, розумно, екологічно і швидко». Сама кімната буде спроектована як універсальна, з посадковими місцями. Інтер'єрне рішення буде співпадати з концептуальним рішенням готелю. Конференц зала матиме у собі все необхідне сучасне обладнання.

Зала для фітнесу і йоги також матиме місце у готелі. У ній буде передбачена площа для гантельного ряду, силових, кардіо тренажерів і все необхідне обладнання для заняття йогою. Стіни зали будуть зі звукоізоляцією щоб не заважати іншим гостям готелю.

Окрім фронт-офісу готелю важливе значення має і бек-офіс, адже його призначення це служби готелю, що виконують адміністративні та забезпечуючі функції що спрямовані на забезпечення ефективної роботи фронт-офісу. Приміщення цієї зони не передбачені для гостей готелю.

Всі адміністративні приміщення будуть спроектовані на першому поверсі готелю і матимуть велику кількість природного освітлення. До адміністративної групи приміщень відноситимуться: дирекція, відділ кадрів, відділ постачання, бухгалтерія, планово-економічний і інженерно-технічний відділи.

Адміністративні приміщення готелю умовно поділяють на дві функціональні групи: основні і допоміжні. До основних відноситимуться такі як кабінет директора готельного комплексу, приймальня, робочі кімнати. До допоміжних належать приміщення, що виконуватимуть функцію важливого просторового доповнення в



управлінській діяльності. В випадку майбутнього готелю кімната буде представлена у вигляді конференц-зали.

Адміністративні приміщення будуть спроектовані згідно з нормативу 6 м<sup>2</sup> на одного працівника для робочого місця з комп'ютером.

Кабінет директора складатиметься з робочої зони, зони для перепочинку та приймання гостей. Бухгалтерія матиме робочу зону під кожного працівника відділу, окремий кабінет головного бухгалтера, в якому стоятиме металевий сейф з камерою спостереження. Планово-економічний та інженерно-технічні відділи так само матимуть зону для кожного працівника і окремий кабінет для керівника цієї зони.

До приміщень адміністрації належать побутові приміщення персоналу: гардеробна, туалетна кімната, душова. Побутові приміщення і службові входи будуть відокремлені від приміщень для обслуговування гостей готелю і матимуть окремий службовий вхід. Адміністративні приміщення матимуть велику кількість природного світла, адже будуть розташовані уздовж зовнішніх стін будівлі, панорамні вікна якої забезпечать освітлення.

Зона технічних приміщень, таких як: вентиляційні камери, насосні, машинні відділення холодильних установок, тепlopункти і тд будуть розташовані на 0 поверсі готелю. Вони не матимуть природного освітлення, проте матимуть окремий вхід з зовні.

*Таблиця 1.8*

**Склад і площа адміністративної групи приміщень butik-готелю «Т.А.Р.Д.І.С.»**

№	Приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
1	Кабінет директора	10
2	Конференц-зала	13
3	Санвузол	6
4	Кабінет заступника директора	6
5	Інженерно-технічний відділ	12
6	Відділ кадрів	10
7	Бухгалтерія	20
8	Планово-фінансовий відділ	12
	<b>Разом</b>	<b>89</b>

До господарської та виробничо-побутової частини приміщень належатимуть такі побутові приміщення персоналу як гардеробна, туалетні кімнати та душові. Вони створені саме для персоналу готелю, і тому відокремлені від приміщень для гостей. Знаходитимуться більшість з них на 0 поверсі готелю.

Приміщення медичного пункту розташовуватиметься на 1 поверсі готелю. Призначений він як для гостей так і для співробітників готелю. Він надаватиме попередні лікувальні процедури, проте за тяжких випадків перенаправлятиме в найближчу лікарню.

Складські приміщення будуть розташовані на 0 поверсі готелю. У них зберігатимуться всі необхідні речі та припаси для забезпечення ефективної та безперебійної роботи номерного фонду.

### **1.3. Сервісна концепція**

Одним із перших і основних концепцій сервісу проектованого бутік-готелю є сервіс бронювання.

Він визначатиметься таким гостьовим циклом:

Бронювання – прибуття – проживання – виїзд

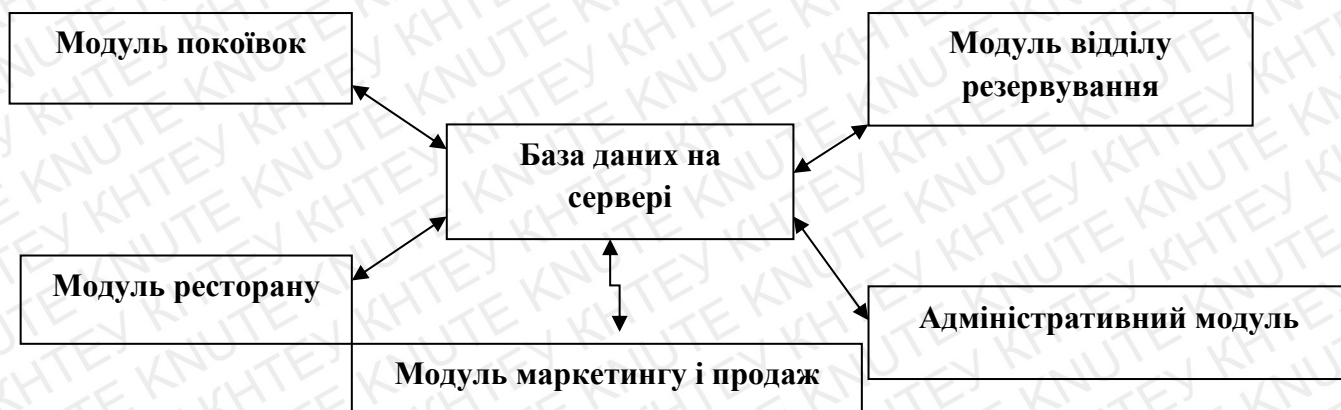
Основний технологічний цикл обслуговування у бутік-готелі матиме вигляд замкненого циклу технологічних процесів: бронювання послуги, зустріч та приймання споживача, реєстрації документів, попередньої оплати, надання основних і додаткових послуг, кінцевий розрахунок за послуги та організація виїзду.

У готелі буде діяти система резервування Amadeus.

Гості готелю також зможуть керувати процесом бронювання подорожі зі свого телефону через один з мобільних додатків, таких як Opera-MyStayManager.

Систематизована система авторизації діяльності засобів розміщення буде об'єднувати відділи готелю для оперативної взаємодії між собою. Вся інформація що перебуватиме на центральному сервері підприємства становитиме собою базу даних гостя.

Для роботи з глобальними системами резервування буде укладений договір з одним із глобальних туроператорів.



**Рис. 1.1. Структура автоматизованої системи організації роботи готелю**

Інформаційні системи, що існуватимуть в готелі, об'єднуюватимуть різні його служби, щоб координувати зусилля працівників для досягнення мети і місії організації.

Модуль адміністративної служби буде використовувати систему Fidelio, яка матиме базу даних про технічний стан номерів, їх поточний статус, розцінки і поточну зайнятість готелю. Також у ній буде можливим здійснювати резервування і реєстрацію гостей і вести облік постійних клієнтів.

Модуль відділу резервування нестиме у собі такі функції як: перевірку платоспроможності гостя, телефону консоль і облік телефонних дзвінків гостя. Даний модуль призначений для автоматизації роботи відділу резервування номерів і є конструктивно пов'язаний з системою Fidelio.

Модуль роботи покоївок використовуватиметься для підтримання інформації про стан номерів для управлінських потреб і відділу резервування. Кожному номеру буде присвячено один з двох статусів: вільно або зайнято. Покоївки також власноруч зможуть присвоїти такі статуси як «чистка ще не відбулась», «чисто», «готовий до продажу».

При заселенні або виселенні гостя статус змінюється автоматично.



Модуль маркетингу виконуватиме функцію забезпечення готелю клієнтами і спрямування на побудову системи збирання інформації, дослідження ринку, реклами, маркетингової стратегії проведення операцій із просування готельних послуг та обслуговування, щоб забезпечити максимум ефекту за мінімум витрат.

Створення системи дистрибуції в готелі потрібне задля того щоб кожен гість ставав постійним клієнтом. Задля досягнення цієї мети і буде створений сервіс онлайн бронювання через сайт готелю. Щоб максимізувати використання сайту як каналу бронювання, створений алгоритм дій:

#### **Процес дистрибуції готельних послуг:**

- 1) Генерування попиту через збільшення відвідуваності сайту і збільшення кількості кліків.
- 2) Підвищення ступеня корисних відвідувань через збільшення продажу номерів.
- 3) Оптимізація доходів через максимізацію доходів на одне бронювання.
- 4) Утримання клієнтів за допомогою програм лояльності.
- 5) Повторення попередніх етапів.

Час поселення у проектованому готелі буде згідно стандартів готельної індустрії в Україні – до 14:00. Поселення відбуватиметься після реєстрації гостя на рецепції.

Процес поселення у номер буде розділений на такі міні-етапи:

1. Передреєстрація
2. Оформлення реєстраційного запису
3. Визначення номеру і тарифів
4. Оплата готельних послуг
5. Видача магнітного ключа
6. Супровід до номеру

Якщо обирати послугу онлайн бронювання і сплати послуг онлайн то кількість етапів при заїзді скорочується до:

1. Перевірка реєстрації та підтвердження особи

2. Видача магнітного ключа
3. Супровід до номеру

Важливим є і надання додаткових послуг, що планується запропонувати майбутнім клієнтам. Гість готелю завжди очікує швидкого та якісного обслуговування, тому доцільним буде створення посади гест-релейшн.

Основними функціями гест-релейшн в готелі будуть:

- Комунікація з гостями готелю
- Робота з пропозиціями і скаргами клієнтів
- Створення і ведення інфо-бази клієнтів
- Створення бази постійних споживачів
- Надання інформації гостям про готель, його послуги
- Слідкування за дотриманням стандартів у готелі
- Комунікація з корпоративними клієнтами

Рум-сервіс готелю відповідатиме за виконанням усіх побажань та потреб гостей щодо отримання ресторанної послуги у номері. Персонал закладу ресторанного господарства що братиме участь в обслуговуванні номерів повинен буде пройти спеціальний інструктаж про обслуговування.

Плата за обслуговування в номерах буде встановлена за тарифами на додаткові послуги, що будуть встановлені у готелі.

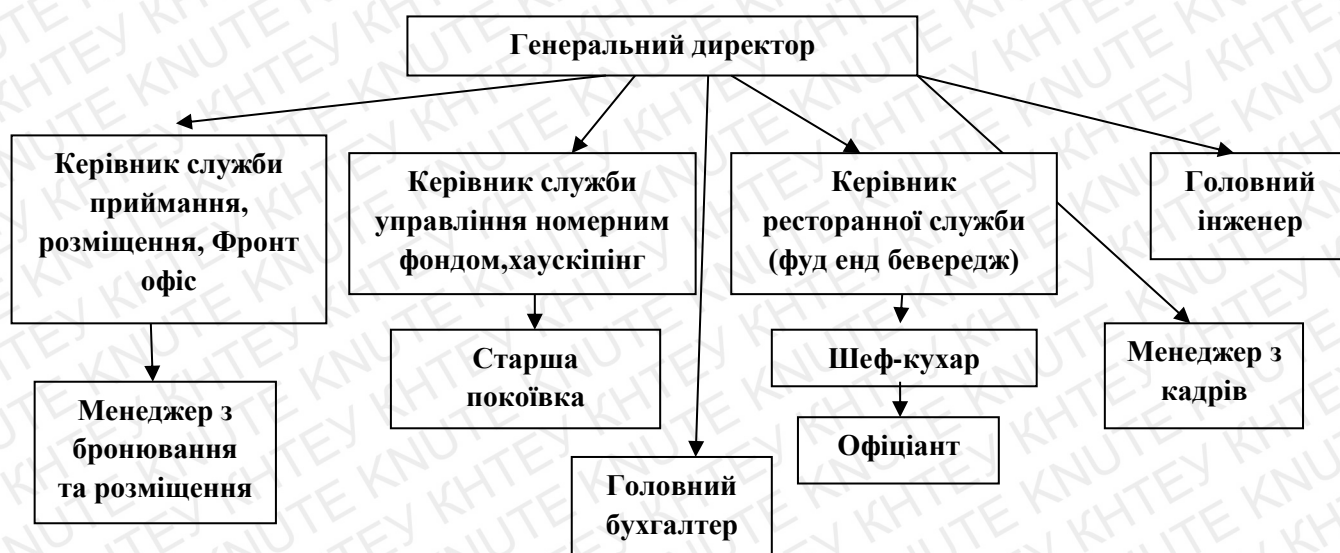
Обов'язком хаускіпінгу є дотримання чистоти, порядку, комфорту у готелі, що виконуватиметься за рахунок розумно спланованого порядку клінінгу.

При проектуванні готелю було взято до уваги що для хаускіпінгу необхідно виділення окремих приміщень, обладнання, інвентарю, комунікацій.

## **1.4 Організаційний дизайн**

Організаційна структура готелю загалом будуватиметься таким чином. До ланок управління належать керівники, їхні заступники, що управляють декількома структурними підрозділами, самі структурні підрозділи і провідні

спеціалісти, що виконують окремі функції або частину функцій. їм підпорядковуються безпосередні виконавці (обслуговуючий персонал). На вершині структури управління готелю стоятиме власник та генеральний директор. Організаційна структура потрібна для ефективного виконання ключових функцій працівників, визначення їх підзвітності, забезпечення належних зусиль з боку персоналу. За характером виконання трудових функцій персонал готелю поділяється на робітників та службовців. Робітники безпосередньо надають послуги. До робітників відноситься і молодший обслуговуючий персонал готелю — двірники, прибиральниці тощо. Службовці здійснюють організацію діяльності людей, управління підрозділами готелю, фінансово-бухгалтерські, постачальницькі, юридичні й інші функції.



**Рис. 1.2. Організаційна структура готелю**

Як видно за схемою, була обрана лінійна організаційна структура управління. Лінійні зв'язки на підприємстві відображають рух управлінських рішень та інформації, що виходить від так званого лінійного менеджера, тобто особи, яка цілком відповідає за діяльність готелю. За такої форми організації структури управління директор підприємства готельного господарства організовує та забезпечує ефективну його діяльність, розробляє стратегію



розвитку та здійснює контроль якості надання послуг, організовує ефективні зовнішні комунікації, забезпечує раціональне використання, облік, розподіл номерів та місць, скеровує роботу персоналу і служб підприємства, забезпечує рентабельне функціонування, ведення і своєчасне подання господарсько-фінансової звітності, вживає заходи забезпечення готелю матеріально-технічними ресурсами та персоналом.

Керівник служби приймання контролює менеджера з бронювання та розміщення. Служба прийому і розміщення (Front office) найбільш часто контактує і здійснює взаємодію з гостями протягом всього процесу обслуговування, починаючи з моменту першого звернення гостя в готель до моменту його виписки. Персонал служби розміщення готелю - це адміністратори і портьє, носильники, менеджери служби бронювання.

Фронт-офіс включає в себе відділ бронювання, служби доставки багажу, відділ комутації, розрахунково-касовий відділ.

Служба фронт-офісу працює в цілодобовому режимі, з денною, вечірньою та нічними змінами.

Службу експлуатації номерів очолює менеджер, якому підпорядковані покоївки, чергові по поверху, супервайзери, стюарди та деякі інші категорії працівників.

Старша покоївка отримує завдання, які розподіляє серед підлеглих. До її компетенції входить розподіл роботи з урахуванням штатного розкладу, а також виконання всіх адміністративних функцій, покладених на неї керівництвом. Покоївка безпосередньо підпорядковується старшій покоївці.

Керівник ресторанної служби відповідає за наповнення готелю їжею та напоями як для персоналу так і для гостей. Оскільки в готелі планується кафе-книгарня, то за напої та десерти також відповідає керівник даної служби. Йому підпорядковується шеф-кухар, офіціанти.

Головний інженер готелю керує роботою технічного персоналу і контролює результати його роботи.

Старший енергетик забезпечує безперерйну роботу, правильну експлуатацію енергетичного і сантехнічного обладнання, електричних і теплових мереж, повітропроводів, водопроводу і каналізації.

Бухгалтерія у готелях здійснює аналіз фінансово-господарської діяльності, організовує складання бухгалтерських звітів згідно нормативних документів, несе відповідальність за дотримання фінансової і договірної дисципліни, організовує складання бізнес-планів, фінансово-господарських планів та кошториси згідно встановленої форми, несе відповідальність за своєчасне складання звітів, балансів і рахунків, прибутків і збитків, виконує роботу з обліку, введення в експлуатацію і списання матеріальних цінностей і обліку коштів у встановленому порядку, несе відповідальність за дотримання ціноутворення і визначення тарифів, здійснює облік надходження і вибуття виробничих запасів відповідно до стандартів бухгалтерського обліку, організовує роботу з отримання ліцензій та ін.

Менеджер з кадрів або ж HR – одна з найважливіших посад готелю. Він досліджує будь-які зміни на ринку праці, повідомляючи керівництво компанії про ситуацію, що склалася на ринку з кадрами, з заробітною платою. Також займається підбором потрібних підприємству робітників, намагаючись робити це настільки можливо оперативніше.

Набір працівників є важливим елементом процесу управління персоналом в підприємствах готельної індустрії. Він включає в себе не лише комплектацію штату, але і створення резерву кандидатів на всі робочі місця з урахуванням майбутніх змін (вихід співпрацівників на пенсію, завершення терміну дії контрактів, декретні відпустки тощо).

## РОЗДІЛ 2. АРХІТЕКТУРА І ДИЗАЙН

### 2.1. Екстер'єр та інтер'єр

Важливим елементом функціонування споруд готелів є їхня архітектурно-планувальна організація.

Готель що проектується, «Т.А.Р.Д.І.С.», не матиме єдиного стильового напрямку, адже є бутік готелем, і тому матиме змішані концептуальні рішення, що гармонічно переплітатимуться між собою.

#### *Екстер'єр готелю*

Не є секретом що екстер'єр готелю грає чи не найважливішу роль при виборі місця для відпочинку туристів. Саме тому йому приділяється чи не найбільше уваги при створенні готелю. Адже перше враження про готель створюється саме через його вигляд, і вже потім доповнюється враженнями про сервіс готелю.

Зовнішній вигляд готелю має відповідати природно-кліматичним умовам. Так як, готель знаходиться у м.Київ, а тут помірний клімат,то в готелі скомбіновані відкриті і закриті приміщення. Номери готелю – закриті,проте великі вікна дозволяють повністю насолодитись панорамою міста.

Майже вся передня частина готелю повністю зашклена. Це надає низку переваг готелю:

По-перше: в середину готелю таким чином потрапляє велика кількість природного освітлення.

По-друге: Велика кількість природного світла = менше витрат на штучне освітлення готелю

По-третє :неймовірні панорами на місто

Щодо даху готелю, то він буде експлуатуємим – на ньому планується створення невеличкого простору для відпочинку.



Також у будівлі готелю буде створений невеличкий кафетерій-бібліотека, з панорамними вікнами та літньою терасою.

Не дивлячись на те що більша частина будівлі буде у панорамних вікнах, у готелі буде дуже тепло і комфортно, адже вона буде збудована з каменю і дерева.

Будівля готелю відповідає психофізіологічним нормам. При будівництві готелю були враховані ергономічні і антропологічні показники. Висота поверху – 3.3 метра. Забезпечені і пожежні вимоги – наявні евакуаційні не задимлювані сходи і ліфти.

Також планується створення пандусів і під'їздів для мало мобільних груп населення.

Композиція будівлі буде симетричною і статичною, що характеризуватиме стабільність, захист і комфорт. Використаний «Метр» в кроці вікон також вказує на стабільність.

Готель планується збудувати так, щоб вписати його в архітектуру Києва більш цілісно, не порушуючи його колорит але й при цьому не повністю злитися з ним.

Велика роль приділятиметься світлу і грі світотіней на фасаді і всередині. Це підкреслюватиме композиційні особливості і надаватиме особливого шарму. Колір будівлі буде майже нейтральним – ніжно-блакитного відтінку. Будівля буде споруджена максимально з екологічних матеріалів.

Зверху будівля нагадуватиме розкрити книжку.

Вхід у готель знаходитиметься у центрі будівлі. Вхідні двері також будуть скляними.

Навколо готелю планується створення зеленої зони з місцем для відпочинку з розрахунку нормативної площі – 0.2 м<sup>2</sup> на 1 місце. Розташовані прогулянкові зони виконані у формі заощених бруківкою коричневого та жовтого кольорів доріжок, вздовж яких розташовані лави для перепочинку з ліхтарями біля них.

Також при готелі буде місце для паркінгу на 25 авто-місць.

### *Інтер'єр*

Велика увага у створенні інтер'єру у готелі буде приділена досягненню естетичного комфорту, що буде реалізований за допомогою художньо-просторової організації процесу життєдіяльності людини за використанням певного переліку засобів. У першу чергу головним завданням постає саме проектування композиції простору. Це означає створення такої побудови інтер'єру приміщення, при якому певні окремі елементи сприймаються в злагодженій системі що носить назву стильової єдності. Сучасний інтер'єр у організації простору відображає строгість, простоту, логічність і лаконічність форм, їхню функціональну виправданість. Інтер'єр готелю має навіть більшу важливість ніж екстер'єр. Внутрішній дизайн готелю має не тільки відповідати очікуванням, сформованим на основі зовнішнього дизайну, але й перевищити їх.

Звичайно, інтер'єр кожного готельного номеру буде відрізнятись один від одного, проте всі інші зони готелю матимуть споріднений між собою стиль. Перше враження про готель-найголовніше, а друге враження має підкріплювати перше. Оскільки перше що бачить гість при відвідуванні готелю це його екстер'єр то друге що він бачить коли проходить через головні готельні двері- це фойє готелю, де розташована зона рецепції та зона відпочинку. Перше, на що зверне увагу гість- велика кількість природнього світла, яке буде проходити крізь панорамні вікна та подвійні скляні двері приміщення.

Стіни приміщення будуть приємного синього кольору. Меблі зони відпочинку- кремового кольору. Крісла та диванчики будуть вироблені зі штучної шкіри, біля них стоятиме прозорий журнальний столик, килимок під ногами - також синього кольору. Сама зона ресепшену буде збудована зі світлого дерева. Біля ресепшену та зони відпочинку стоятимуть живі рослини великого розміру(фікуси, орхідеї тд.) По обидва боки від фойє будуть кручені сходи на наступний поверх і прозорий ліфт. Неподалік від ресепшена буде вхід

до невеличкої кімнати - камери схову де люди зможуть залишати свої речі на час заселення-виселення. Самі стіни фойє як і усі двері - будуть вироблені з дерева.

Вийшовши з фойє і звернувши у ліву сторону ви потрапите до ресторану готелю у стилі естетики американського ретро-кафе. Вікна ресторану-панорамні. Підлога - чорно-біла плитка, що розташована у шаховому порядку. Наявний невеликий бар ресторану - барна стійка червоного кольору, високі барні стільці біля неї - також червоні. Стіни - блакитного кольору. Щодо місця для споживання їжі - столики будуть салатного кольору, місця для сидіння також будуть обшиті зеленою матерією. В кінці зали стоятиме музикальна будка, де кожен охочий зможе кинувши монетку обрати ретро пісню. Ресторан також прикрашатимуть живі рослини. Вийшовши з ресторану і пройшовши до його краю можна знайти туалет. Туалет буде оформлений сучасно. Біло-чорна плитка на стіні і підлозі, сукуленти біля вмивальників, великі дзеркала неправильної форми.

За ресепшеном йтиме ряд офісних приміщень виконаних у класичному «європейському» стилі. Якщо вийти з готелю і звернути направо, то можна потрапити до невеличкої кав'ярні-книгарні. Так само як і в готелі будуть встановлені панорамні вікна. Стіни кав'ярні як і її підлога будуть вироблені з дерева. На суміжній з готелем стіні простягатиметься величезна книжкова шафа ,майже на всю довжину стіни.

По кав'ярні також буде розставлена велика кількість живих рослин. Всі меблі кафетерію-книгарні будуть вирізьблені з дерева, проте стільчики будуть оббиті м'якою матерією, заради комфорту гостей.

Коридори другого та третього поверхів готелю будуть бежевого відтінку. Кімната для конференцій буде виконана у жовтому кольорі. Жовтий колір збільшує концентрацію уваги і покращує настрій і пам'ять. Біля панорамного вікна стоятимуть Соняшники. На стіні висітиме проектор для презентацій.



Посередині зали стоятиме круглий збірний стіл для переговорів який при бажанні можна розібрати на окремі столи.

Також наявним в конференц-залі буде програвач для платівок задля концентрації уваги або розрядження напруженої атмосфери. Наявною буде і невеличка каво машина і електрочайник, міні холодильник з закусками, для зручності проведення переговорів та створення невеличких перерв.

На третьому поверсі розташованим буде фітнес-зала. Стіни її матимуть звукоізоляцію. Сама кімната буде бузкового кольору. У кімнаті знаходитимуться як і тренажери для кардіо і фітнесу так і коврики для його. Для зручності кімната буде розділена на секції. Також у кімнаті буде розташований куллер і тумбочка зі свіжими полотенцями.

Найнезвичайнішим за дизайном буде 4й поверх готелю, адже він не буде цілісним. З одного боку йтимуть номери класу Люкс. Інша частина поверху буде засклена з виходом на кришу готелю. Конструкція нагадуватиме атриум. Вийшовши з коридору на кришу ви побачите зону для відпочинку з плетеними кріслами та столиками. Також там будуть посаджені рослини, що здатні пережити різні погодні умови.

### **Загальна характеристика ділянки будівництва**

Проектований об'єкт будівництва, а саме , бутік-готель «Т.А.Р.Д.І.С.», буде розташований у Печерському районі м.Києва Набережно-Печерська дорога, 8, Київ, 02000

Площа ділянки під будівництво буде розрахована за формулою:

$$S_d = n_z * N$$

Оскільки проєктований готель розрахований на 52 місця, то згідно нормативу при кількості місць в готелі від 25-100 площа земельної ділянки – 55м<sup>2</sup>/місце. Отже:

$$S_d = 55\text{м}^2/\text{місце} * 52\text{місць} = 2860 \text{ м}^2$$

Зона озеленення буде також визначена за формулою :

$$S_{оз} = S_d * 0.55$$

$$S_{\text{оз}} = 2860 * 0.55 = 1573 \text{ м}^2$$

Майданчик для стоянки легкових авто:

Норматив площі території на одне авто-місце – 25м<sup>2</sup>

Норматив кількості машино-місць на автостоянці згідно типу та категорії готелю – 25.

$$\text{Отже: } S_{\text{ак}} = (52 * 25 * 25) / 100 = 325 \text{ м}^2$$

Ширина проїзду на автостоянці буде з одnobічним рухом і буде не менш ніж 3.5 м, і матиме об'єднаний в'їзд- виїзд.

Загальні витрати електроенергії готелем

$$P = (P_{\text{ж}} * N + P_{\text{зрг}} * N_{\text{зрг}} + P_{\text{фо}} * S_{\text{фо}} + P_{\text{г}} * N_{\text{г}}) * T$$

$$P = ((0.50 + 0.08 + 0.60) * 52 + 1.03 * 32 + 0.15 * 38 + 0.05 * 25) * 365 = 36963 \text{ кВт}$$

Таблиця 2.1

### Зведений кошторис

№	Стаття витрат	Обсяг витрат, грн.
1	Підготування території будівництва	468 750
2	Основні об'єкти будівництва, у тч	
2.1	Загальнобудівельні роботи	26 250 000
2.2	Електротехнічні	2 812 500
2.3	Сантехнічні	2 343 750
2.4	Зв'язок і сигналізація	937 500
2.5	Устаткування, меблі, інвентар	12 656 250
	<b>Разом за підрозділом 2</b>	<b>46 875 000</b>
3	Об'єкти підсобного та обслуговуючого призначення	937 500
4	Об'єкти енергетичного господарства	140 625
5	Об'єкти транспортного господарства та зв'язку	93 750
6	Зовнішні мережі та споруди водопостачання, каналізації, теплопостачання, газопостачання	937 500
7	Благоустрій і озеленення території	468 750
	<b>Разом за підрозділами 1-7</b>	<b>49 921 875</b>
8	Тимчасові будівлі та споруди	249 609
9	Інші роботи та витрати	1 847 109
	<b>Разом за підрозділами 1-9</b>	<b>52 018 593</b>
10	Утримання дирекції об'єкта, що будується та авторський нагляд	998 437
11	Підготовка експлуатаційних кадрів	104 037
12	Проектні та вишукувальні роботи	1 248 046
	<b>Усього: базисна вартість будівництва</b>	<b>54 369 113</b>
13	Обов'язкові платежі (податки та збори)	19 767 065
14	Резервний компенсаційний фонд замовника	1 087 382
	<b>Усього за підрозділом 13-14</b>	<b>20 854 447</b>
	<b>Капітальні витрати за проектом</b>	<b>75 223 560</b>



## 2.2. Дизайнерське рішення номера готелю

### *Опис номеру люкс бутік-готелю «Т.А.Р.Д.І.С.»*

Номер буде виконаний у стилі «Лофт». Лофт — архітектурний стиль XX—XXI століття;

Даний номер буде знаходитись на останньому поверсі готелю, поблизу виходу на кришу готелю, де буде облаштоване місце для відпочинку.

Стіни номеру не матимуть шпалер, замість них – червона цегла. Підлога буде виконана з темно-коричневого дерева. На підлозі – м'який килимок неправильної форми червоного кольору, що збігатиметься з кольором цегли на стіні. На вікнах, які будуть майже на всю стіну і будуть вироблені з дерева, будуть висіти штори – червоно сірого градієнтного кольору. Біля вікна стоятиме двоспальне дерев'яне ліжко з м'яким підголовником сірого кольору. На ліжку застелена постільна білизна червоного цегляного кольору а зверху – контрасне сіре простирadlo. Зверху на ньому невеличкий в'язаний, молочного кольору плед.

З обох боків ліжка стоятимуть невеличкі тумбочки з темно-коричневого дерева, куди можливо буде покласти особисті речі. Біля них стоятимуть торшери молочного кольору.

У зоні вітальні на стіні навпроти червоного дивану висітиме плазмовий телевізор. Перед диваном стоятиме журнальний столик з темно-коричневого дерева.

Зона вітальні буде поєднана з невеликою зоною міні-кухні, на якій знаходитимуться міні-холодильник, раковина кухонна та столешниця для приготування їжі.

Вхідні двері у номер будуть також виконані з темно-коричневого дерева. Зліва від них знаходитиметься гардеробна для одягу, у ній висітиме дзеркало у весь зріст.



З лівої сторони від входу ,минаючи гардеробну – двері до туалету. Поруч з ним буде розташована ванна кімната, вхід до якої буде зі сторони спальні. Ванна кімната також виконана у стилі лофт.

Також, номер буде наповнений живими рослинами.

Розмір готельного номеру та її елементів зведений у таблицю

Таблиця 2.2

**Площа кімнат та їх елементів номеру Люкс**

Назва елемента	Кількість	Габаритні розміри	Площа,м2
Площа номеру	-	-	68.5 м2
Габарити кімнат номеру			
Передпокій	1	-	5.7
Кухня – їдальня	1	-	18.1
Санвузол додатковий	1	-	2.2
Гардероб	1	-	3.2
Вітальня	1	-	15.3
Спальня	1	-	18
Санвузол основний	1	-	6
Житлова кімната			
Ліжко двоспальне	1	2200x1800x500	3.96
Телевізор	1	1100x700x220	-
Тумба при ліжкова	2	600x450x480	0.27
Нічний столик	1	500x300x500	0.15
Стіл під телевізор	1	1400x300x800	0.42
Стілець м'який	1	640x800x900	0.26
Усього			5.06
Санвузол			
Унітаз	1	440x660x400	0.29
Умивальник	1	480x660x350	0.32
Душова кабіна	1	800x800x2200	0.64
Усього			1.25

Візуалізація номеру знаходитиметься у Додатку В.

## РОЗДІЛ 3. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ

### 3.1. Цінова політика. Фінансові результати проекту

Головною ціллю у створенні та формуванні капіталу для готелю що проектується є забезпечення фінансування яке вкрай необхідне для здійснення господарської діяльності та майбутнього користування активами.

Задля того,щоб провести ефективну економічну оцінку обсягу діяльності майбутнього готелю необхідним є здійснення планових розрахунків загального обсягу реалізації стратегічних господарських підрозділів за рік.

Ключові завдання готельної діяльності:

- Надання послуг тимчасового розміщення та проживання;
- Організація та надання послуг харчування;
- Надання додаткових видів послуг

Щоб спланувати обсяг реалізації послуг з тимчасового розміщення необхідно обґрунтування кількості місць для гостей та місце-діб реалізації у плановому періоді.

Під час розробки експлуатаційної програми засобу розміщення будуть визначені такі показники:

- Планова кількість номерів певного типу і категорії в експлуатації;
- Планова пропускна спроможність;
- Плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду.

Планові коефіцієнти завантаження:

- Міжсезоння – 0.6
- Високий сезон – 0.8
- Сезон – 0.7

Планова пропускна спроможність (ПС)

$$ПС = (8*1*365) + (16*2*365) + (6*2*365) = 18\ 980$$

Якщо враховувати чинники сезонності та можливість реалізувати номери на півдоби, то можна перерахувати ПО за іншою формулою, що надасть

можливість проєктованому готелю більш раціонально використовувати номерний фонд

Таблиця 3.1

**Розрахунок обсягу реалізації послуг з тимчасового розміщення у готелі  
«Т.А.Р.Д.І.С.» на плановий рік**

Категорії номерів	Кількість номерів	Кількість місць	Кількість днів експлуатації			Коефіцієнт завантаженості номерного фонду			Обсяг реалізації послуг людино діб			
			Між-Сезоня	Високий сезон	Сезон	Між-Сезоня	Високий сезон	Сезон	Між-Сезоня	Високий сезон	Сезон	Разом
А	1	2=1*Мі	3	4	5	6	7	8	9=2*3*6	10=2*4*7	11=2*5*8	12=9+10+11
Стандарт одномісний	8	8	120	125	120	0.6	0.8	0.7	576	800	672	<b>2048</b>
Стандарт двомісний	16	32	120	125	120	0.6	0.8	0.7	2304	3200	2688	<b>8192</b>
Люкс	6	12	120	125	120	0.6	0.8	0.7	864	1200	1008	<b>3072</b>
<b>Разом</b>	<b>30</b>	<b>52</b>	<b>120</b>	<b>125</b>	<b>120</b>	<b>0.6</b>	<b>0.8</b>	<b>0.7</b>	<b>3744</b>	<b>5200</b>	<b>4368</b>	<b>13312</b>

Основну частину доходів готелю забезпечують доходи від основної діяльності засобу розміщення. Доходи від операційної діяльності готелю діляться на чотири основні групи за джерелами походження:

1. Дохід від продажу номерів;
2. Дохід закладів ресторанного господарства;
3. Доходи інших господарських підрозділів спеціального призначення;

Для розробки цінової політики готелю, що знаходиться у стадії створення, необхідно проведення маркетингових досліджень місткості конкретного ринку готельних послуг, цін аналогічних готелів або готелів розташованих у тому ж регіоні Києва.

Ціни на послуги з тимчасового розміщення визначені будуть за результатами дослідження цін на аналогічні номери у готелях відповідного типу та категорії. Для оцінки вартості будуть проаналізовані ціни на номери діючих бутік-готелів Києва згідно сайту Booking.



Таблиця 3.2

**Бутик-готелі м. Києва**

№	Назва готелю, кількість зірок, адреса	Кількість номерів	Кількість місць	Вартість номеру
1	Senator Maidan	42	95	Стандарт двомісний – 4050 грн. Стандарт одномісний – 3070 грн.
2	BURSA Hotel	33	72	Стандарт двомісний – 4995 грн Напівлюкс- 7089 грн
3	Бутик-отель Воздвиженский	32	70	Стандарт одномісний – 3149 грн Двомісний стандарт – 3746 грн Люкс – 8619 грн
4	MaNNa Boutique Hotel	12	28	Стандартний двомісний -5208 грн Люкс – 5952 грн
5	KONTRAKT Boutique Hotel	17	42	Стандарт одномісний – 3099 Стандартний двомісний – 3999 грн Люкс – 4199 грн

На основі цих цін будуть сформовані такі ціни на готельні номери(ціна на номер зросте, коли попит на готель зросте):

Стандарт одномісний – 1550 грн

Стандарт двомісний – 1990 грн

Люкс – 2500 грн. Ціна за номер включає в себе саме перебування в готельному номері та користування його безкоштовними послугами. Дана вартість номерів була розрахована на період міжсезоння.

Таблиця 3.3

**Орієнтовні ціни номерного фонду засобу розміщення на плановий рік**

Категорії номерів	Ціна за місце у номері за добу, грн.		
	Міжсезоння	Високий сезон	Сезон
Націнка	Початкова ціна	ПЦ	ПЦ
Стандарт одномісний	1550	3100	2325
Стандарт двомісний	1990	3980	2985
Люкс	2500	5000	3750

Ціни на страви та послуги складу ресторанного господарства визначають із застосуванням витратного методу. Орієнтовний рівень націнки на продукцію та послуги за типами ресторанного господарства і категоріями засобів розміщення в Україні відповідно до готелю \*\*\*\* складатиме від 75-175%. Оскільки готель лише проектується, рівень націнки буде 75%. Згодом процент може бути піднятий вище.

Таблиця 3.4

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

№	Показники	Плановий рік
1	Собівартість річного продуктового набору на сніданок, тис. грн.	7742
2	Річна кількість послуг харчування (страв на сніданок)	57194
3	Середньоденна собівартість продуктового набору на сніданок, грн.	225
4	Рівень націнки ЗРГ середній, %	75
5	Націнка середня, грн.	55
6	Середня ціна продукції та послуг ЗРГ (сніданок)	285

Визначена планова середня роздрібна ціна на продукцію та послуги сніданку в ЗРГ може змінюватись за сезонами року та у зв'язку зі змінами попиту на послуги готелю, зміною вартості продуктового набору або зміною націнки ЗРГ.

Основним джерелом отримання доходів готелю є доходи від реалізації послуг з тимчасового розміщення. Плановий дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення гостей варто розрахувати також з урахуванням сезонних змін.

Таблиця 3.5

**Планування доходів від реалізації послуг з тимчасового розміщення  
готелю «Т.А.Р.Д.І.С.»**

Категорії номерного фонду	Плановий обсяг реалізації послуг (людино-днів)				Ціна за номер за добу, грн.			Дохід від реалізації послуг, тис грн.			
	Міжсезон ня	Високий сезон	Сезон	Разом	Міжсезон ня	Високий сезон	Сезон	Міжсезон ня	Високий сезон	Сезон	Разом
Станд. Одн.	576	800	672	<b>2048</b>	1550	3100	2325	892,8	2480,0	1562,4	<b>4935,2</b>
Станд. Двоміс	2304	3200	2688	<b>8192</b>	1990	3980	2985	4584,9	12736,0	8023,6	<b>25344,6</b>
Люкс	864	1200	1008	<b>3072</b>	2500	5000	3750	2160,0	6000,0	3780,0	<b>11940,0</b>
<b>Разом</b>	<b>3744</b>	<b>5200</b>	<b>4368</b>	<b>13312</b>	<b>6040</b>	<b>12080</b>	<b>9060</b>	<b>7637,7</b>	<b>21216,0</b>	<b>13366,0</b>	<b>42219,8</b>

Наступним етапом при розрахунку операційних доходів від реалізації послуг готелю є визначення доходу від реалізації продукції, закупних товарів та послуг ресторанного господарства, тобто товарообороту ЗРГ.

Таблиця 3.6

**Розрахунок обсягу доходів від реалізації продукції та послуг закладу ресторанного господарства готелю на плановий рік (у тис.грн)**

№	Показники	Міжсезоння	Високий сезон	Сезон	Разом тис.грн
1	Планова кількість послуг харчування ЗРГ, страв				
1.1	Сніданки	1600	3200	2400	<b>7200</b>
1.2	За вільним вибором	600	1200	900	<b>2700</b>
2	Планова ціна послуг харчування ЗРГ, грн.				
2.1	Сніданок	215	430	322	<b>967</b>
2.2	За вільним вибором	180	360	270	<b>810</b>
3	Доходи від реалізації продукції та послуг харчування ЗРГ, тис грн.				
3.1	Сніданок	34 000	1376,0	772 800	<b>2492,8</b>
3.2	За вільним вибором	108 000	432 000	243 000	<b>783 000</b>
3.3	Кейтеринг	91 105	190 200	140 600	<b>421 900</b>
Разом доходи від реалізації продукції та послуг харчування ЗРГ, тис грн.		<b>543 100</b>	<b>1998,2</b>	<b>1156,4</b>	<b>3697,7</b>

Обсяг і склад доходів від реалізації послуг інших господарських підрозділів залежить від безлічі факторів, основним з яких виступає тип засобу розміщення і його категорія.

Таблиця 3.7

**Планування обсягу операційних доходів готелю на плановий рік**

Види доходів	Міжсезоння тис.грн	Високий сезон, тис.грн	Сезон, тис.грн	Разом за рік, тис.грн
Дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення	7637,8	21216,0	13366,1	<b>42219,8</b>
Дохід від реалізації послуг харчування ЗРГ, грн.	543 100	1998,2	1156,4	<b>3697,7</b>
<b>Разом: основні операційні доходи</b>	<b>8180,9</b>	<b>23214,2</b>	<b>14522,5</b>	<b>45917,5</b>



Далі, у проектуванні готелю важливою складовою його функціонування виступає планування чисельності працівників та витрат на стимулювання їхньої праці. Основним завданням є побудова такої кадрової політики, яка б забезпечила реалізацію поставлених цілей з формуванням фахового складу персоналу та створення умов його стабільності і професійного росту.

Таблиця 3.8

### Штатний розпис бутік-готелю «Т.А.Р.Д.І.С.» на плановий рік

№	Назва структурного підрозділу і посади, тарифний розряд	Код професії за ДК 003:2010	Кількість посадових одиниць
	<b>Адміністрація</b>		
1	Директор(генеральний менеджер)	1210.1	1
2	Головний менеджер ЗРГ	1456	1
3	Головний інженер	2149.2	1
4	Головний кадровик	1232	1
	<b>Разом по категорії</b>		<b>4</b>
	<b>Бухгалтерія</b>		
1	Старший бухгалтер	1231	1
2	Бухгалтер	3433	1
	<b>Разом по категорії</b>		<b>2</b>
	<b>Відділ організації прийому та розміщення</b>		
1	Начальник відділу (служби) організації прийому та розміщення	1455.1	1
2	Адміністратор черговий /ресепшюніст	4222	2
3	Покоївка	5142	4
4	Охоронці	5169	2
5	Швейцар	9152	1
	<b>Разом по категорії</b>		<b>10</b>
	<b>Ресторанне господарство</b>		
2	Шеф-кухар	5122	1
3	Кухар	5122	4
4	Старший офіціант, офіціант	5123	4
	<b>Разом по категорії</b>		<b>9</b>
	<b>Господарча служба</b>		
1	Начальник служби	5123	1
2	Прибиральник приміщень	9132	1
4	Двірник	9162	1
	<b>Разом по категорії</b>		<b>3</b>
	<b>Разом по готелю</b>		<b>28</b>

Штат готелю може як і розширюватись та доповнюватись, так і скорочуватись, оскільки необхідність того чи іншого персоналу визначається

саме під час роботи готелю. Штатний розпис готелю є основою для розроблення планового фонду оплати праці працівників.

Таблиця 3.9

**Планування фонду заробітної плати працівників бутік-готелю  
«Т.А.Р.Д.І.С.» на плановий рік**

№	Назва структурного підрозділу і посади, тарифний розряд	Кількість посадових одиниць	Місячна ставка з/п	Доплата за понаднормову прац( погодинно)	Загалом за рік(без доплати )
<b>Адміністрація</b>					
1	Директор(генер.менеджер)	1	25000	67.5	300 000
2	Головний менеджер ЗРГ	1	19000	67.5	228 000
3	Головний інженер	1	18000	67.5	216 000
4	Головний кадровик	1	18000	67.5	216 000
	<b>Разом по категорії</b>	<b>4</b>	<b>80 000</b>		<b>960 000</b>
<b>Бухгалтерія</b>					
1	Старший бухгалтер	1	17 000	67.5	204 000
2	Бухгалтер	1	14 000	67.5	168 000
	<b>Разом по категорії</b>	<b>2</b>	<b>31 000</b>		<b>372 000</b>
<b>Відділ організації прийому та розміщення</b>					
1	Начальник служби орг прийому та розміщення	1	19 000	67.5	228 000
2	Адміністратор черговий /ресепшионіст	2	15 000	67.5	360 000
3	Покоївка	4	10 000	67.5	480 000
4	Охоронці	2	14 000	67.5	336 000
5	Швейцар	1	13 000	67.5	156 000
	<b>Разом по категорії</b>	<b>10</b>	<b>130 000</b>		<b>1 560 000</b>
<b>Ресторанне господарство</b>					
2	Шеф-кухар	1	17 000	67.5	204 000
3	Кухар	4	13 000	67.5	624 000
4	Старший офіціант, офіціант	4	13 000	67.5	624 000
	<b>Разом по категорії</b>	<b>9</b>	<b>121 000</b>		<b>1 452 000</b>
<b>Господарча служба</b>					
1	Начальник служби	1	19 000	67.5	228 000
2	Прибиральник приміщень	1	8 000	67.5	96 000
4	Двірник	1	6 500	67.5	60 000
	<b>Разом по категорії</b>	<b>3</b>	<b>32 000</b>		<b>384 000</b>
	<b>Разом по готелю</b>	<b>28</b>	<b>394 000</b>		<b>4 728 000</b>

Окрім цього, потрібно сформувати план поточних витрат на умовний рік, враховуючи калькуляційні статті витрат, місячні витрати, річні витрати, витрати умовно-змінні та умовно – постійні. Таблично вони представлені у таблиці 3.10.

Таблиця 3.10

**Планування поточних витрат бутік-готелю «Т.А.Р.Д.І.С.»  
на умовний рік**

№	Калькуляційні статті витрат	Місячні витрати, грн.	Річні витрати, грн.	Витрати умовно-змінні та умовно-постійні
1	Собіварт продукції власного виробництва та закупних товарів ЗРГ	470 990	5 651 880	ЗВ
2	Витрати на оплату праці	394 000	4 728 000	ЗВ
3	Відрахування на соціальні заходи	48 500	582 000	ЗВ
4	Амортизація	485 780	5 829 360	ПВ
5	Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів	48 850	586 200	ЗВ
6	Вартість витрачених малоцінних швидкозношуваних предметів	68 755	825 060	ПВ
7	Витрати на оренду основних засобів, інших необоротних активів	45 750	549 000	ПВ
8	Податки, збори, інші передбачені законодавством обов'язкові платежі	45 500	546 000	ПВ
9	Витрати на транспортування	25 900	310 800	ЗВ
10	Витрати на охорону	47 750	573 000	ПВ
11	Витрати матеріалів об'єктів оздоровчо – рекреаційного призначення	45 500	546 000	ЗВ
12	Інші адміністративно-управлінські витрати	28 990	347 880	ЗВ
13	Інші поточні витрати діяльності	27 500	330 000	ПВ
14	Фінансові витрати	48 950	587 400	ПВ
	<b>Разом поточні витрати</b>	<b>1 832 715</b>	<b>21 992 580</b>	
	<b>Умовно-змінні</b>	<b>1 062 730</b>	<b>12 752 760</b>	
	<b>Умовно-постійні</b>	<b>769 985</b>	<b>9 239 820</b>	

Якщо за розрахунками заплановані обсяги доходів і витрат не даватимуть змоги досягнення умов беззбитковості діяльності, необхідно буде розробити проект оптимізації поточних витрат або ж збільшення обсягів доходів готелю.



Таблиця 3.11

**Планування маржинального прибутку готелю на умовний рік**

№	Показники	На плановий рік, тис. грн.
<b>1</b>	Доходи від операційної діяльності, у т.ч:	45917,5
<b>1.1</b>	Дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення	42219,8
<b>1.2</b>	Дохід від реалізації послуг харчування ЗРГ	3 697,7
<b>2</b>	ПДВ	20%
<b>3</b>	Чистий дохід	36734,0
<b>4</b>	Умовно-змінні витрати, у т.ч:	12752,8
<b>4.1</b>	Собівартість продукції ЗРГ	5651,9
<b>4.2</b>	Інші змінні витрати	7100,9
<b>5</b>	<b>Маржинальний прибуток</b>	<b>23981,8</b>
<b>6</b>	Постійні витрати	9239,8
<b>7</b>	Прибуток(збиток)	14741,5

Таблиця 3.12

**Розрахунок цільового прибутку готелю на плановий рік**

№	Показники	Плановий рік , тис грн
<b>1</b>	Доходи від операційної діяльності готелю, грн.	45917,5
<b>2</b>	Середньогалузевий рівень рентабельності операційної діяльності, %	15
<b>3</b>	Цільовий прибуток, грн.	6 887,6

Таблиця 3.13

**Планування основних результатів діяльності готелю на плановий рік**

№	Стаття	Разом за рік, тис грн
<b>1</b>	Доходи від операційної діяльності	45917,5
<b>2</b>	Умовно-змінні витрати	12752,8
<b>3</b>	Умовно-постійні витрати	9239,8
<b>4</b>	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	14741,5
<b>5</b>	Податок на прибуток	18%
<b>6</b>	<b>Чистий прибуток – можливий</b>	<b>12087,9</b>
<b>7</b>	Рентабельність операційної діяльності, %	25
<b>8</b>	<b>Чистий прибуток-цільовий</b>	<b>6887,6</b>
<b>9</b>	<b>Чистий прибуток-плановий</b>	<b>12087,9</b>

Отримані результати на плановий рік створення готелю необхідно продіагностувати, щоб передбачити оцінку можливого прибутку та його зіставлення з необхідним обсягом.

Оскільки можливий прибуток є більшим за цільовий, це свідчить про те, що розроблені під час роботи економічні, інженерно-технічні параметри проекту даватимуть змогу отримати та перевищити цільові установки. Можливий прибуток буде прийнятий як остаточний плановий показник.

Таблиця 3.14

### Розрахунок основних показників рентабельності готелю

Назва показника	Алгоритм розрахунку	Результат
Рентабельність операційної діяльності,%	$R_{рп} = (П/Д)*100$	25
Рентабельність поточних витрат,%	$R_{пв} = (П/ПВ)*100$	34
Рентабельність операційних витрат, %	$R_{ов} = (П/ОВ)*100$	43

### 3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту

Оцінка ефективності інвестиційного проекту та окупності капітальних витрат потребує розрахунку основних показників діяльності готелю упродовж наступних десяти років. Планування на цей період буде здійснено оцінкою трьох показників, які необхідні для подальших обґрунтувань:

1. Обсягів доходу від реалізації
2. Прибутку
3. Суми амортизації

Розрахунок планового доходу від операційної діяльності (для готелю що проектується темп зростання доходів від операційної діяльності упродовж десяти років умовно становитиме 8% річних):

Планування поточних витрат передбачатиме визначення окремо планових змінних та постійних витрат. Для проектованого готелю буде прийнято на весь плановий період рівень витрат першого року створення – 30%.

Податок на прибуток буде визначений за податковим кодексом і умовно становитиме 18%.

Розмір суми амортизації на плановий період умовно прийматиметься як величина, що дорівнює розміру амортизації у попередній рік експлуатації готелю, і умовно становитиме 20 000 грн.

Таблиця 3.15

**Планування основних результатів діяльності butik-готелю «Т.А.Р.Д.І.С.»  
на перші одинадцять років після введення в експлуатацію**

Рік	Чистий дохід від реалізації		Змінні витрати		Постійні витрати, тис.грн.	Фінансовий результат до оподаткув, тис.грн.	Чистий прибуток, тис.грн.
	тис.грн.	Сер. темп зрст,%	тис.грн.	Рів. змін. витр%			
1й	12 087,9	8	3626,4	30	466 800	7 994,8	6555,7
2й	13055,0	8	3916,5	30	466 800	8671,7	7110,8
3й	14099,4	8	4229,8	30	466 800	9402,8	7710,3
4й	15227,3	8	4568,2	30	466 800	10192,4	8357,7
5й	16445,6	8	4933,6	30	466 800	11045,1	9056,9
6й	17761,2	8	5328,3	30	466 800	11966,1	9812,2
7й	19182,1	8	5754,6	30	466 800	12960,7	10627,8
8й	20716,7	8	6215,0	30	466 800	14034,8	11508,6
9й	22374,0	8	6712,2	30	466 800	15195,0	12459,9
10й	24163,9	8	7249,1	30	466 800	16447,9	13487,3
11й	26097,1	8	7829,1	30	466 800	17801,1	14596,9
<b>Разом</b>	<b>201210,4</b>		<b>60 363,1</b>		<b>5134,8</b>	<b>135712,5</b>	<b>111284,3</b>

Наступним етапом проектування butik-готелю, є розрахунок чистого приведенного доходу за інвестиційним проектом (табл. 3.16).

Таблиця 3.16

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

Рік	Капітальні витрати за проектом за роками	Чистий прибуток за проектом та амортизаційні відрахування	Кумулятивний грошовий потік	Дисконт грошовий потік	Чистий приведений дохід
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4 = 3.1+3.2,т.і</b>	<b>5</b>	<b>6=5-2</b>
1		6575,7	6 575,7	3207,7	
2		7130,8	13706,5	6686,1	
3		7730,3	21436,8	10456,9	
4		8377,7	29814,6	14543,7	
5		9076,9	38891,6	18971,5	
6		9832,2	48723,7	23767,7	
7		10647,8	59371,5	28961,7	
8		11528,6	70900,1	34585,4	
9		12479,9	83380,0	40673,2	
10		13507,3	96887,3	47262,1	
11		14616,9	111504,3	54392,3	
<b>Разом:</b>	<b>75223,6</b>	<b>111504,3</b>	<b>581192,2</b>	<b>283508,4</b>	<b>208284,8</b>



Дисконтна ставка характеризує рівень інфляції . За 2020 рік індекс інфляції становив 105% ( $i=1.05$ )

Тобто, щоб його вирахувати буде застосована така формула:

$$\text{ДГП} = 3.1/(1+i) + 3.2/(1+i) + \dots + 3.10/(1+i) + 3.11/(1+i)$$

Кумулятивний грошовий потік упродовж десяти років експлуатації проекту становить **581 192 210 грн.** Він складається з прибутку та суми амортизації, що накопичені за десять років експлуатації готелю.

Капітальні витрати на будівництво і оснащення готелю становлять **75 223 560 грн**, що менше за кумулятивний грошовий потік. Що означає що за десять років капітальні витрати можуть окупитися .

Чистий прибуток за проектом за роками та амортизаційними відрахуваннями становив **111 504 278 грн**, грошовий потік, приведений до нинішньої вартості шляхом дисконтування **283 508 395 грн**, чистий приведений дохід - **208 284 835 грн**.

Індекс дохідності даватиме змогу зіставити обсяги інвестиційних витрат з майбутнім грошовим потоком за проектом.

Якщо його значення менше або дорівнює 1 , його не варто (проте можливо) реалізувати, хоч він і не даватиме додаткових інвестиційних доходів.

$$\text{ІД} = 283\,508\,395 / 75\,223\,560 = 3.7$$

Індекс (коефіцієнт рентабельності) інвестицій є допоміжним у процесі оцінки ефективності інвестиційного проекту.

$$\text{ЧП} = 111\,284\,284 / 11 = 10\,116\,753$$

$$\text{ІР} = 10\,116\,753 / 75\,223\,560 * 100 = 13\%$$

Тобто, рентабельність інвестиційного проекту – 13%

Період окупності є одним із найрозповсюдженіших показників оцінки ефективності інвестиційного проекту.

$$\text{ПО} = 75\,223\,560 / 10\,136\,752 = 7.4 \text{ років}$$

Отже, період окупності інвестиційного проекту, тобто час, необхідний для отримання такої суми дисконтованого чистого грошового потоку, який дасть змогу окупити всі капітальні витрати, становить 7.4 років.

Такий період окупності означає, що у розробленому проекті готелю закладено зважені обсяги доходів та обсяги капітальних і поточних витрат. Ціна на послуги відповідає рівню їх якості, що дає змогу успішно розвиватись на ринку готельних послуг.

Рівень рентабельності діяльності та термін окупності проекту відповідає середньогалузевим показникам по Україні та Європі загалом.

Розроблений проект можна вважати конкурентоспроможним.

### **Ризики проекту**

- Поява сильнішого конкуренту на ринку готельних послуг;
- Непопулярність готелю у перші роки експлуатації;
- Пошук інвестора може затриматись на невизначений строк;
- Неefективна маркетингова компанія;
- Непередбачувана епідеміологічна ситуація та інші ризики.

## ВИСНОВКИ

Метою випускної кваліфікаційної роботи постало проектування бутік-готелю в Печерському районі міста Києва, по результатам оцінки маркетингових, економічних, виробничих факторів та з урахуванням інженерних, ергономічних, екологічних вимог. Щодо об'єкту дослідження – ним став процес обґрунтування концепції, організації сервісу, архітектури, дизайну, управління та економічних показників діяльності проектного бутік-готелю. Як предмет дослідження були використані теоретичні, методичні, прикладні засади проектування готелю в місті Києві.

Концептуальним рішенням стало створення бутік готелю з унікальним дизайном, який би забезпечив індивідуальний підхід до кожного гостя. Локацією готелю став Печерський район міста Києва, з максимальним наближенням до його пам'яток. Віковий діапазон гостей – це молодь і люди середнього віку. Це можуть бути як і громадяни України так і іноземні громадяни.

Основною місією стало забезпечення максимального комфорту гостей готелю. У ході роботи були проведені такі аналізи, як: STP-маркетинг, SWOT-аналіз, VMOST-аналіз, була побудована матриця Ансоффа. Були детально розписані такі головні функціональні характеристики готелю, як фронт і бек офіси.

Була створена та обґрунтована сервісна концепція бутік-готелю. При проектуванні була обрана лінійна організаційна структура управління.

При створенні концепції зовнішнього вигляду готелю велику увагу було надано як і екстер'єру так і інтер'єру будівлі. Однією з головних особливостей у зовнішньому вигляді готелю стали панорамні вікна на кожному поверсі готелю, що в свою чергу надаватиме готелю велику кількість природного світла. Також планується створення кав'ярні-книгарні, що буде розташована на першому поверсі готелю.



В самому готелі окрім самих номерів, буде створено дві додаткові зали, такі як конференц-зала і фітнес-зала.

У ході роботи був визначений кошторис готелю, та описано інтер'єр одного з номерів готелю.

У фінансовій частині роботи була розрахована цінова політика готелю, рівні доходів та витрат, обґрунтовані фінансові результати проекту. Була створено штатний розпис готелю і також визначена заробітна платня.

Наприкінці були виведені ризики даного проекту, та термін його окупності, що на даний момент становить 7,4 років, що робить готель конкурентоспроможним на готельному ринку України.

Підводячи підсумки, можна зробити висновок, що створення готелю є набагато складнішим процесом, чим може здатися на перший погляд, адже це потребує не лише творчого задуму, але й знання економіки і архітектури.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ EN ISO 12006-2:2020 Зведення будівель. Організація інформації про будівлі та споруди. Частина 2. Структура класифікації
2. ДСТУ EN ISO 4157-1:2018 Кресленики будівельні. Системи позначення. Частина 1. Будівлі та частини будівель
3. ДСТУ ISO 18513:2019 Туристичні послуги. Готелі та інші засоби тимчасового розміщення туристів. Словник термінів
4. ДСТУ ISO 22263:2020 Організація інформації про будівлі та споруди. Структура управління інформацією про проект
5. ДБН В.2.5-56:2014. Системы противопожарной защиты
6. ДБН В.2.5-64:2012 Внутрішній водопровід та каналізація
7. ДБН В.2.5 – 75:2013. «Каналізація. Зовнішні мережі та споруди. Основні положення проектування»
8. ДБН А.2.2-3-2014 Склад та зміст проектної документації на будівництво
9. ДБН Б.1.1-14:2012 Склад та зміст детального плану території)
10. ДБН Б.1.1-15:2012 Склад і зміст генерального плану населеного пункту
11. Закон України "Про туризм" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/main/324/95-вр>
12. HoReCa : навч. посіб. : Том 1. Готелі видання друге, перероблене і доповнене за редакцією А.А. Мазаракі 2017
13. Irina Verezomska//Перспективи розвитку бутік-готелів в Україні: Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації No2 (2018)
14. Карпов V.A. Horbachenko S.A. Analizpidpruyemnyts'kykhproektiv. Druhevydannya - Odesa: Atlant, 2015.- 241 s.
15. Stuff Magazine`s. Hotel and restaurant business in Ukraine. – Режим доступу: [www.hotelbiz.com.ua](http://www.hotelbiz.com.ua)
16. Бойко М.Г. Організація готельного господарства : ел. Підручник / М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015.

17. Головка О. М. Організація готельного господарства : навч. посіб. / О. М. Головка та ін. – К. : Кондор, 2011. .
18. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
19. Гостиничный рынок Киева в первом полугодии 2014 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.jll.ua/ukraine>.
20. Готелі та інші місця для тимчасового проживання : статистичний збірник. – К. : Державна служба статистики України, 2011.
21. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
22. Каленік К.В. Сучасні моделі управління багатофункціональним туристично-готельним комплексом / К.В. Каленік, В.І. Федак: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/kalenik.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/kalenik.htm).
23. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проєктів. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 243 с
24. Керанчук, Т. Л. Стратегічне планування як передумова ефективності функціонування підприємств в сфері готельного та ресторанного бізнесу / Т. Л. Керанчук // Проблеми економіки підприємств в сучасних умовах : матеріали Х-ї (Ювілейної) Міжнарод. наук.-практ. конф., присвяченої 130-річчю НУХТ, Київ, 23-24.05.2014 р. – К. : НУХТ, 2014. – С. 18-20.
25. Класифікація видів економічної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10\\_i.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html).
26. Колективні засоби розміщення в Україні у 2018 році : статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України
27. Корнілевська М.О. Управління готельним бізнесом та тенденції його розвитку / М.О. Корнілевська: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/kornilevska.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/kornilevska.htm).
28. Круль Г. Я. Основи готельної справи : навч. посіб. / Г. Я. Круль. – К. : Центр учбової літератури, 2011..
29. Мазаракі А.А. Проектування готелів : навч. посіб. / А.А. Мазаракі. – 2-ге вид., відред. і допов. – Київ: Київ.нац.торг.-екон.ун-т



30. Мальська М.П. Організація готельного обслуговування: підручник / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк, Ю.С. Занько: [Електронний ресурс]
31. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підруч. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К. : Центр учбової літератури, 2012.
32. Матеріали журналу « Гостиничный и ресторанный бизнес в Украине» [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://hotelbiz.com.ua/tag/oteli/>
33. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрями розвитку”, 25-27 березня 2015 р. – К.: НУХТ, 2015 р. – 274 с.
34. Матеріали сайту Booking.com
35. Методика розрахунку чисельності окремих категорій працівників на основі норм з праці: наказ М-ва праці України від 2018 р
36. Методичні рекомендації по формуванню собівартості продукції, робіт, послуг у промисловості : затв. наказом Державного комітету промислової політики України від 2018 р
37. Моргулець О. Б. Динаміка розвитку сфери послуг України / О. Б. Моргулець // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. — 2015. — № 11. — С. 194-197.
38. Реєстр свідоцтв про встановлення категорій готелям та іншим об’єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/ua/services/categorization>.
39. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименка ; авт.. кол. : В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та ін.]. – Одеса : Астропринт, 2013..
40. Руденко В.П. Основи готельної справи. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://pidruchniki.ws/15840720/turizm/osnovi\\_gotelnoyi\\_spravi\\_-\\_rudenko\\_vp](http://pidruchniki.ws/15840720/turizm/osnovi_gotelnoyi_spravi_-_rudenko_vp)
41. Сайт Лектманія. Стаття «Провідники готельного бізнесу як синонім елегантності та вишуканості в індустрії гостинності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lectmania.ru/1x10d68.html>

42. Саненко Л.І. Принципи впровадження інноваційних технологій в готелях та їх переваги. II Всеукраїнська науково-практична конференція «Здобутки, проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу». – 2013. – К.: НУХТ.
43. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Электронный ресурс] / А.В. Сорокина. – Режим доступа: [http://www.turbooks.ru/libro/organ\\_obs\\_luzh\\_gost/g2.html](http://www.turbooks.ru/libro/organ_obs_luzh_gost/g2.html)
44. Статистична інформація про економічну діяльність підприємств за 2010–2014 роки. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
45. Тимошенко З.І. Маркетинг готельного продукту [Електронний ресурс] / З.І. Тимошенко, Г.Б. Мунін, В.П. Дишлевий. - Режим доступу: <http://tourismbook.com/pbooks/book-37/ua/>.
46. Тімар І.В. Особливості формування іміджу відчизняних підприємств сфери послуг / І.В. Тімар // Зб. наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку» – Дніпро: Вид. Біла К.О. – 2015. – С. 20-23.
47. Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: МАТЕРІАЛИ Міжнародної науково-практичної конференції, 2014. – 420 с
48. Туристична діяльність в Україні у 2018 році : статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2018.
49. Шикіна О.; Ремігайло І. // Бутік-готелі як інноваційний напрям розвитку готельного господарства : Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неоіндустріального суспільства 2020р.

# ДОДАТКИ



**Київський національний торговельно-економічний  
університет  
Факультет ресторанно-готельного  
та туристичного бізнесу  
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу**

## ***NORESA – НОВІ ФОРМАТИ***

**Збірник наукових статей студентів  
денної форми навчання,  
які здобувають освітній ступінь «магістр»  
за спеціальностями 073 « Менеджмент»  
(спеціалізація «Готельний і ресторанный менеджмент»),  
241 «Готельно-ресторанна справа»  
(спеціалізації «Готельний і ресторанный девелопмент»,  
«Міжнародний готельний бізнес»)**

**Частина 2**

**Київ 2021**



## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>БОЙЧЕНКО Д.</b> Розвиток В&В готелів в Україні .....	6
<b>БОНДАРЕНКО І.</b> Діяльність butik-готелів в Україні та світі .....	12
<b>МАРАХОВСЬКА Т.</b> Розвиток екоготелів в Україні .....	17
<b>МАРЧЕНКО Р.</b> Інформаційні технології управління у бізнес-готелі .....	20
<b>РОЗИЛЬНА В.</b> Наслідки пандемічного впливу COVID-19 на ринок готельних послуг .....	24
<b>БАРА А.</b> Тенденції розвитку міжнародних готельних мереж .....	29
<b>КОВАЛЕНКО С.</b> Інтернет-маркетинг готельного оператора .....	32
<b>КОВАЛЬЧУК А.</b> Аутсорсинг готельних послуг .....	39
<b>МОТОРНИЙ О.</b> Методичні засади визначення міжнародної конкурентоспроможності готельної мережі .....	44
<b>ОСТРОВЦОВА Г.</b> Глобальні тенденції світової індустрії гостинності в умовах COVID-19 .....	49
<b>ОТІРКО А.</b> Розвиток франшиз готельних мереж на національному ринку готельних послуг .....	55
<b>СКИРТЮК М.</b> Міжнародна програма лояльності готельної мережі .....	60
<b>УДОВИЦЬКА О.</b> Управління конкурентоспроможністю суб'єкта готельного бізнесу .....	67
<b>БОЙКО І.</b> Теоретичні засади формування маркетингу взаємовідносин суб'єкта готельного бізнесу .....	73
<b>БОЙЧАС К.</b> Маркетинг підприємств ресторанного господарства у соціальних мережах .....	77
<b>БОНДАР Я.</b> Застосування KPI в системі мотивації персоналу суб'єктів ресторанного бізнесу .....	82



9. Бриткова Т., 2012. Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. Харків, «Все про туризм».

10. Довгаль Г.В., Данько Н.І., 2017. Міжнародні готельні мережі: світовий досвід для України. Харків, ХНУ імені В. Н. Каразіна, С. 110–127.

11. Мазараки А., 2019. HoReCa: Готелі. Київ: КНТЕУ.

12. Настич І., 2020. Падіння завантаженості, зниження Rackrates та складне відновлення: готельний бізнес під час COVID 19. [Онлайновий] Режим доступу: [https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya\\_nedvizhimost/padinnya\\_zavantazhenosti\\_zmizhennya\\_rack\\_rates\\_ta\\_skladne\\_vidnovlennya\\_gotelniy\\_biznes\\_pid\\_chas\\_covid\\_19](https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/padinnya_zavantazhenosti_zmizhennya_rack_rates_ta_skladne_vidnovlennya_gotelniy_biznes_pid_chas_covid_19) [Дата звернення: 05 05 2021].

13. Пандяк І., 2011. Історія становлення готельної сфери в Україні. Вісник Львівського університету. Серія Міжнародні відносини. Випуск 29–2, С. 178–184.

Робота виконана під науковим керівництвом канд. екон. наук, доцента ПОЛТАВСЬКОЇ О. В.

## ДІЯЛЬНІСТЬ БУТІК-ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

**БОНДАРЕНКО І., 2 курс, 9м група ФРГТБ КНТЕУ,  
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»,  
спеціалізація «Готельний і ресторанный девелопмент»**

*У статті розглянуто та досліджено феномен бутік-готелів, вивчені їх принципи клієнтоорієнтовності та вплив на сучасний світ а також їх актуальність в Україні. Розглянуто найпривабливіші та найтуристичніші міста для створення та розвитку бутік-готелів. Проаналізовано кількість внутрішніх туристів та кількість зовнішніх туристів, що мандрують країною.*

**Ключові слова:** бутік-готель, готельна концепція, клієнтоорієнтований сервіс

*The article considers and researches the phenomenon of boutique hotels, studies their principles of customer orientation and impact on the modern world, as well as their relevance in Ukraine. The most attractive to the most tourist cities for the creation and development of boutique hotels are considered. The number of domestic tourists and the number of foreign tourists traveling through the country are analyzed.*

**Key words:** boutique hotel, hotel concept, customer-oriented service

**Актуальність теми.** В умовах глобалізації роль інновацій значно зростає. Важливим інструментом підняття конкурентоспроможності готелю стали інновації що дозволяють модернізувати і автоматизувати всі рівні обслуговування. Від бронювання квитків до: заїзду і виїзду з повною оплатою; найважливіших бізнес-процесів – від роботи працівників готелю до звітності. Важливо, щоб готелі пропонували послуги найвищої якості. Це напряду пов'язано з тим, наскільки компетентна і розвинута компанія в наданні основних і супутніх послуг.

У сучасному світі стає все важче залучати клієнтів через такий список готельних послуг, як Супутникове ТБ, безкоштовний Wi-Fi, СПА салон, Масажний салон і басейн бо вони стали звичайною справою і майже обов'язкові. Останнім часом все більша кількість споживачів незадоволені сучасними виглядом і інтер'єром стандартних готелів, які під копірку будуються вже багато років. У зв'язку зі зростаючою популярністю бутік-готелів рекомендується придивитися до цього типу розміщення.



**Метою дослідження** є виявлення особливості розвитку на сучасному готельному ринку бутік-готелів як інноваційного засобу залучення та утримання клієнтів.

Методологічною основою дослідження є вивчення бутік-готелів як виду засобів розміщення.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставлених завдань у статті застосовано такі загальнонаукові методи дослідження: аналізу та синтезу; структурно-логічний.

**Інформаційна база дослідження:** наукові статті, матеріали міжнародних конгресів, симпозіумів та науково-практичних конференцій.

**Виклад основного матеріалу.** Бутік – готелі зазвичай являють собою реконструйовані або пристосовані під готель історичні споруди та пам'ятки архітектури різного призначення (колишні громадські споруди, особняки, виробничі споруди (фабрики), друкарні тощо). Дані готелі можуть бути тематичними: бутік – готелі для поціновувачів мистецтва, класичної та сучасної музики, представників дипломатичних кіл, акторів тощо. Також вони можуть мати певний характерний образ та стилістичне рішення (класичний, ренесансний, середньовічний образ); бутік – готель в американському стилі 20-30 – х років, в стилі часів Людовіка XIV, в «голлівудському» стилі тощо). Ще однією особливістю даних готелів є індивідуальний підхід до кожного відвідувача, а також загальний високий рівень сервісу та обслуговування. Основною перевагою бутік – готелів серед інших видів готелів є авторське (нешаблонне) оформлення інтер'єрів як номерів, так і приміщень загального користування. До їх вирішення часто залучаються не лише архітектори, але й імениті художники, дизайнери (наприклад Крістіан Лакруа, Кельвін Кляйн, Карл Лагерфельд, Джанні Версаче тощо).

Використання терміну «бутік-готель» вперше було у 1984 році, коли Стів Рубелл сумісно з Яном Шрагером провели реставрацію готелю «Morgans Hotel» у Нью-Йорку. На той час вони мали славу як процвітаючі ресторатори та власники культового нічного клубу «Studio 54». Щоб збудувати креативний міський готель було запрошено французького дизайнера на ім'я Андре Путман. Дизайнер з головою пірнула у проєкт та вивела унікальний контрастний стиль за допомогою чорної та білої мозаїки, якою були оброблені цілі кімнати. Це стало вражаючим незвичайним викликом для сучасності. Саме Ян Шрагер вважається винахідником концепції бутік-готелю: в його уявленні сучасний міський готель – це одночасно і шматочок будинку, і театр, де розігрується людська комедія.[4] Такий напрям набув широкої популярності у сфері гостинності. Важливо знати, що офіційно-терміну «бутік-готель» у ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» не існує, тобто назвати готель бутіком має можливість абсолютно будь яка людина. Разом із тим, за українським законодавством готелями покращеного комфорту можуть вважатися:

- клуб-готель;
- готель, розташований при клубі, в якому організують дозвілля та організують інші послуги, переважно членам клубу;
- готель-люкс;
- готель, який має тільки номери «люкс» та (або) апартаменти, президентський апартамент;
- готель-резиденція
- готель-люкс закритого типу, призначений для обслуговування державних посадових осіб [3].

Креативність та унікальність є основою створення концепції для підходу бутік-готелів, яка пропонує для своїх гостей не лише комфортабельне ліжко та ряд стандартних обмежених послуг.

Світовий досвід інформує нас тим що сегмент поширення концептуальних готелів є досить прибутковим й навіть створює повноцінне незалежне призначення. Але лише вибухової ідеї для концептуального готельного різноманіття готельних послуг недостатньо, оскільки тут потрібне підкріплення новою стратегією, що запропонована світом як новий



готельний продукт. Екзотичність – не єдина умова виникнення такої готельної концепції що має за головну мету розробку специфічних туристичних послуг, для яких не є можливим використання переліку умов що містяться у концепції звичайного готелю.

Через нескінченний розвиток світу готельна індустрія все повнішого мірою закликає і наймає до співпраці творчих людей для як найефективнішого мозкового штурму і поєднання зусиль для реалізації ідей. Індустрія гостинності залучає космічні кошти, таланти найкращих архітекторів, дизайнерів, сценаристів для того, щоб комфорт і розкіш більше не були стандартизованими.

Важливою запорукою розвитку цієї індустрії є поступове збільшення кількості іноземних туристів, які отримали послуги суб'єктів туристичної діяльності. Значно зросла кількість «внутрішніх» туристів, зокрема, за рахунок сімейних подорожей та поєднання ділових поїздок із відпочинком. Якраз для такого типу туристів ідеально підходить концепція бутик-готелю, оскільки цей різновид готелів спеціалізується на поєднанні робочої поїздки з необхідним відпочинком та комфортом.

Водночас кількість активних підприємств, що надають готельно-ресторанні послуги, в регіонах України зменшилася. Це пов'язано із продовженням проведення бойових дій на сході України та тимчасово окупованих територіях, а також анексією Криму із його унікальним природно-рекреаційним потенціалом. Економічним чинником є висока конкуренція, яка виступає передумовою для активізації внутрішнього туризму та впровадження інновацій.

Що стосується перспективних для розвитку регіонів – відбувається поступове зміщення в бік об'єктів туристичної інфраструктури та рекреаційно-туристичного господарства країни, зокрема, регіональних здравниць. Основними напрямками є Одеська, Миколаївська, Херсонська та Запорізька області. Що стосується західних регіонів, то це Карпатський, Поліський рекреаційні регіони. Про це свідчать численні сюжетні засоби масової інформації, які сповіщають про збільшення туристичних потоків у зазначені регіони. Така тенденція не може в подальшому не вплинути на одночасний притік грошового капіталу від активізації туристичного бізнесу, який змістив свої бажання до зазначених регіонів, та рівень доходів місцевих бюджетів.[4]

Основною причиною для появи бутик-готелів на туристичному ринку стає переорієнтація на максимізацію задоволення потреб потенційного споживача готельного продукту. Концептуальний готель – це заклад розміщення з інноваційним компонентом з цілісним дизайном на певну тематику, що відрізняє його від «класичного» готелю та пропонує готельні послуги у тимчасовому розміщенні з обов'язковим обслуговуванням.

Інноваційні процеси є важливою частиною сучасного бізнесу. Деякі нові ідеї для готельєрів з часом можуть стати досить поширеною послугою і викликати певну тенденцію в готельному господарстві.

Популярність бутик-готелів призвела до зміни тенденцій у цьому форматі готелів і все більше привертає увагу всесвітньо відомих готельєрів. З кожним роком такі готелі стають все більш популярними серед туристів та ділових людей.

Великі готельні оператори також намагаються заповнити цю нішу.

Комфортність та дороговизна готелю відтепер не має «зіркового» обмеження. Найдорожчі та найцікавіші готелі – це бутикові (або дизайнерські) готелі, кожен з яких унікальний сам по собі.

Бутик-готель – це відносно нова готельна концепція, створена близько 30 років тому, після грандіозного відкриття двох абсолютно неординарних міні-готелів: лондонського «The Blakes Hotel», що був створений готельєром і дизайнером Анушкою Хемпель (Anouska Hempel), та готелю «Bedford» у Сан-Франциско. Зросла тенденція до формування власного унікального стилю та образу. Стратегія розвитку мережі базується на підборі готелів, унікальних з точки зору розташування, декору чи історії.

Найзагальновідомішими київськими бутик-готелями є «Подол Плаза», «Опера», «Воздвиженський», «Старо», апарт-отель «Teatr», дизайн-отель «11 Mirrors», «Mercury Kyiv Congress».



Українські зіркові готелі визначають бутик-готелі як особливі готелі, які прагнуть до ексклюзивності і володіють неймовірною кількістю функцій. Наприклад, кімнати не пронумеровані, а мають назви, а меблі сортується за кольором і кожному номеру призначається унікальна служба підтримки клієнтів.[1]

Це працює тільки для певних гостей як основна мета бутик-готелю.

Деякі бутик-готелі пропонують своїм клієнтам цілодобове індивідуальне обслуговування.

Бутик-готелі – це не тільки готелі, але й місця, де створюють атмосферу домашнього затишку. Тут це докладно розглядається як рішення про архітектуру і планування.

Конструкція і дизайн кожного холу, кожного коридору і кожної кімнати. Все про ці готелі – колір, освітлення, текстури, меблі та звук.

Прикраси – щоб задовольнити побажання ваших гостей. Будь-який номер в бутик-готелі – це не тільки відмінна робота для дизайнерів, але і свого роду картинна галерея, в якій виставлені картини, графіка і скульптури.

Модні готелі призначені для вимогливої публіки, яка прагне до приватності, дуже високого комфорту та особливої уваги до своєї особи. Особливий підхід до кожного гостя – це одна визначна особливість таких готелів. У деяких готелях гості навіть можуть взяти витвір мистецтва, який їм сподобався – його вартість буде включена лише у рахунок за обслуговування.

Малий формат, не потрібно відповідати стандартам Інтернету, прагнення залучити споживачів – все це спонукає власників готелів до творчості та створення справді оригінальних проєктів.

Послуги, які пропонують готелі цієї категорії, є ексклюзивними для більшості тих, хто вже є на українському готельному ринку.

Послуги громадського харчування забезпечують елітні лаунж-бари та ресторани. Вартість життя в будь-якому з цих готелів обумовлена його унікальністю і вона часто виявляється досить високою. Кожен номер готелю, незалежно від категорії, унікальний і має свою ціну. Аудиторія, для якої розраховані ці номери, – це люди з високим рівнем власного капіталу, оскільки помешкання що знаходяться в готелях даного формату мають вартість в середньому втричі дорожче, чим у найвідоміших мережах готелів категорії «шість зірок». Ціна одномісного номера може сягати 2000 євро за ніч. Але навіть такі, здавалося б, неймовірні ціни не зупиняють великий трафік.

Ці готелі працюють цілий рік. Попит на цей вид послуг на українському ринку вже виник, але він досі не повністю задоволений.

Незважаючи на всю вищепераховану інформацію, даний формат готелю не є необхідним у кожному місті, але їх очевидно, бракує у таких українських містах як Київ, Львів, Одеса та на курортах. За експертними підрахунками та калькуляцією статистики, у десятирічній перспективі кількість готелів формату «бутик» зросте втричі – прямо пропорційно їх феномену у світі.

Серед таких найближчих проєктів – це створення мережі бутик-готелів на півночі Італії, здійснюється міжнародним інвестиційним фондом Hermes-Sojitz, який добре відчув сучасну тенденцію. Для проєкту фонд зібрав величезні старовинні палаци, кожний із яких зберігає власну історію. Така мережева колекція бутик-готелів від Hermes-Sojitz складатиме 17 неповторних унікальних готелів ізмісткістю номерного фонду від 25 до 50 кімнат.[5]

Створенню та функціонуванню концентральних готелів сприяла низка чинників, які є набором суттєвих переваг перед стандартизованими засобами розміщення (табл. 1).

Бутик-готелі, розташовані в історичних будівлях ще функціонують як важлива соціальна функція. Виконувати реконструкцію будівлі, в якій знаходиться готель, а також додаткову технічну підтримку – це не лише значні витрати, а й серйозна відповідальність. Незважаючи на додаткові витрати, це дозволяє зберегти культуру, спадщину, раціональне використання пам'яток архітектури. Більше того, концепція та напрямки діяльності готелю створюють для цього умови диверсифікації готельних послуг, створення та впровадження різноманітних інновацій та ексклюзивних послуг.



Таблиця 1

**Чинники, що сприяють і перешкоджають розвитку бутік-готелів**

<i>Сприяючі чинники</i>	<i>Перешкоджаючі чинники</i>
1. Створення неповторної, що вирізнятиме готель від інших аналогів.	1. Великі грошові вкладення на початкових етапах створення готелю, значна вартість заповнення житлових приміщень.
2. Мала кількість конкуренції певного концепту.	2. Довгий термін окупності залучених коштів.
3. Висока ймовірність залучення іноземних інвестицій.	3. Високий ризик того, що потенційний гість не підтримає концепцію та віддасть перевагу стандартному готелю.
4. Збереження культурно-історичної спадщини, реконструкція історичних будівель.	4. Високі тарифи на номери.
5. Залучення представників мистецтва, стилістів, дизайнерів, що надає готельному продукту нового сенсу.	5. Відсутність законодавчої бази та підтримки з боку держави
6. Орієнтація на преміям-сегмент споживачів.	
7. Швидка адаптація до змін на ринку.	
8. Персоналізація обслуговування.	
9. Здатність впровадження додаткових послуг, що відповідають концепції готелю	

*Джерело: складено автором*

**Висновок.** Таким чином, виходячи з усього вищесказаного, можливо зробити висновок що у реаліях нашого часу бутік-готель є ковтком свіжого повітря для готельної індустрії, оскільки виходить за рамки звичайного формату готелю, що дозволяє втілювати в життя найрізноманітніші ідеї. Створення все більшої кількості готелів даного типу по території України зможе докорінно змінити і збагатити сферу українського туризму. Адже наша країна багата на унікальні місця та краєвиди, і створення бутік-готелів у концепції з навколишнім середовищем певної місцевості зможе не аби як привернути увагу іноземного туриста.

**Список використаних джерел**

1. Irina Verezomska//Перспективи розвитку бутік-готелів в Україні.
2. Левковська Л., Чабан Р., Мунін Г. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу в Україні. Економіка України. 2016. № 6. С. 31–36.
3. НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАНДАРТ УКРАЇНИ ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНІ ЗАСОБИ РОЗМІЩЕННЯ Терміни та визначення / ДСТУ 4527:2006 //Чинний від 2006-10-01.
4. Шикіна О.; Ремігайло І. //Бутік-готелі як інноваційний напрям розвитку готельного господарства.
5. Офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ua.hotels.com/search.do>
6. Офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://conference-service.com.ua/>
7. Ковтуненко Ю. В., Качанова Н. С. Планування інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу// Матеріали VII Міжнародної науково практичної конференції «Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту» Одеса : ОНПУ, 2018. С. 34–36.

Робота виконана під науковим керівництвом канд. екон. наук, доцента  
РАСУЛОВОЇ А. М.



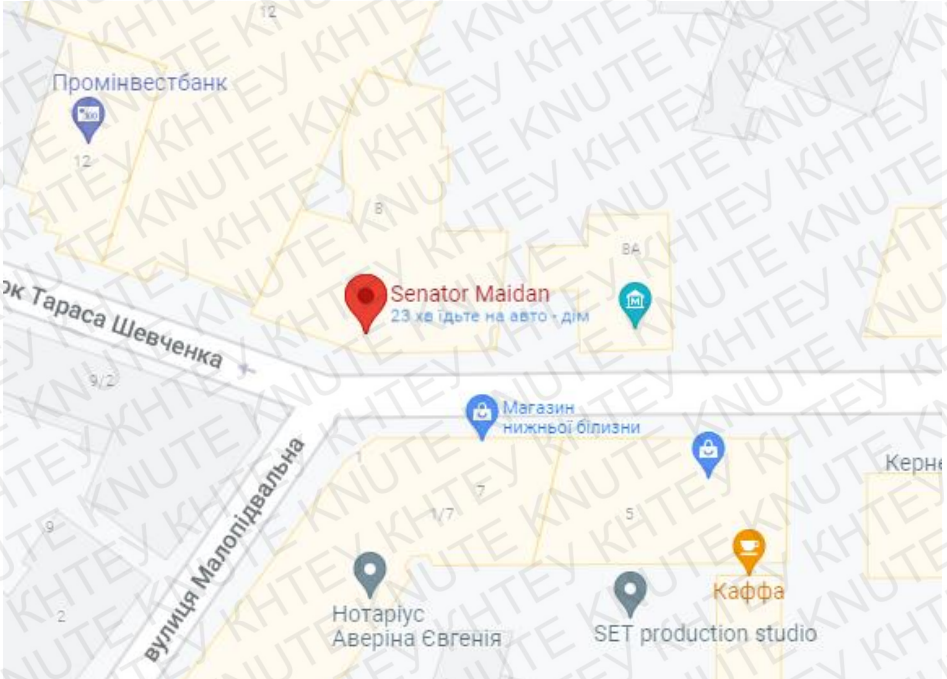
Додаток Б

Розташування на карті проєктованого готелю, та найближчих конкурентів

Локація готелю

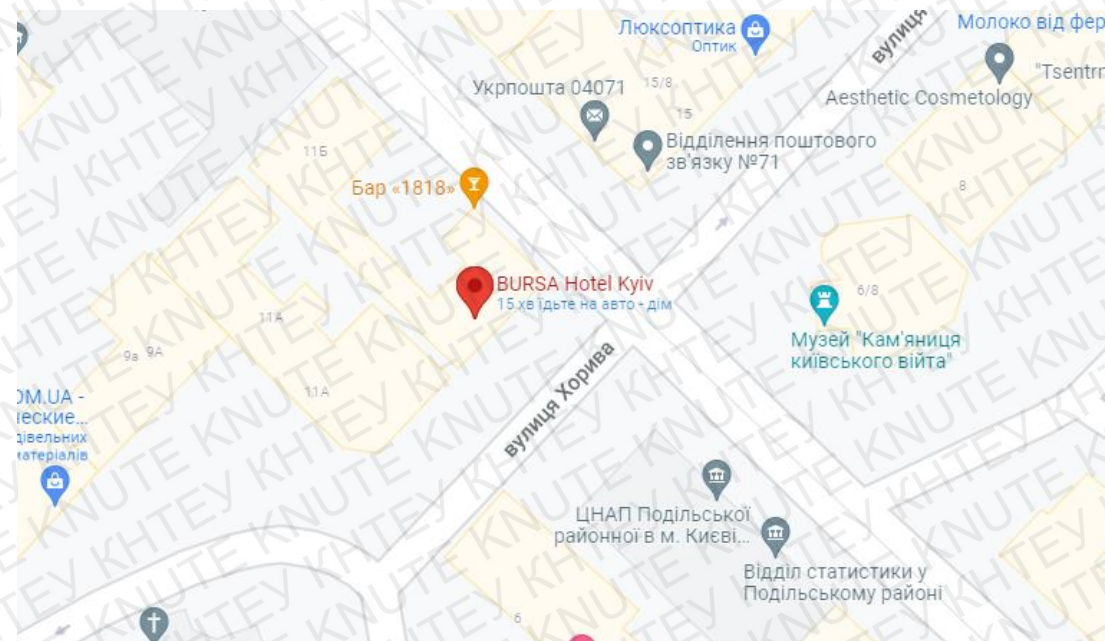


Бутік-готель Senator Maidan - 7.8 км від майбутнього готелю (19 хв автотранспортом)

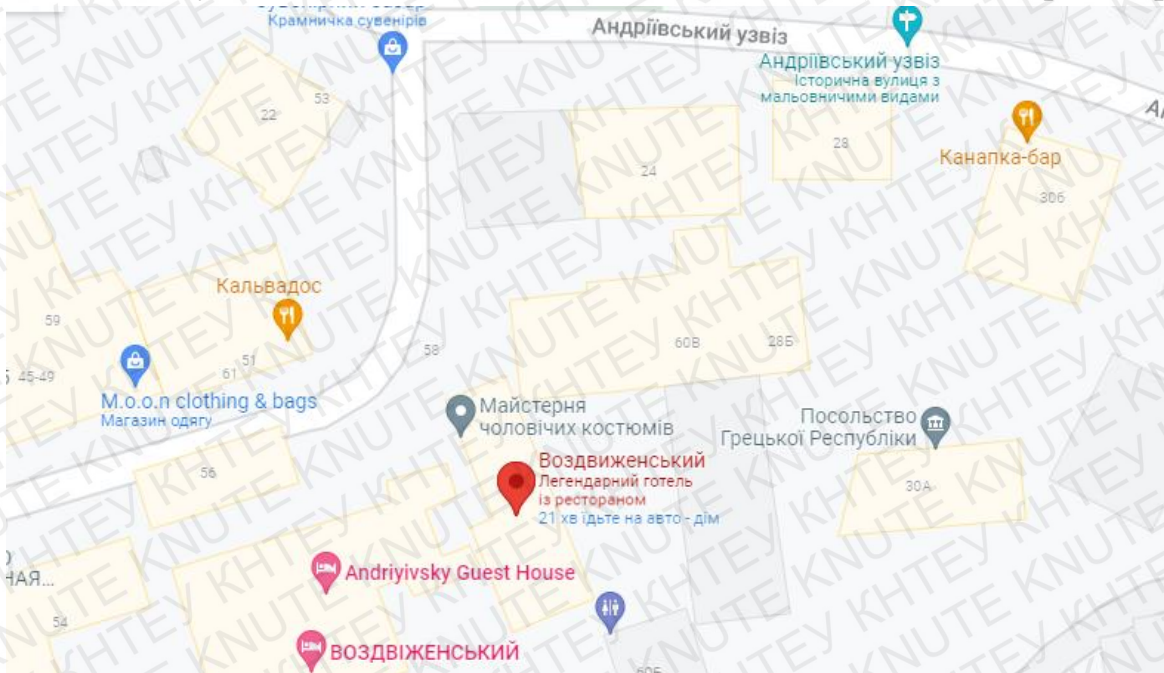


Bursa Hotel Kyiv – 8.5 км (16 хвилин автотранспортом)





Бутик – готель «Воздвиженський» - 9.7 км (22 хв автотранспортом)





## Додаток Г

## Маркетинговий аналіз

## VMOST-аналіз

V-ведення	Надання послуг обслуговування та розміщення у butik-готелі
M-місія	Залишити наших гостей повністю задоволеними від перебування та зробити усе можливе і неможливе щоб наші відвідувачі почували себе як у себе вдома. Для кожного ми знайдемо особистий підхід та надамо можливість обрати кімнату для поселення ,яка максимально підійде по енергетиці та стилю нашому гостю. Адже кожна наша кімната є унікальною та неповторною.
O-ціль	Створення затишної атмосфери,щоб гості почувалися себе, як вдома
S-стратегія	Підвищення конкурентоспроможності за рахунок унікальності дизайну приміщень та унікальної концепції
T-тактика	Можливе розширення мережі по Україні

## Матриця Ансоффа для майбутньої власної мережі готелів – T.A.P.D.I.C. hotels group

		Продукт(послуга)	
		Існуюча послуга (продукт)	Нова послуга (продукт)
Ринок	Існуючий ринок (Міста України)	<b>Стратегія глибокого проникнення на ринок</b> Використання маркетингових стратегій задля привернення більшої уваги до готелю,і як результат – збільшення споживачів готельних послуг. (Використання реклами у соцмережах, відеоролики про готель на YouTube)	<b>Стратегія розвитку послуги</b> Розробка власного мобільного додатку, у якому можливо буде не лише дізнатися більше про послуги готелю і використати чат-бот, але й залишити відгук про враження від готелю та виставити йому свою оцінку.
	Новий ринок (Вихід на зарубіжний ринок)	<b>Стратегія розвитку ринку</b> Підготовка відео-презентації та брошур про готель для вигідного представлення його на міжнародних конференціях.	<b>Стратегія диверсифікації</b> Створення вдосконаленої системи обслуговування: замість ключа для входу в номер – сканування унікального штрих-коду з мобільного додатку.