

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

# **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему:**

## **Проект еко-готелю в місті Каневі**

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

Мараховської  
Тетяни Олегівни

---

*підпис  
студента*

Науковий керівник  
к.е.н. доц.

Міска  
Віктор Григорович

---

*підпис  
керівника*

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

Ведмідь Надія  
Іванівна

---

*підпис  
гаранта*

Київ 2021

**Київський національний торговельно-економічний  
університет**

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»  
Спеціалізація «Готельний і ресторанный девелопмент»

**Затверджую**

Зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу

проф. Бойко М.Г.

“ ” 2021 р.

**Завдання**

на випускний кваліфікаційний проект студентіві

Мараховської Тетяні Олегівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: Проект еко – готелю в м. Каневі
2. Затверджена наказом ректора від “12 ” 11 2020 р. № 3394
2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 20 листопада 2021 р.
3. Цільова установка та вихідні дані до випускного кваліфікаційного проекту:

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

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

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

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

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

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

Вступ (інвестиційна ідея проекту )

Розділ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС

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

Розділ 2. АРХІТЕКТУРА І ДИЗАЙН

- 2.1. Екстер'єр та інтер'єр
- 2.2. Дизайнерське рішення номера готелю

Розділ 3. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ

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

Висновки



## 6. Календарний план виконання проекту

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

7. Дата видачі завдання: 12.11.2020 р.

8. Керівник випускного кваліфікаційного проекту Міска В.Г.  
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми

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

10. Завдання прийняв до виконання студент

Мараховська Т.О.

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Відгук керівника випускного кваліфікаційного проекту

12. Керівник випускного кваліфікаційного проекту

\_\_\_\_\_ (підпис, дата)

Висновок про випускного кваліфікаційного проекту

Випускний кваліфікаційний проект студента

\_\_\_\_\_ (прізвище, ініціали)

може бути допущений до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

Ведмідь Н.І.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Бойко М.Г.

(підпис, прізвище, ініціали)

“ \_\_\_\_\_ ”

2021р.

## ЗМІСТ

<b>Вступ.....</b>	<b>7</b>
<b>Розділ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС .....</b>	<b>10</b>
1.1. Концептуальне рішення. Локація .....	10
1.2. Функціональні характеристики .....	18
1.3. Організаційний дизайн .....	20
<b>Розділ 2.АРХІТЕКТУРА ГОТЕЛЮ .....</b>	<b>22</b>
2.1. Екстер'єр та інтер'єр .....	22
2.2. Дизайнерське рішення номера готелю .....	28
<b>Розділ 3. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ .....</b>	<b>31</b>
3.1. Фінансові результати проекту .....	31
3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту .....	36
<b>Висновки.....</b>	<b>38</b>
<b>Список використаних джерел.....</b>	<b>40</b>
<b>Додатки.....</b>	<b>44</b>



## ВСТУП

Готельний бізнес, один з найперспективніших напрямків бізнесу в Україні, що успішно розвиваються. Особливістю цього бізнесу є орієнтація на Європейські стандарти сервісу та швидкий перехід до них. І як всякий бізнес — готельний бізнес прагне збільшення доходу і шукає інструменти та ефективні шляхи досягнення бажаного фінансового результату.

В сьогоднішні нові умови і тенденції, що виникають, багато в чому визначають ефективність та конкурентоспроможність готелів у період кризи. Бізнес гостинності, як і будь-який інший, залежить від зовнішніх факторів, процесів глобалізації та науково-технічних прогресів, навіть сучасні технології докорінно змінюють модель поведінки споживачів, їх уподобання, та умови функціонування підприємств. Слід зазначити, що в парадигмі взаємодії готельного підприємства, як зовнішніх та внутрішніх факторів, виникають кризи, які можуть бути викликані:

- якістю наданих послуг;
- ринковим попитом;
- ціною за послугу;
- матеріальною базою готельного підприємства;
- зовнішніми факторами, які не залежать від готелю (військові дії, стихійні лиха, тощо).

Заява Президента про легалізацію грального бізнесу, про Українська рекламна компанія та пошук правильної концепції готелю – це теми, які є в даний час активно обговорюється на ринку нерухомості.

За даними Cushman & Wakefield в Україні, найбільш турбулентний період торкнувся 4-5-зіркових готелів. Споживчість для цієї категорії впало до 43% з 46%. Важливо відзначити, що ця тенденція пояснюється фактором сезонності. З часів коли київські готелі в основному орієнтувалися на бізнес сегмент, літній період характеризувався затишшям, але з осені ділова



активність збільшується, а за підсумками року, загальні показники можуть навіть стати рівними [28].

Інвестори тепер змушені знаходити більш практичний підхід до сегментів і звертати увагу на економіку в першу чергу. Останнім часом впевнено розвиваються бюджетні готелі - 3 зірки, 3+. Перш за все тому, що не тільки іноземці, а й вітчизняні туристи і бізнесмени можуть зупинитися в таких готелях, як показала практика. Однак у деяких регіонах, вже є попит на 4-зіркові готелі.

Незважаючи на деякі варіації і меншу заповнюваність готелів, окремих місць і регіонів, ринок в цілому демонструє непогані фінансові показники, результати та тенденція для подальшого зростання. Заява Президента України з приводу легалізації азартних ігор та будівництва нових курортних міст призведе до збільшення зацікавленості інвесторів у нових готельних проектах. Крім того, якщо будуть проведені відповідні реформи туризму та виділено бюджет на популяризацію України як туристичної зони за кордоном, ми отримаємо ще більші інвестиції в готельному сегменті.

Cushman & Wakefield в Україні зазначили, що для категорія люкс, висококласним було зростання від 4 до 22% за перші два квартали 2018. До третього кварталу зростання сповільнилося до 5%. 2018 р., а наприкінці 2018 р. - початку 2019 року кількість номерів зменшилася на 20% [30].

Поки Київ шукає нові шляхи залучення іноземних туристів, регіони живуть своїм життям. Тут переважають вітчизняні туристи, для яких фактор сезонності все ще грає роль. Змінюють формат нових готелів, де вони пропонують комплексне обслуговування, якість обслуговування, цікаві розваги, незважаючи на пору року.

**Темою випускного кваліфікаційного проекту є проект еко-готелю у місті Канів.**

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

- визначити концептуальні засади діяльності та розробити загальну концепцію готельного продукту, концепцію дизайну, сервісу підприємства, визначити конкурентні переваги проєктованого готелю;
- розробити заходи з охорони праці, техніки безпеки, протипожежної безпеки, охорони навколишнього середовища та цивільного захисту;
- визначити і обґрунтувати організаційно-правовий статус об'єкта; побудувати органи управління і визначити завдання вирішення для кожної структурної одиниці;
- розробити прогноз результатів фінансової діяльності підприємства виходячи з потреб забезпечення необхідного соціального і виробничого розвитку. Окреслити ризики реального інвестиційного проєкту.

**Об'єкт дослідження** - процес проєктування еко-готелю у місті Канів.

**Предмет дослідження** - теоретичні, методичні, прикладні засади проєктування еко-готелю.

## Розділ 1.

### КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС

#### 1.1. Концептуальне рішення. Локація.

Постановка проблеми. Сучасні тенденції розвитку світової сфери гостинності свідчать про її популяризацію та значний інтерес до екологічно чистих засобів розміщення. Споживачі більш свідомо підходять до вибору готелю, обираючи в багатьох випадках ті, що піклуються про довкілля, часто ладні переплатити за «зелені» товари та послуги.

Останніми роками у багатьох розвинених країнах світу все більше готельєрів схиляється до впровадження концепції екологічного готелю, що є якісно продуманою системою комфортного життя в гармонії з навколишнім природним середовищем. Це концептуально новий погляд на розвиток засобів розміщення, який дозволяє не тільки дбати про природу, а й істотно знизити витрати виробництва.

Для визначення майбутнього розміщення готелю слід зробити висновки по визначенню тенденцій розвитку готельного бізнесу. Узагальнені результати занесемо до таблиці (додаток В).

Вдалих вибір місця розташування для закладу є одним з найбільш важливих критерій, так як саме від цього буде залежати позиціонування на ринку готельних послуг та вибір власного кола клієнтів. Еко-готель планує носити назву «ageEco Hotel».

На розташування готелю в місті впливає його місткість, категорія і тип. З містобудівної точки зору можна виділити п'ять варіантів розташування готельних підприємств у структурі міста:

- у центрі міста;
- на територіях, прилеглих до центру міста;
- в центрі житлових районів і мікрорайонів;
- на «порозі» міста;
- за межами міста.



При розміщенні готелів враховують ряд чинників, що впливають на вибір ділянки для готельного підприємства:

1) містобудівні чинники – необхідна площа території з урахуванням функціонального типу готельного підприємства (конгрес-готель, курортний готель) і його місткості. Враховують геометричні контури ділянки, і раціональне розміщення з урахуванням транспортної інфраструктури і віддаленості від аеропорту, порту, залізничного вокзалу або інших необхідних гостю об'єктів;

2) архітектурно-ландшафтні чинники – наявність природних компонентів у вигляді рельєфу, водних об'єктів, зеленого масиву на ділянці або прилеглий території, а також архітектурний ансамбль навколишньої забудови тощо.

Основне завдання ландшафтної архітектури полягає у відтворенні природного середовища, створенні цілісних антропогенних ландшафтів, які позитивно впливають на людину.

Розрізняють:

– природний ландшафт – це натуральне, природне середовище, що не є результатом діяльності людини.

– антропогенний ландшафт – це середовище, що виникло як результат людської діяльності.

Залежно від соціально-економічних функцій розрізняють декілька видів антропогенних ландшафтів: сільськогосподарські; промислові; урбаністичні (міські); рекреаційні (для відпочинку);

3) інженерно-економічні чинники – наявність або відсутність інженерних комунікацій (водопровід, каналізація, газ, електрокабель, телефонний кабель) і можливість підключення до них з урахуванням їхньої потужності та розміщення, що значно змінює вартість будівництва підприємства готельного господарства;



4) екологічні – санітарно-гігієнічні параметри навколишнього середовища та їх відповідність встановленим в державі вимогам і нормам. До таких параметрів відносять: чистоту повітряного і водного басейнів, шум, інсоляцію, аерацію, наявність природоохоронних зон, заповідників і т. д. Ділянка, що пропонується для розміщення готелю, повинна відповідати вимогам санітарно-епідеміологічних правил і гігієнічних нормативів щодо рівнів природних і штучних радіонуклідів, вмісту потенційно небезпечних для людини хімічних і біологічних речовин у повітрі, ґрунті, негативних фізичних факторів (шум, вібрація, інфразвук, електромагнітні поля тощо) та інших. Розміщення й об'ємно-просторове рішення будинків готелів повинні відповідати вимогам держаних будівельних норм, санітарним правилам та нормам.

У складі ділянки готелю повинні бути передбачені:

- упоряджені майданчики перед входами в будівлю (з розрахунку не менше 0,2 м 2 на одного проживаючого);
- майданчики для стоянки автомобілів;
- майданчики для тимчасового паркування автомобілів і автобусів для висадки та посадки пасажирів згідно з вимогами ДБН 360 і ДБН В.2.3–5 (з розрахунку одночасного розміщення не менше п'яти автомобілів);
- внутрішні наскрізні проїзди, під'їзди до головного та інших входів до готелю згідно з вимогами ДБН 360 та ДБН В.1.1–7 [38].

При готелях категорії 4\* і вище повинні передбачатися автостоянки, що охороняються. Кількість місць на автостоянках (згідно з ДСТУ 4269) залежно від категорії готелю (мотелю) приймається не менше зазначених у таблиці 9 (у % від кількості номерів).

Таблиця 1.1

Кількість місць на автостоянках залежно від категорії готелю

Кількість місць, %, від кількості номерів при готелях категорій:

Готель	*	**	***	****	*****
--------	---	----	-----	------	-------

	20	20	20	25	25
--	----	----	----	----	----

Протягом трьох років у туристів-споживачів туристичного продукту регіону була різна мета та середня тривалість подорожування, яку слід проаналізувати за допомогою табл. 1.2

Таблиця 1.2

Динаміка тривалості перебування туристів у подорожі:

Мета відвідування	Середня тривалість поїздки, діб					
	2019 рік		2019 рік		2020 рік	
	вітчизняного туриста	іноземного туриста	вітчизняного туриста	іноземного туриста	вітчизняного туриста	іноземного туриста
Службова, ділова, бізнес, навчання	14	22	16	24	16	25
Дозвілля, відпочинок	14	14	14	16	14	19
Лікування	21	28	23	27	24	29
Спортивно-оздоровчий туризм	14	18	15	18	15	20
Спеціалізований туризм	14	24	15	26	16	28
Інша мета	21	23	23	24	24	25

Далі слід проаналізувати структуру розміщення туристів на території регіону, оцінити рівень попиту на туристичні послуги регіону (додаток Г ).

Проведемо оцінку конкурентів проектного готелю з метою визначення їх основних характеристик.

Дослідимо спочатку готельні послуги в районі та побудуємо порівняльну таблицю (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Характеристика основних конкурентів підприємства

№	Критерії	Готельні підприємства		
		Княжа Гора	Тихий Ліс	Старий Канів
1.	Форма власності	Приватна	Приватна	Приватна
2.	Місце розташування	Вул.. Дніпровська,1	С. Прохорівка Вул.. Набережна нова 3	Вул.. Героїв Небесної Сотні 17

3.	Споруда готелю Дата введення в експлуатацію.	Сучасна 2008	Сучасна, 2021	Старовинна 2005
4.	Рівень комфорту (кількість «зірок»)	3*	3*	3*
5.	Специфіка готелю. Режим роботи	Цілорічно	Цілорічно	Цілорічно
6.	Цільовий сегмент споживачів	Туристи	Туристи	Туристи
7.	Інфраструктура готелю. Види послуг	Трансфер, ресторан, екскурсії, паркінг	Паркінг, інтернет, ресторан, зберігання речей	конференц-зал. Паркінг.

Оцінка конкурентних позицій підприємств та побудування карти стратегічних груп, оцінюючи в балах критерії якості (табл.1.4) та співставляючи їх з ціною номеру.

Таблиця 1.4

Бальна оцінка конкурентів готелю

Критерії	Готельні підприємства		
	Княжа Гора	Тихий Ліс	Старий Канів
Ціна номеру, грн.	1720	3000	600
Категорія розміщення (1-5 балів)	4	4	3
Розташування (1-5 балів)	5	5	4
Наявність додаткових послуг (1-5 балів)	4	5	3
Якість обслуговування (1-5 балів)	4	5	3
Імідж (1-5 балів)	4	5	3
<i>Результат: якість</i>	21	24	16

На основі отриманих даних побудуємо конкурентний профіль готелю, що проектується (додаток Д).

Таким чином, проєктований готель по більшості показників знаходиться на одному рівні з готелями-конкурентами, трохи програє по кваліфікації персоналу та автоматизації готелю, але виграє по цінній категорії та системі управління якістю.



Базуючись на результатах аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища, запланованого рівня конкурентоспроможності необхідно обґрунтувати асортиментну концепцію послуг готельного підприємства, що проектується, визначити стратегію збуту та цінову політику організації (табл.1.5).

Таблиця 1.5

## План реалізації готельних послуг

Категорія номеру	Кількість одиниць	Кількість спальних місць, од.	Одноразова місткість, місць	Кількість днів роботи, діб	Коефіцієнт попиту на готельні номери, %	Плановий обсяг реалізації готельних послуг, ліжко/діб	Середній час перебування гостя, діб	Планова кількість споживачів, осіб
1	2	3	$4 = 2 * 3$	5	6	$7 = 4 * 5 * 6 / 100\%$	8	$9 = 7 / 8$
Апартаменти	2	2	4	365	50	730	3	243
Люкс	2	2	4	365	50	730	3	243
Стандартний (2-місн.)	16	2	32	365	70	8177	3	3402
<b>Разом</b>	20		40			9636		3402

Таким чином, планова кількість споживачів складе 3402 чол.

Таблиця 1.6

## План реалізації ресторанних та інших додаткових послуг готелю

Послуги	Одиниця виміру	Планова кількість споживачів, осіб	Коефіцієнт попиту серед клієнтів готелю	Міське населення, осіб	Коефіцієнт попиту серед місцевого населення	Загальний попит
1	2	3	4	5	6	$7 = 3 * 4 + 5 * 6$
Харчування:						
- сніданок	од.	3402	0,8	11395	0,01	2835
- обід	од.	3402	0,5	11395	0,01	1815
- вечеря	од.	3402	0,5	11395	0,03	2043
Додаткові послуги:						
Тренажерний зал	год.	2500	0,3	11395	0	750



Послуги міжнародного телефонного зв'язку	хв.	2500	0,5	11395	0,01	1364
Бізнес-центр	год.	2500	0,3	11395	0,02	978
Пральня	кг	3000	0,3	11395	0,02	1128
Хімчистка	кг	3402	0,8	11395	0,01	2835
Оренда банкетного залу	год.	3402	0,5	11395	0,01	1815

Проектований об'єкт будівництва – еко-готель, буде розміщено поблизу Шевченківського національного заповідника. Ділянка під будівництво розташована по вулиці Шевченка міста Канева.

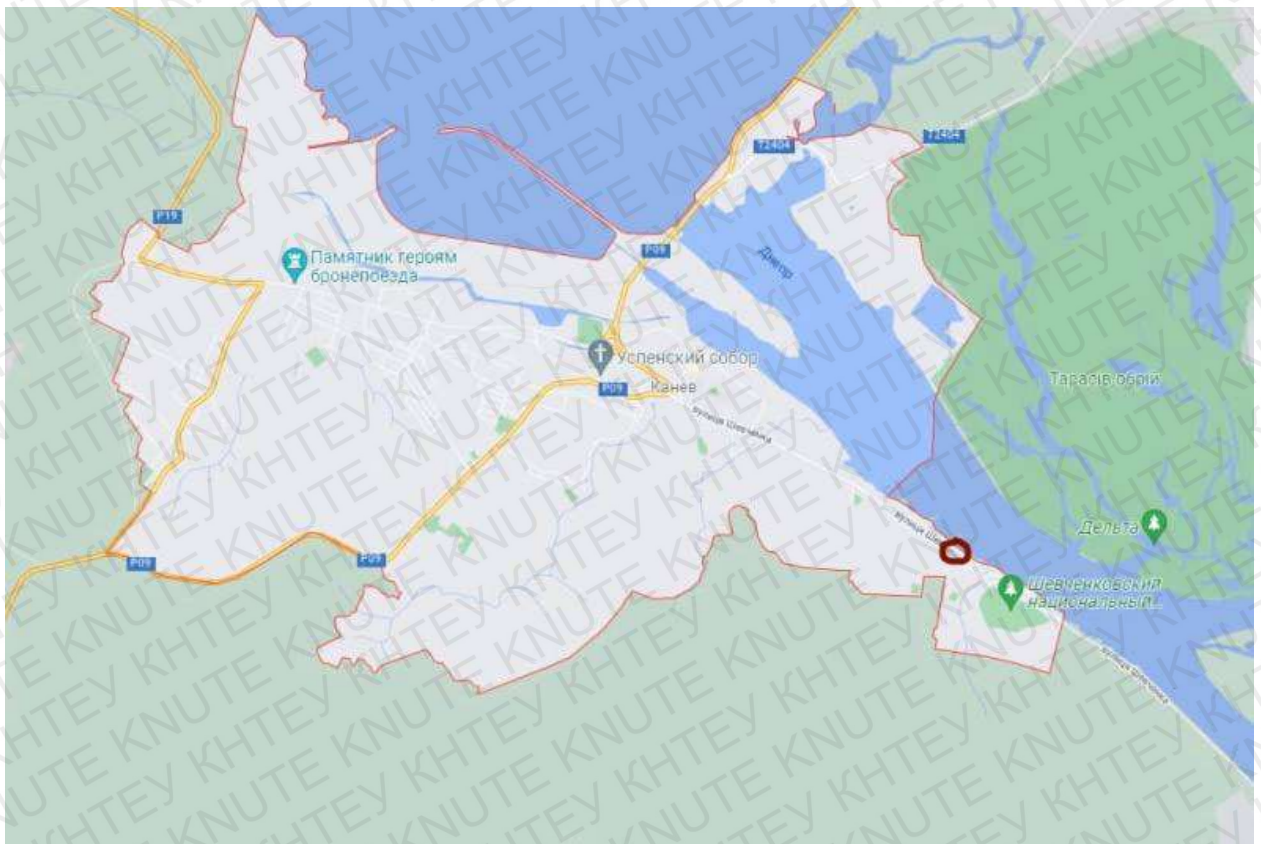


Рис. 1.1. Локація розміщення проектованого готелю «EcoAge Hotel»

Таблиця 1.7

Характеристика цільових пріоритетів діяльності готелю

Розділи плану	Напрямки реалізації
1. Цілі та задачі маркетингу	1.1.Захоплення визначеної ринкової ніші – 3% (виходячи з місткості готелів в районі) 1.2.Отримання прибутку від реалізації послуг у межах 20% від ціни реалізації послуг (середня по Києву)
2. Стратегії маркетингу	2.1.Асортиментна стратегія: - залучення туристів на послуги розміщення; - формування попиту на додаткові послуги.

та програми дій	
	2.2.Цінова стратегія: - використання системи знижок на послуги
	2.3.Збутова стратегія: - використання різних каналів збуту, як безпосередньо, так і за допомогою туристичних агенцій
	2.4.Комунікаційна стратегія: - реклама в засобах масової інформації (газети, радіо, телебачення); - реклама в мережі Інтернет; - туристичні виставки-ярмарки
3. Цільові показники	3.1.Коефіцієнт завантаження готелю 3.2.Середня ціна на один номер 3.3.Показники якості послуг та обслуговування

Проаналізувавши вплив різних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на цінову політику готелю, необхідно скласти та затвердити тарифні плани реалізації послуг на плановий період (табл.1.8).

Таблиця 1.8

## Тарифний план готелю за номерами

Сезони	Сегменти	Стандартний (2-місний)	Люкс	Апартаменти
		Високий (березень, квітень, вересень, жовтень)	Індивідуальні клієнти	1800
	Корпоративні клієнти	1700	2600	3400
	Туристичні агентства	1600	2400	3200
Середній (лютий, травень, червень, листопад)	Індивідуальні клієнти	1700	2600	3400
	Корпоративні клієнти	1600	2400	3200
	Туристичні агентства	1500	2000	3000
Низький (січень, лютий, липень, серпень)	Індивідуальні клієнти	1600	2400	3000
	Корпоративні клієнти	1500	2300	2800
	Туристичні агентства	1400	2100	2600

Обрані ознаки концепції закладу представимо у вигляді таблиці. Приклади характеристик окремих ознак концепції наведені в таблиці (додаток Е).



## 1.2. Функціональні характеристики.

Перелік основних і додаткових послуг у запроєктованому засобі розміщення визначається його типом та рівнем комфорту і подається у вигляді табл.1.9

Таблиця 1.9

Характеристика послуг еко-готелю «ecoAge Hotel»

Послуги	Характеристика
<b>Основні</b>	
розміщення	еко-готель на 20 номерів
харчування	<i>Типи закладів:</i> Торгівельний зал ресторану <i>Тип харчування</i> – повний пансіон
<b>Додаткові</b>	
побутові послуги	прання, хімчистка, дрібний ремонт, прасування
банківські послуги	обмін валют
бізнес-послуги	проведення конференцій, послуги бізнес-центру
туристські послуги	організація екскурсій
транспортні послуги	оренда транспортних засобів, замовлення квитків на різні види транспорту
культурні послуги	замовлення квитків на культурно-масові заходи
торгівельні послуги	кіоски сувенірної продукції, періодичних видань тощо
медичні послуги	аптечний кіоск, медичний пункт
послуги зв'язку та інформації тощо	Інтернет

Склад основних та додаткових служб засобу розміщення необхідно визначити у відповідності до основних функцій, що виконує готельне підприємство та додаткових послуг (табл.1.10)

Таблиця 1.10

Склад основних та додаткових служб готелю «ecoAge Hotel»

Назва служби	Основні функції
Служба приймання і розміщення	<ul style="list-style-type: none"> <li>– продаж номерного фонду (збір даних про його використання);</li> <li>– приймання гостей, їх реєстрація і розміщення;</li> <li>– створення і ведення карток гостей;</li> <li>– оброблення замовлення на бронювання (якщо в готелі непередбачений спеціальний підрозділ);</li> <li>– надання різноманітної інформації;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– підготовка платіжних документів за послуги і розрахунків гостей;</li> <li>– координування всіх видів послуг, які надаються гостям.</li> </ul>
Служба номерного фонду	<ul style="list-style-type: none"> <li>– прибирання житлових та побутових приміщень</li> <li>– надання додаткових послуг тощо</li> </ul>
Служба ресторанного господарства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- надання харчування відповідно до тарифу «повний пансіон» (FB)</li> <li>- обслуговування в номерах (room-service)</li> </ul>
Інженерно-технічна служба	контроль за технічним станом устаткування, обладнання, автоматики тощо

До приміщень вестибюльної групи належать: вестибюль, приміщення для прийому і розміщення гостей, приміщення для збереження і транспортування багажу, гардероб, бізнес-центр, туалетні кімнати, відділення банку тощо.

У вестибюлі готелю повинні бути створені необхідні умови для зустрічей і відпочинку гостей. Готелі повинні мати широку інформацію про наявність, розташування і режим роботи служб, у тому числі перукарні, прояву і друкування фотоматеріалів, прокату предметів культурно-побутового призначення, сувенірів, книг, тощо, а також рекламно-інформаційні матеріали (буклети, проспекти, довідники) мовами основних гостей готелю. Усі пункти і служби обслуговування повинні бути забезпечені засобами візуальної інформації (вивіски, таблички, написи) із вказанням найменування служб і часу їхньої роботи місцевою та англійською мовами [12].

Стойка служби розміщення, за якою працює черговий менеджер з розміщення, містить зразки заповнення реєстраційних карток, довідники та буклети.

Камера схову характеризується відсутністю вікон, наявністю броньованих дверей, камерами відеоспостереження, стелажми для багажу, сейфів.

Кімната для охорони розташована непомітно для гостей. Кімната є не прохідною та для збереження зброї існує сейф.

Гардероб та туалетні кімнати розташовуються при вході до ресторану, який також буде розташований в будівлі вестибюлю.



### 1.3. Організаційний дизайн

Побудова організаційно-функціональної структури управління має важливе значення для забезпечення ефективного функціонування будь-якого готельного підприємства.

Організаційно-функціональна структура управління — це впорядкована система управлінських ланок, розташованих у чіткому підпорядкуванні, що забезпечує взаємозв'язок між керуючою та керованою підсистемами, розвиток системи як єдиного цілого. Ланки управління формують структуру з конкретним розташуванням, співвідношенням і взаємозв'язком. Створення організаційної структури управління зумовлене необхідністю розподілу прав і обов'язків між окремими підрозділами організації [37].

Функціональна структура управління характеризується наявністю підрозділів, що мають власні повноваження і є відповідальними за результат виконаної роботи.

До основних переваг даної структури організації роботи відноситься те, що в така структура управління складається із вузькопрофільних спеціалістів, які є професіоналами своєї справи. Відповідно, використовуючи якісну найману робочу силу, буде створюватися можливість виробляти більш якісну продукцію. Також така функція виключає можливість дублювання зобов'язань персоналу та виконання однакової роботи спеціалістами різних галузей. В такій системі управління відбувається централізоване прийняття стратегічних рішень, а оперативні рішення приймаються децентралізовано, в залежності від потреб функціональних підрозділів [14].

З недоліків, організації, що мають функціональну структуру управління досить часто не можуть вирішити проблем взаємозв'язків у колективі та між функціональними підрозділами. За звичай, персонал групується в межах свого відділення, а працівників інших відділень не сприймають як належить або намагаються перекласти вину чи проблеми на них. В таких структурах

складно приймати рішення, які стосуються розвитку підприємства, оскільки кожен із відділень намагається збільшити свою значимість, або навпаки, зменшити відповідальність.

Обираємо вид, метод, форму та спосіб обслуговування гостей, на основі яких відповідно до місткості закладу визначаємо кількість обслуговуючого персоналу. (табл. 1.11).

Таблиця 1.11

Якісний та кількісний склад обслуговуючого персоналу

Посада	Розряд	Кількість осіб
Бармен (бар)	5	3
Офіціанти (ресторан)	5	4
Офіціанти (бар)	4	3
Офіціанти (обслуговування в номерах)	4	4
Адміністратор (ресторан)		2
Адміністратор (обслуговування в номерах)		2

Таким чином, обслуговуючий персонал ресторану складе 18 осіб.

Всі інші служби також будуть забезпечені персоналом згідно діючих нормативів.

Нижче наведемо штатний розпис закладу - документ, що визначає склад працівників підприємства з вказівкою їх посад і посадових окладів.

Штатний розпис готелю в таблиці(додаток Є).

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

$$\text{ФЗП} = 10 \cdot 73 = 730 \text{ тис. грн.}$$

$$\text{За 12 місяців відповідно маємо: } 730 \cdot 12 = 8760 \text{ тис. грн.}$$

Отже, всього витрати за 12 місяців роботи по персоналу складуть 8760 тис. грн.



## Розділ 2.

### АРХІТЕКТУРА ГОТЕЛЮ

#### 2.1. Екстер'єр та інтер'єр

Визначення загальної площі об'єкту та поверховості будівлі

Таблиця 2.1

Склад і площі приміщень готелю

№	Найменування приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
1	2	3
ПРИМІЩЕННЯ ГОТЕЛЮ		
1	Приймально-вестибюльні	148
2	Приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення	72
3	Приміщення культурно-дозвільного призначення	40
4	Житлові приміщення	364
5	Господарсько-виробничі	54
6	Складські приміщення	83
7	Адміністративно-побутові	62
8	Технічні приміщення	26

Корисна площа закладу визначається як сума площ всіх приміщень закладу, за виключенням технічних.

Для врахування площ коридорів та технічних приміщень визначають робочу площу закладу за формулою:

$$S_p = S_k * K_1$$

де  $S_k$  – корисна площа закладу

$K_1$  – коефіцієнт збільшення площі,  $K_1=1,10\div 1,25$  (для невеликих закладів (до 50 номерів) та закладів високого класу  $K_1 \rightarrow \max$ , для великих закладів (більше 200 номерів) та закладів з кількома поверхами  $K_1 \rightarrow \min$ ).

$$S_p = 823 * 1,12 = 921,8 \text{ кв.м.}$$

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

$$S_{заг} = S_p \times k_2,$$

де  $S_{роб}$  – робоча площа закладу;

$K_2$ – коефіцієнт збільшення площі  $K_2=1,03\div 1,15$  (для невеликих одноповерхових закладів (до 50 номерів) та закладів високого класу  $K_2 \rightarrow min$ , для великих закладів (більше 200 номерів) та закладів з кількома поверхами  $K_2 \rightarrow max$ ).

$$S_{заг} = 921,8 * 1,1 = 1014 \text{ кв. м.}$$

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

Таблиця 2.2

## Характеристика номерного фонду бутик-готелю «EcoAge Hotel»

№ з/п	Тип номеру	Характеристика	Кількість місць	Кількість номерів
1.	Апартаменти	Номер з двох житлових кімнат та повного санвузла, містить такі кімнати: спальня, вітальня, повний санвузол містить умивальник, душ і унітаз	2	2
2.	Люкс	Номер з двох житлових кімнат та повного санвузла, містить такі кімнати: спальня, вітальня, повний санвузол містить умивальник, душ і унітаз	2	2
3.	Стандарт (двомісний)	Номер оснащений одним двоспальним ліжком та оснащений повним санвузлом	2	16
	Разом			20

Таблиця 2.3

## Оснащеність номеру типу стандарт (двомісний) еко-готелю меблями та інвентарем

№з/п	Оснащеність	Кількість, од.
1.	Ліжко 90х200 см	2
2.	Комплект постільних речей і білизни: <ul style="list-style-type: none"> <li>- матрац з на матрацником</li> <li>- наволока (одна)</li> <li>- ковдра (одна)</li> <li>- ковдра додаткова (одна)</li> <li>- подушка (одна)</li> <li>- подушка додаткова (одна)</li> <li>- покривало на ліжко</li> </ul>	2
3.	Кондиціонер	1
4.	Телевізор	1
5.	Шафа для одягу	1
6.	Тумба при ліжкові	2



7.	Стіл	1
8.	Стілець	3
9.	Журнальний стіл	1
10.	Крісло	2
11.	Килим	1
12.	Штори-жалюзі	2

Таблиця 2.4

## Оснащеність номеру типу люкс еко-готелю меблями та інвентарем

№з/п	Оснащеність	Кількість, од.
1.	Ліжко 180х200 см	1
2.	Комплект постільних речей і білизни: - матрац з на матрациком - наволока (одна) - ковдра (одна) - ковдра додаткова (одна) - подушка (одна) - подушка додаткова (одна) - покривало на ліжко	2
3.	Кондиціонер	2
4.	Телевізор	1
5.	Шафа для одягу	2
6.	Тумба при ліжкові	1
7.	Стіл	1
8.	Стілець	2
9.	Крісло	2
10.	Журнальний столик	2
11.	Диван	1
12.	Килим	2
13.	Штори-жалюзі	4

Таблиця 2.5

## Оснащеність номеру типу апартаменти еко-готелю меблями та інвентарем

№з/п	Оснащеність	Кількість, од.
1.	Ліжко 180х200 см	1
2.	Комплект постільних речей і білизни: - матрац з на матрациком - наволока (одна) - ковдра (одна) - ковдра додаткова (одна) - подушка (одна) - подушка додаткова (одна) - покривало на ліжко	2
3.	Килим	2
4.	Телевізор	1
5.	Шафа для одягу	2

6.	Тумба при ліжкові	1
7.	Стіл	1
8.	Стілець	2
9.	Крісло	2
10.	Журнальний столик	2
11.	Диван	1
12.	Штори-жалюзі	4
13.	Міні-бар	1

Запроектувавши обладнання готельних номерів всіх типів, перейдемо до планування приміщень поверхового обслуговування.

Таблиця 2.6

Склад приміщень поверхового обслуговування еко-готелю на 50 номерів

№ п/п	Тип приміщення	Площа, кв.м	Кількість приміщень	Загальна площа, кв.м
1	Апартаменти	40	2	80
2	Люкс	30	2	60
3	Стандарт двомісний	14	16	224
4	Хол	60	1	60
5	Приміщення старшої покоївки	12	1	12
6	Комора брудної білизни	6	1	6
7	Комора прибирального інвентаря	6	1	6
8	Площадка розбирання брудної білизни при білизнопроводі	6	1	6
19	Кімната побутового обслуговування	6	1	6
10	Приміщення для зберігання візків покоївок	12	1	12
11	Приміщення чищення взуття	6	1	6
12	Санвузол персоналу (унітаз, умивальник, душ)	6	1	6
	Разом			483

Що стосується приміщень культурно-дозвільного призначення, то виходячи з того, що наш готель має загальне призначення, і тут можуть бути передбачені приміщення для ділової діяльності та зустрічей.

Зали для конференцій оснащені посадочними місцями, які оснащені приладами для слухання синхронного перекладу, освітлювальними приладами, відкидними столиками.

Зали для переговорів та нарад оснащені столами для нарад, приладами для слухання синхронного перекладу, освітлювальними приладами, аудіо та відеотехнікою.

Фізкультурно-оздоровчі приміщення в проектованому готелі: тренажерна зала, сауна, масажний кабінет.

*Таблиця 2.7*

Склад і площі приміщень культурно-дозвільного та фізкультурно-оздоровчого призначення

Найменування приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
Тренажерна зала	40
Сауна	20
Масажний кабінет	14
Конференц-зал	40
Разом	114

В проектованому готелі будуть наявні наступні приміщення господарського призначення:

- приміщення побутового обслуговування;
- приміщення для інженерного устаткування.

Також заплановано такі складські приміщення:

- склад для білизни та інвентарю,
- склад для мийних хімічних засобів,
- склад для меблів та обладнання,
- склад для запасних деталей та пристроїв.

*Таблиця 2.8*

Склад і площі приміщень господарського та виробничого призначення

Найменування приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
Перукарня	20
Хімчистка	8



Майстерня	8
АТС	8
Електрощитова	8
Бойлерна	8
Склад для білизни та інвентарю	10
Склад для мийних хімічних засобів	10
Склад для меблів та обладнання	50
Склад для запасних деталей та пристроїв	10
Разом	140

Таким чином, приміщення господарського та виробничого призначення займатимуть площу в 140 кв. м.

До адміністративної групи приміщень належать: приміщення дирекції, відділ кадрів, відділ постачання, бухгалтерія, каса, планово-економічний відділ і інженерно-технічний відділ. Побутові та технічні приміщення відносяться до категорії господарських, тому вони розраховані в попередньому підрозділі.

*Таблиця 2.9*

#### Склад і площі адміністративних приміщень

Найменування приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
Кабінет директора	18
Бухгалтерія	10
Відділ кадрів	10
Відділ постачання	12
Інженерно-технічний відділ	12
Разом	64

Таким чином, група адміністративних приміщень займатиме площу в 64 кв. м.

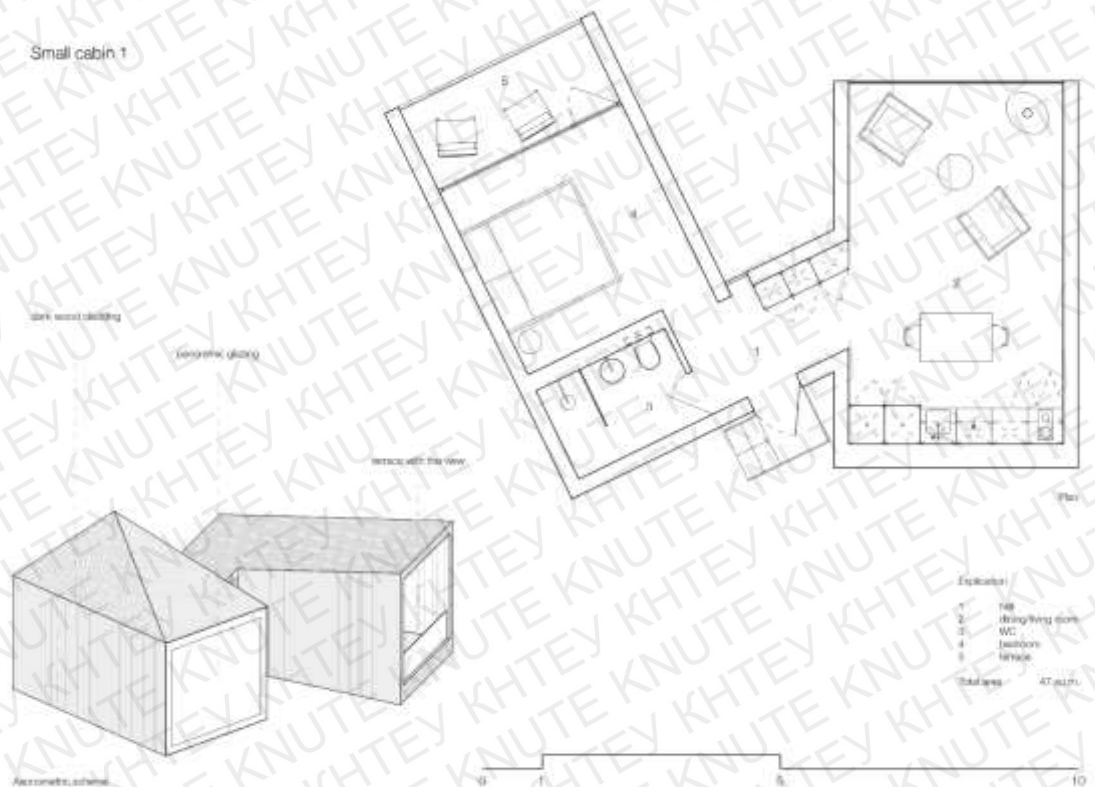
Враховуючи вищенаведені припущення щодо різних видів приміщень готелю, зведемо всі розраховані і спроектовані дані в таблиці (додаток Ж)

Таким чином, ми розрахували попередню потребу в площі під основні готельні та допоміжні приміщення, за винятком приміщень ресторану. Загальна площа приміщень готелю становить 942 кв. м.

## 2.2. Дизайнерське рішення номера готелю

Еко-готель в мальовничому куточку природи стане місцем для відпочинку від метушні великого міста. Тому основною метою проекту було зосередити увагу відвідувачів на контакті з природою. Будинки розташовані на різних рівнях ландшафту і на належній відстані один від одного, отже ніщо не перекриває панорамний вид на річку Дніпро з кожного приміщення.

Будинки пристосовані для тривалого використання природного світла. Це важливо як для зменшення споживання енергії, так і для забезпечення санітарно-гігієнічних вимог. Використання закритої ізоляційної оболонки та компактної конструкції дозволяє досягти майже нульових витрат енергії. Особлива увага приділяється матеріалам: ми надаємо перевагу переробленим матеріалам та FSC-сертифікованій деревині.







Номери готелю виконані в стилі міні будиночку з усім необхідним оснащенням для комфортного довгострокового проживання.





Спальня кімната виконана в мінімалізмі з найнеобхіднішими меблями:  
ліжко, міні столик біля ліжка, та освітлення.





### Розділ 3.

## ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ

### 3.1. Фінансові результати проекту

Для доцільності створення готельного підприємства потрібно обґрунтувати вартість створення закладу та ефективність його функціонування в сучасних ринкових умовах.

*Таблиця 3.1*

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

Категорія номеру	Одноразова місткість, номерів	Кількість днів роботи, діб	Середній рівень використання номерів з врахуванням сезонності попиту	Плановий тариф за номер/добу, грн.*	Виручка від реалізації послуг, грн.



			гостей та інших факторів, %*		
1	2	3	4	5	$6=(2*3*4)*5$
Апартаменти	2	365	40	3500	1 022 000
Люкс	2	365	40	2700	788 400
Стандартний (2-місн.)	16	365	50	1800	5 256 000
<b>Разом</b>					7 066 400

Таким чином, готель планує отримати дохід 2467,4 тис. грн.. від послуг розміщення.

Основними операційними доходами є доходи від реалізації продукції та послуг. За результатами проведених маркетингових досліджень визначаємо рівень торговельної націнки проєктованого закладу в розмірі 100% - оптимальний показник.

Таблиця 3.2

Розрахунок доходу від реалізації додаткових платних послуг та послуг структурних підрозділів готелю

Підрозділи, що надають додаткові послуги	Найменування видів послуг	Планова кількість послуг за видами, од.	Середня ціна за одиницю послуги, грн.	Виручка від реалізації (дохід)
1	2	3	4	$5=3*4$
1.Приміщення побутового обслуговування і торгівлі	Перукарня	3000	50	150 000
	Дрібний ремонт одягу, хімчистка, прання і прасування одягу	1000	30	30 000
	Каси квитків на транспорт	2500	10	25 000



2.Приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення	Тренажерний зал	2500	50	125 000
	Сауна	1000	100	10 000
3.Приміщення для культурного дозвілля	Зала для нарад	500	500	250 000

Розрахувавши таким чином плановий обсяг послуг за кожним видом, який складає 590 000, зведемо їх в загальну таблицю

*Таблиця 3.3*

Планування річного обсягу доходів від реалізації послуг готельного підприємства

№	Показники	Плановий рік	Питома вага, %
1.	Дохід від реалізації готельних послуг	7 066 400	50,48
2.	Дохід від реалізації послуг ресторанного господарства	6 250 000	31,59
3.	Дохід від реалізації додаткових платних послуг	590 000	14,84
4.	Інші доходи	10 000	3,09
5.	Загальна сума доходу від реалізації послуг	13 916 400	100,00

Отже, в перший рік функціонування готелю планується отримати дохід у розмірі 13 916 400 грн.

Враховуючи супутні витрати на підключення комунікацій, очищення та озеленення територій, приймемо початкові витрати на будівлю готелю з прилягаючою територією.

*Таблиця 3.4*

Склад і первісна вартість основних засобів та інших необоротних матеріальних активів на рік

Вид основних засобів та інших необоротних матеріальних активів	Первісна вартість основних засобів та необоротних матеріальних активів готелю	
	тис. грн.	%
1. Будівлі	72000,0	87,70
2. Споруди	-	0,00
3. Передавальні пристрої	-	0,00
4. Машини та обладнання, у тому числі:		
4.1. Холодильне обладнання	1500,00	1,83
4.2. Механічне обладнання	500,00	0,61
4.3. Теплове обладнання	3000,00	3,65
4.4. Торговельне обладнання	100,00	0,12
5. Вимірювальні прилади, інструменти, прилади, інвентар	100,00	0,12
6. Комп'ютери, електронно-обчислювальні прилади та телефони	400,00	0,49
7. Транспортні засоби	1000,0	1,22
8. Меблі	2500,0	3,05
9. Інші	1000,0	1,22
10. <b>РАЗОМ</b>	82100	100

З метою визначення амортизаційних відрахувань основні засоби та інші необоротні активи відповідно до Податкового кодексу України розподіляють на 16 груп, серед яких для готелів найхарактерніші будівлі, споруди та передавальні пристрої; машини та обладнання готелю та ЗРГ; електронно-обчислювальні прилади для автоматичного опрацювання інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друкування інформації, відповідні комп'ютерні програми, інші інформаційні системи, комутатори, маршрутизатори, модулі, модеми, джерела безперебійного живлення та засоби їх приєднання до телекомунікаційних мереж, телефони, мікрофони, рації; транспортні засоби; вимірювальні прилади, інструменти; прилади; меблі та ін.

За прямолінійним методом річну суму амортизації (А) визначають діленням вартості, що амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів (Т). Вартість основних засобів, що амортизуються розраховують як первісну (ОЗ<sub>пв</sub>) мінус ліквідаційна вартість (ОЗ<sub>лв</sub>):

$$A = (OZ_{пв} - OZ_{лв}) / T.$$

Таблиця 3.5

Розрахунок суми амортизації за видами основних засобів готелю на рік

Вид основних засобів	Первісна вартість основних засобів готелю, тис. грн.	Термін корисного використання, років	Сума амортизації основних засобів готелю, тис. грн.
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4=2:3</i>
1. Будівлі	72000,0	20	3600
2. Споруди	-	15	
3. Передавальні пристрої	-	10	
4. Машини та обладнання, у тому числі:		5	
4.1. Холодильне обладнання	1500,00	5	300
4.2. Механічне обладнання	500,00	5	100
4.3. Теплове обладнання	3000,00	5	600
4.4. Торговельне обладнання	100,00	5	20
5. Вимірювальні прилади, інструменти, прилади, інвентар	100,00	4	25
6. Комп'ютери, електронно-обчислювальні прилади та телефони	400,00	2	200
7. Транспортні засоби	1000,0	5	200
8. Меблі	2500,0	4	625
9. Інші	1200,0	12	100
<b>10. РАЗОМ</b>	<b>82300</b>		<b>5770</b>

Таким чином, операційні активи готелю включатимуть в себе основні засоби, на які нараховуватиметься амортизація.



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

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

Планування поточних витрат готелю на рік в таблиці (додаток 3).

Зведений кошторис витрат включає всі види витрат, пов'язаних з діяльністю ГК, спрямованою на створення умов для тимчасового проживання гостей та наданням їм усіх складових основних і додаткових послуг.

Таким чином, планові розрахунки на рік показали, що заплановано витрат в цілому на суму 21953,1 грн.

### 3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту

Таблиця 3.6

Результати планування основних результатів діяльності проектного закладу на рік

№ з/п	Показники	Розрахункове проектне значення, грн.
1.	Доходи від реалізації продукції , послуг	13 916 400
2.	Податок на додану вартість	2 950 000
3.	Чистий дохід від реалізації продукції, послуг	10 966 400
4.	Собівартість реалізованої продукції	4 810 000
5.	Поточні операційні витрати (без урахування собівартості реалізованої продукції)	1 084 000
6.	Прибуток від операційної діяльності	3 426 500

7.	Фінансові витрати	-
8.	Фінансові результати (прибуток) від звичайної діяльності до оподаткування	3 126 980
9.	Податок на прибуток	500 854
10.	Чистий прибуток	3 141 580
11.	Рентабельність реалізації, %.	8,92
12.	Інвестиції в проєктуємий готель	8 230 000

Отже, на першому році діяльності ми отримаємо рентабельність 8,92%, що пояснюється неповною завантаженістю готелю на початку діяльності. В майбутньому цей показник буде зростати.

Загальне правило прийняття проєктів за критерієм РВР: з альтернативних проєктів приймається проєкт, що має менший період окупності.

Оцінка періоду окупності є різновидом розрахунку точки беззбитковості, тому що після закінчення строку окупності проєкт починає приносити вигоди. Але цей показник має один істотний недолік - він не може слугувати за міру прибутковості, оскільки не враховує грошові потоки, які надходять після строку окупності, а також вартість капіталу проєкту, тому, при використанні цього показника, перевага віддається короткостроковим проєктам.

Для реалізації проєкту були взяті інвестиції в розмірі 83200 тис. гривень. Менеджери планують отримувати від реалізації проєкту щорічні надходження в розмірі 3141,58 тис. гривень.

$$\text{РВР} = \frac{II}{ACI} = \frac{250000000}{90000000} = 2,78 \text{ року,}$$

Payback Period – РВР, II (Initial investment) – сума інвестицій (витрат);  
ACI (Annual cash inflow) – щорічні надходження.

$$\text{РВР} = \frac{8\,230\,000}{3\,141\,580} = 2,6 \text{ року}$$

Строк окупності проєкту ЕсоАге готелю в місті Каневі буде складати 2,6 року.

## **ВИСНОВКИ**

Готельне господарство - частина соціальної інфраструктури регіону, яка створює сприятливі умови для руху, облаштування населення. Без розвинутого готельного господарства неможливий розвиток туризму, ділових стосунків, вдосконалення виробничих відносин. Досвід інших країн свідчить, що готельне господарство відіграє значну позитивну роль в забезпеченні населення відповідними послугами. У цій галузі задіяна значна кількість населення, існує прагнення до покращення роботи в умовах постійно існуючої ринкової конкуренції, забезпечуючи рентабельну їх роботу.

Гостинність - одне з фундаментальних понять цивілізації - вже давно у розвинутих країнах перетворилася на індустрію, у якій зайнято багато мільйонів професіоналів. Індустрія гостинності орієнтована на споживача (клієнта, гостя), задоволення потреб якого є кінцевим результатом ділової активності підприємства.



Обслуговування у готелі - це система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей. З кожним роком ці запити і вимоги до послуг підвищуються. Причому, чим вища культура і якість обслуговування гостей, тим вищий імідж готелю, тим привабливіший він для клієнтів і тим успішніша його діяльність.

Висока якість обслуговування туристів забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб готелю, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалення форм і методів обслуговування, вивчення і впровадження передового досвіду, нової техніки і технологій, розширення асортименту та вдосконалення якості наданих послуг.

Основною готельною послугою є надання місця для проживання. Також до готельних послуг можна віднести надання трьохразового (двох або одноразового) харчування, зміна постільної білизни, зберігання речей жильців, надання побутових та інших приладів (телевізор, холодильник, праска, інше), надання безплатних послуг, визначених нижче.

В роботі було сплановано еко-готель в м.Каневі місткістю 20 номерів. За результатами розрахунків було визначено, що даний проект є ефективним з рентабельністю інвестицій 8,92% і терміном окупності 2,6 р., що є хорошим показником.

Таким чином, спроектований готель має бути ефективним і тому проект рекомендується до впровадження.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бланк І.О. Основні інвестиційного менеджмента : у 2 т.
2. "Азбука ресторатора: Все, что нужно знать, чтобы преуспеть в ресторанном бизнесе" Дождикова Е.,Фильчева С. Год выпуска: 2006  
Изд-во: ВВРРГ.
3. ДБН В.2.2-16-2005. Культурно-видовищні та дозвіллієві заклади.
4. ДСТУ 4527:2006 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення.
5. Lin Xiao, Chuanmin Mi, Yetian Chen, Lihua Huang, Understanding the Determinants of Consumer Satisfaction With B&B Hotels: An Interpretive Structural Modeling Approach - International Journal of Web Services Research, 2019, 16(4), С. 22-39.
6. Бовш Л.А. Перспективи ринку готельних послуг в сучасних умовах / Л.А. Бовш // Економічні та екологічні механізми розвитку України та її регіонів [зб. наук. праць] Донецького державного університету управління – Вип.

292. – Донецьк: ДДУУ, 2014. – Т. XV. – С. 18-26. (фахове видання).
7. ДБН В.2.5-20 -2018. Газопостачання.
  8. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку готельного бізнесу в регіонах України, 2019 Кондратенко Н. О., Оболенцева Л. В.
  9. Johnny Sue Reynolds, Lisa Kennon, Bed and Breakfast Industries Journal of Travel & Tourism Marketing, 2013, 14(1), С. 37-54
  10. Андренко І. Б., Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник - Х.: ХНУМГ, 2014. С. 431
  11. Кацемір, Я.В., Стратегічне планування та маркетингове управління у готельному бізнесі - Х.: Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, 2021, №7, С. 67-72
  12. Мальська М.П., Пандяк І.Г., Занько Ю.С., Організація готельного обслуговування: підручник - К.: «Знання», 2011. С. 366
  13. ДБН В.2.5-28 -2018. Природне і штучне освітлення.
  14. Лесенко Г.Г. Довідник з охорони праці для керівників та спеціалістів. — К.: Основа, 2008.— 288 с.
  15. Босовська М.В., Бовш Л.А., Охріменко А.Г., оцінювання якості готельних послуг – Інвестиції практика та досвід, 2019, №4, С. 25-31
  16. Hal Shelton, The Secrets to Writing a Successful Business Plan – US: Summit Valley Press, 2017, С. 322
  17. Краснокутська Н.С., Нащекіна О.М., Замула О.В. та ін. Менеджмент: навчальний посібник - Х.: «Друкарня Мадрид», 2019. С. 231
  18. Hotel & Distination Consulting, Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні, місце видання невідоме: Європейський Союз ініціатива EU4Business, 2019



- 19.Басюк Т.П., Керанчук Т.Л., Економіка готельно-ресторанного бізнесу: навчальний посібник - К.: НУХТ, 2018, С. 360
- 20.Воронкова А.Е., Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, - Х.: ХНТУ, 2019, С. 5
- 21.Пандяк, І., Історія становлення готельної сфери в Україні - Вісник Львівського університету: Серія Міжнародні відносини, 2011, №29-2, С. 177-183
- 22.Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Ведмідь Н.І. та ін. HoReCa: Готелі - К.: КНТЕУ, 2019. Том 2. С. 412
- 23.Литвиненко Т.Є. Особливості організації дипломатичних прийомів : конспект лекції. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. — 85 с.
- 24.Лабурцева О.І., Ризики в маркетингу: підручник - К.: КНТЕУ, 2019. С. 476
- 25.Одарченко М.С., Одарченко А.М. та ін, Основи охорони праці: підручник - Х.:«Стиль-Издат», 2017, С. 334
- 26.Полтавська О.В., Забезпечення ефективності функціонування підприємств готельного господарства - Економіка і держава, 2016, № 11, С. 25-29
- 27.Феоктистова В. И. Экономика предприятий: Учеб. пособие – М.: Издательство РГТЭУ, 2004.
- 28.Інфопедія: Готельний бізнес України: тенденції та перспективи.  
<https://infopedia.su/21xbb45.html>
- 29.Дяків О. П., Островерхов В. М., Управління персоналом: навчально-методичний посібник - Т.: THEU, 2018. Вид. 2. С. 288
- 30.Мазаракі, А. А., Михайліченко, Г. І., Мельниченко та ін, DEVELOPMENT OF TOURISM BRAND OF UKRAINE - Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики, 2020, №3 (34), С. 421-431
- 31.ДБН Б.2.2-12 -2019. Планування і забудова територій

- 32.Бовш Л.А. Інноваційні маркетингові технології готельних підприємств // Вісник КНТЕУ – 2017 – № 5 (115). – С. 61-72.
- 33."Азбука ресторатора: Все, что нужно знать, чтобы преуспеть в ресторанном бизнесе" Дождикова Е.,Фильчева С. Год выпуска: 2006 Изд-во: ВВРГ.
- 34.Шаповал С.Л. Основи будівництва : навч. посіб. / за ред. А.А. Мазаракі — К. : Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2007. — 186 с.
- 35.Кардош, Л. Этика в торговли: Сокращ. перевод с венг. (Предислов . Н.В. Кучевской) / Л. Кардош - М.: Экономика, 2005. – 322 с.
- 36.Вачевский М.В. Маркетинг у сферах послуг. — К. : Хвиля-прес, 2004. — 386 с.
- 37.Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку готельного бізнесу в регіонах України, 2019 Кондратенко Н. О., Оболенцева Л. В.
- 38.ДБН В.2.2-20 -2008. Готелі.
- 39.Сучасні тенденції розвитку готельного господарства в Україні, Зеленко О. О. Габараєва К. Р.
- 40.ДСТУ ISO 9000 -2015. Системи управління якістю
- 41.Jatashankar R Tewari, Hotel Front Office – GB: Oxford University Press, 2 ed, 2016, С. 465
- 42.Брич В.Я., Організація готельно-ресторанної справи: навчальний посібник - К.: «Ліра- К», 2020, С. 484
- 43.Бланк, И.А. Управление торговым предприятием. / И.А. Бланк. - М.: Ассоциация авторов и издателей. Тандем. Изд-во ЭКМОС, 2004. – 361 с.
- 44.РД 34.21.122-87. Инструкция по устройству молниезащиты зданий и сооружений.
- 45.Законодавство України про охорону праці : зб. нормат. док. : у 3-х т. — К. : Основа, 2006 р.
- 46.Збірник нормативних документів з безпеки життєдіяльності. — К.: Основа, 2004. — 875 с.
- 47.Полтавська О.В., Продуктивність праці персоналу

підприємств готельного господарства України - Економіка і держава, 2015, № 1, С. 107-111

48. Азарова А.О. Оцінка ефективності інвестиційних проєктів / А.О. Азарова, Д.М. Бершов // Фінанси України. - 2004. - №9. - С.52-53



**ДОДАТКИ**



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**НОВЕЦА –  
НОВІ ФОРМАТИ**

**Збірник  
наукових статей  
студентів  
Частина 2**

**Київ 2021**



## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>БОЙЧЕНКО Д.</b> Розвиток B&B 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>РОЗСИЛЬНА В.</b> Наслідки пандемічного впливу COVID-19 на ринок готельних послуг.....	24
<b>БАРІА.</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>ОПІРКО А.</b> Розвиток франшиз готельних мереж на національному ринку готельних послуг.....	55
<b>СКІРТИОК 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 КРІ в системі мотивації персоналу суб'єктів ресторанного бізнесу.....	82



## РОЗВИТОК ЕКОГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

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

*У статті досліджено інноваційні технології та підходи до створення еко-готельного господарства. Розкрито передумови для розвитку українського еко-готельного бізнесу. Розглянуто можливість та доцільність будівництва еко-готелю з інноваційними екотехнологіями на території Канева. Було розкрито тему екохарчування при готельному підприємстві.*

**Ключові слова:** еко-готелі, гостинність, сертифікація, попит, еко-послуги, інновації, підприємство.

*The article investigates innovative technologies and approaches to the creation of an eco-hotel enterprise. Prerequisites for the development of Ukrainian eco-hotel business are revealed. The possibility and expediency of building an eco-hotel with innovative eco-technologies on the territory of Kaniv is considered. The topic of eco-food at the hotel business was revealed.*

**Key words:** eco-hotels, hospitality, certification, demand, eco-services, innovations, enterprise.

**Актуальність теми.** З кожним роком екологічна свідомість людей зростає, адже ресурси планети все більше вичерпуються через споживчість, яка все частіше змушує людство розплачуватися катастрофами та катаклізмами за суто накопичувальний інтерес до природи. Нині для багатьох «зелений» спосіб мислення та життя став основою для прийняття рішень не тільки при виборі корисних продуктів харчування, але і в більш глобальних питаннях. Люди віддають перевагу більш безпечному для здоров'я життю та відпочинку, тому сьогодні надзвичайно актуальним є надання гостинності екологічних послуг, спрямованих на задоволення екологічних потреб споживачів та суспільства в цілому.

Еко-готелі – заклади гостинності, які функціонують за принципом гармонійного сусідства з природою, не забруднюючи навколишнього середовища. Управління в готелях інноваційних екологічних технологій має на меті збереження часу та енергії. Не дивно, що шлях до них лежить через використання природної енергії.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні у світі нараховується близько 4 тис. готелів, які в той чи інший спосіб намагаються знизити рівень шкоди довкіллю. Для деяких готелів екологія перетворилася на концепцію їх діяльності. Останні кілька років готельний ринок України активно розвивається. Деякі українські готелі вже позиціонують себе як екологічні, хоча в їх діяльності відсутній комплексний екологічний підхід, тобто вони забезпечують лише окремі еко-критерії.

Розвиток еко-готельного бізнесу є перспективним напрямом для України, адже в країні є значна кількість територій придатних для зведення еко-готелів, порівняно низький рівень індустріалізації територій, наявний попит на еко-послуги як серед внутрішніх, так й іноземних туристів. Тож Україна має усі передумови для успішного функціонування сертифікованих еко-готелів на територіях, які відповідають екологічним вимогам.

Екологічна діяльність готелю ґрунтується на певних критеріях, розроблених міжнародним комітетом. Також до міжнародної системи оцінки національним представником у кожній країні додаються національні критерії, які враховують місцеві особливості.

До основних показників, які характеризують екологічність підприємств готельного господарства, відносять:

- споживання води;
- споживання енергії;



- атмосферні викиди, спричинені споживанням енергії;
- використання природних ресурсів (вплив на довкілля, спричинений обсягом спожитого паперу, канцелярського приладдя, мийних засобів, обладнання та інших матеріалів; структура використання відновлюваних/невідновлюваних ресурсів, використанням сировини);
- вплив хімічних засобів на довкілля та здоров'я;
- викиди до атмосфери;
- викиди у воду;
- обсяг відходів;
- пожежі, аварії та інші надзвичайні ситуації;
- вплив транспорту на довкілля.

15 березня 2011 р. в Україні відбулася презентація міжнародної програми екологічної сертифікації готелів і курортів Green Key («Зелений Ключ»), під час якої нагородили перший в Україні еко-сертифікований готель – Radisson Blu у Києві. Програма Green Key розміщена в Данії та в сьогодні саме Green Key найактивніше займається екологічною сертифікацією підприємств готельного господарства в Україні.

Одними з переваг еко-сертифікації Green Key («Зелений Ключ») є її непричетність до професійних або ділових структур, яка гарантує готелю неупереджене та незалежне оцінювання третьою стороною.

Більша частина сертифікованих еко-готелів належить українській мережі REIKARTZ HOTEL GROUP, з чого можемо зробити висновок, що готельна мережа використовує інноваційні підходи ведення бізнесу. Загалом, відповідно до програми сертифікації Green Key, найбільша кількість еко-готелів у світі нараховується у Франції – 226, на другому місці – Данія, на третьому – Німеччина. Україна випереджає Грецію, Італію, Латвію і посідає четверте місце за кількістю еко-готелів.

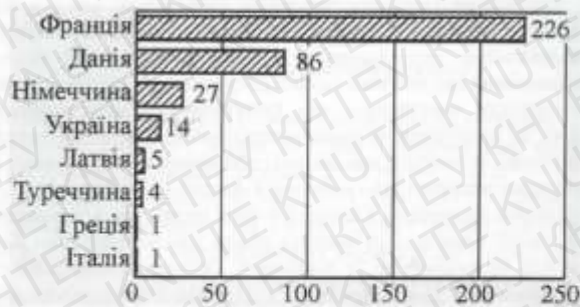


Рис. 1. Сертифіковані еко-готелі української мережі REIKARTZ HOTEL GROUP

Наприклад, на території Канева є всі передумови для перспективного розвитку лікувально-оздоровчого, природничо-пізнавального, екологічного, спортивно-оздоровчого, відпочинково-розважального, активного туризму. Перелічені види туризму максимально наближені до концепції «екологічного готелю». Тому саме територія Канева є перспективною для створення такого готельного підприємства.

Насамперед у готельних підприємствах проєктованих з ресторанним господарством необхідно запровадити виключно органічне харчування як нову філософію в організації харчування споживачів готельних послуг. Організм людини – це складна і гармонійна система, що вимагає якісного будівельного матеріалу, яким і є їжа.

Термін «organic food», який часто перекладають як «екологічно чисті» або «органічні» продукти, застосовується до продуктів харчування, вироблених у відповідності з



нормативами Загальноєвропейської угоди з органічного виробництва сільськогосподарської продукції від 24 червня 1991 року.

Щоб отримати звання «органічного» продукту доводиться проходити довгий шлях, починаючи від ферми-виробника і закінчуючи прилавком. Всі ланки цього ланцюжка, від фермера до продавця, повинні дотримуватися ряду основних параметрів. У першу чергу, це органічні методи землеробства і тваринництва, натуральна сировина, інгредієнти і, звичайно ж, відповідний технологічний процес.

При проектуванні еко-готелю в Каневі питання забезпечення органічного харчування може бути вирішено декількома шляхами: перше – це організація свого фермерського господарства при готелі (сад і невеличкий город); друге – це організація поставок органічних продуктів з навколишніх фермерських господарств. Такий варіант є більш вигідним, адже при повному органічному харчуванні дозволяє готельному підприємству значно економити на персоналі, площі ділянки, затратах на зберігання продуктів.

На даний момент у світі сформувалися повноцінні ринки органічної продукції в таких сегментах, як: овочі та фрукти, молоко і молочні продукти, дитяче харчування, сільськогосподарська сировина для переробки (насамперед, зернові культури). Згідно з останніми даними Міністерства сільського господарства США (USDA), на органічні продукти всіх видів припадає 6 % від загального обсягу американського ринку, а в країнах Європи цей показник коливається від 3 % до 10 %. Японія традиційно є лідером ринку органічної продукції серед країн Азії. Щорічно збільшується попит на органічне харчування в Китаї, Таїланді, Сингапурі, Малайзії та Індії внаслідок збільшення платоспроможності споживачів. Наприклад, ринок органічної продукції в Індії за останні два роки зріс на 200 %. В Україні сьогодні на органіку припадає лише 2...3 % продуктів. При цьому попит на органічні товари з боку споживачів стрімко зростає: нині він значно перевищує пропозицію.

Важливо також пам'ятати про екологічність прибирання у еко-готелі. Європа давно припинила випускати чистячі засоби, що містять фосфати. На упаковці західних товарів вже близько 10 років ставиться відмітка «фосфати відсутні». А от до України завозяться товари здешевлені за рахунок використання речовин, які для продукції місцевого використання не застосовують. Але у проєктованому екологічному готелі не припустимо використовувати побутову хімію такої якості. Найкращим варіантом буде застосування побутової хімії без фосфатів, або мючох пробіотиків.

Звичай у кожного еко-готелю повинна бути своя концепція, яка б робила цей заклад унікальним. Саме тому над створенням проєктів екологічних готелів працюють відомі дизайнери та архітектори, які намагаються знайти незвичайний підхід до формування внутрішнього простору готелю.

Отже, в умовах зростаючої конкуренції запропонована комплексна інноваційна діяльність допоможе створити такий еко-готель, який зацікавить не тільки українських туристів, а зможе привабити гостей із-за кордону.

Тому будівництво еко-готелю з комплексом всіх інноваційних екологічних рішень буде особливо доцільним саме на території Канева, оскільки екологічність, невимовна краса, природа Українського заповідника сприятиме процвітанню обраного бізнесу.

**Висновки.** Екологізація готельних послуг у сучасних умовах набуває великого значення у зв'язку з необхідністю збереження довкілля, зростанням попиту туристів на екологічно безпечні послуги і товари. Посилення соціально-етичної спрямованості бізнесу і посилення вимог до безпеки послуг для гостей і навколишнього оточення вже на етапі бізнес-проєктування створює завдання надати впровадженій послугі необхідний та достатній рівень конкурентоспроможності з урахуванням розширеного екологічного складника.

#### Список використаних джерел

1. Офіційний сайт міжнародної організації «Green key» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.greenkey.global>



## Продовження додатку А

2. Офіційний сайт Міжнародної організації з питань продовольства та сільського господарства при ООН – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fao.org/save-food/en>
3. Мазурова, О. Ю. Розвиток органічного сільського господарства / О. Ю. Мазурова // Міжнародний сільськогосподарський журнал. – 2016. – № 3. – С. 15–18.
4. Клининг. От традиций к инновациям // Журнал «Дело». – 2014. – № 112. – С. 5–8.
5. Bohdanowicz, P. Environmental Awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries – survey results / P. Bohdanowicz // International journal of hospitality management. – 2009. – № 6. – С. 36–52.
6. Іванов А.М. Проблеми екологізації при зонуванні охоронних територій / А.М. Іванов // Економічний простір: зб. наук. праць. 2011. № 48/1. С. 292–301.
7. Гостиничний бізнес. URL: <http://prohotelia.com.ua/2013/01/12-events-and-trends-of-2012/>



## Аналіз тенденцій розвитку готельного бізнесу

Тенденції	Описання
Економічна	Посилення інфляцій, зміна доходів населення та його купівельної спроможності, контраст доходів населення, розвиток економіки та розширення місткості ринку.
Розробка нових форм готелів	Яскравим прикладом цієї тенденції є створення перших капсульних готелів в Японії в 1979 р., і вже представлені в українському готельному господарстві.
Розвиток Роботизованих технологій і впровадження інфрачервоних датчиків	Наприклад, AloftCopertino пропонує послугу месенджера. спілкування з гостем здійснюється за допомогою роботизованого механізму «A.L.O. Botlr» з підтримкою 4G, модулем WI-FI та 7-дюймовим планшетом. Використання інфрачервоних датчиків допомагає персоналу приймати рішення, наприклад, коли потрібно прибрати кімнату.
Впровадження Інноваційного програмного забезпечення	Продукти для готельних підприємств - Технологія SAAS (Cloud). Головною перевагою таких технологій є відсутність вимог до покупки дорогого обладнання та програмного забезпечення. Доступ до системи здійснюється через Інтернет-браузер з будь-якої точки світу.
Розвиток мобільного маркетингу та орієнтація на покоління «міленіалів»	Мобільні додатки успішно використовуються для оптимізації взаємодії з гостями готелю (бронювання, бронювання в ресторані, таксі тощо), а також для внутрішня взаємодія персоналу готелю (наприклад, завдання прибирання номерів, а після прибирання покоївка надсилає повідомлення про готовність кімнати для перевірки та до прибуття нових гостей.
Благоустрій бізнес-сервісу готелю	Заохочує представників готельного бізнесу пропонувати розширені пропозиції готельних послуг, щоб посилити сервісну складову у своїй роботі.
Глобалізація і інтеграція готельного бізнесу	Створення туристичних корпорацій та готельних мереж. На українському ринку є такі відомі міжнародні готельні бренди: Radisson SAS, Hilton, Готель Wyndham, HELIOPARK Group, InterContinental Hotels Group та інші.
Глибока персоналізація обслуговування і повна концентрація на запити і потреби клієнтів	Це проявляється в наявності широкого спектру додаткових послуг, в використанні технології RFID, яка ідентифікує гостя ще до надання послуги (TouchPoint від OneLabSolutions), біометрична ідентифікація, системи електронних замків, використання принципу екологізації в автоматизації систем життєзабезпечення.



## Додаток Г

## Структура попиту на туристичні послуги регіону за сегментами споживачів

Заклади туристичного попиту (вказати назву об'єкту)	Всього туристів		у тому числі					
			вітчизняні туристи		іноземні туристи з країн			
	осіб	%	осіб	%	далекого зарубіжжя		СНД	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%	Осіб	%
<b>1. Заклади розміщення</b>	1347722	100	938327	69,6	115600	8,6	82810	6,1
1.1. Готельні підприємства	561314	41,65	321518	23,86	30140	2,24	25114	1,86
1.2. Санаторно-курортні заклади	484234	35,93	354312	26,29	35416	2,63	28132	2,09
1.3. Заклади відпочинку	302174	22,42	262497	19,45	50044	3,74	29564	2,15
<b>2. Заклади харчування</b>	1347722	100	938327	69,6	115600	8,6	82810	6,1
1.1. Ресторани	584112	43,34	128315	9,52	39112	2,90	24215	1,80
1.2. Кафе, бари	328111	24,35	415642	30,84	25138	1,87	28192	2,09
1.3. Закусочні	126543	9,39	352216	26,13	38219	2,84	35114	2,61
1.4. Їдальні	308956	47,27	457796	33,94	38269	2,86	23481	1,70
<b>3. Заклади культурно-дозвілльєвого призначення</b>	328111	24,35	415642	30,84	25138	1,87	28192	2,09
<b>4. Заклади та споруди фізкультурно-оздоровчого призначення</b>	126543	9,39	352216	26,13	38219	2,84	35114	2,61
<b>5. Заклади побутового обслуговування</b>	302174	22,42	262497	19,45	50044	3,74	29564	2,15

## Додаток Д

## Конкурентний профіль готелю по відношенню до конкурентів

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

**Концепція готельного підприємства**

Вид підприємства	Характеристика ознак
Вид підприємства	Еко-готель
Тип підприємства	Готель
Функціональний тип підприємства	Індивідуальний проект
Місце знаходження: - фактичне - знакове	Окремо побудовані будиночки-номери Біля Шевченківського заповідника
Рекреаційний потенціал	Музеї, історичні пам'ятки, природні ресурси
Цільовий сегмент	Бізнес-туристи, туристи, мешканці міста та ін.
Формат закладу	Повносервісний
Формат виробництва	Напівфабрикати
Клас (рівень комфорту)	4*
Кількість місць	Готель – 20 номерів, 40 місць
Характеристика номерного фонду	Апартаменти Люкс Стандарт (двомісний)
Режим роботи	Цілодобово
Дизайнерський стиль	Індивідуальний дизайн



## Додаток Є

№ з/п	Посада, тарифний розряд	Кількість посадових одиниць
Адміністративно-управлінський персонал		
1.	Генеральний директор	1
2.	Головний бухгалтер	1
3.	Бухгалтер-економіст	1
4.	Головний інженер	1
5.	Інженер з техніки безпеки і охорони праці	1
6.	Начальники відділів та служб	6
7.	Разом	11
Виробничий персонал		
8.	Завідувач виробництвом	1
9.	Кухар 6р	3
10.	Кухар 5р	3
11.	Кухар 4 р	3
12.	Кухар 3 р	3
13.	Помічник кухаря	2
14.	Метрдотель	2
15.	Бармен	3
16.	Офіціант	11
17.	Завідуюча номерним фондом	1
18.	Покоївка	6
19.	Адміністратор (порт'є)	4
20.	Комірник	1
21.	Мийник посуду	2
22.	Прибиральники виробничих приміщень	2
	Разом	47
Допоміжний персонал		
23.	Електромонтер (столяр) 4р	1
24.	Механік з ремонту устаткування	1
25.	Охоронець	4
26.	Швейцар	2
27.	Посильний	2
28.	Швачка	1
29.	Прачка	1
30.	Спортивний тренер	1
31.	Організатор масових заходів	1
32.	Медична сестра	1
33.	Паркувальник	1
	Разом	15
	РАЗОМ по закладу	73

## Склад і площі приміщень еко-готелю

Найменування приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
<b>Приймально-вестибюльні приміщення</b>	
Вестибюль	80
Служба прийому та реєстрації	10
Пункт зв'язку	8
Кімната чергового персоналу	8
Службовий санітарно-технічний блок	8
Швейцарська і приміщення носильників	8
Камера схову	10
Приміщення охорони	8
Медпункт	8
<b>Приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення</b>	
Тренажерна зала	40
Сауна	20
Масажний кабінет	14
<b>Приміщення культурно-дозвільного призначення</b>	
Конференц-зал	40
<b>Житлові приміщення</b>	
Номери апартаменти	80
Номери люкс	60
Номери стандарт двомісний	224
<b>Приміщення поверхового обслуговування</b>	
Хол	60
Приміщення старшої покоївки	12
Комора брудної білизни	6
Комора прибирального інвентаря	6
Площадка розбирання брудної білизни при білизнопроводі	6
Кімната побутового обслуговування	6
Приміщення для зберігання візків покоївок	12
Санвузол персоналу (унітаз, умивальник, душ)	6
<b>Господарсько-виробничі</b>	
Перукарня	20
Хімчистка	8
Майстерня	8
<b>Складські приміщення</b>	
Склад для білизни та інвентарю	10
Склад для мийних хімічних засобів	10
Склад для меблів та обладнання	50
Склад для запасних деталей та пристроїв	10
<b>Адміністративні приміщення</b>	
Кабінет директора	18
Бухгалтерія	10
Відділ кадрів	10
Відділ постачання	12
Інженерно-технічний відділ	12

Продовження додатку Ж

<b>Технічні приміщення</b>	
АТС	8
Електрощитова	8
Бойлерна	8
<b><i>Разом площа закладу без приміщень ресторану</i></b>	<b>942</b>



## Додаток 3

## Планування поточних витрат готелю на рік

Номер статті	Калькуляційні статті витрат	Поточні витрати, тис. грн.	Структура, %
1	Собівартість продукції власного виробництва та закупних товарів	5110	23,28
2	Витрати на оплату праці	3456	15,74
3	Відрахування на соціальні заходи та медичне страхування	1327,1	6,05
4	Амортизаційні відрахування	5770	26,28
5	Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів, малоцінних необоротних матеріальних активів	1680	7,65
6	Вартість витрачених малоцінних, швидкозношуваних предметів	700	3,19
7	Витрати на оренду основних засобів, інших необоротних активів	-	
8	Податки, збори, інші передбачені законодавством обов'язкові платежі	700	3,19
9	Витрати на зберігання, підсортування пакування та передпродажну підготовку продукції та товарів	-	
10	Витрати на транспортування	-	
11	Витрати на охорону	10	0,05
12	Інші поточні витрати діяльності	3200	14,58
13	Фінансові витрати	-	-
	<b>Разом поточні витрати</b>	<b>21953,1</b>	<b>100</b>