

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНИЙ КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ПРОЕКТ

на тему:

ПРОЕКТ ГОТЕЛЮ-САДИБИ В МІСТІ ЛЬВОВІ

Студента 2 курсу, 6м групи
спеціальності 241
«Готельно-ресторанна справа»
спеціалізації «Готельний і
ресторанний девелопмент»

Костюк
Тетяни
Олександрівни

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.....	3
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС	5
1.1 Концептуальне рішення. Локація	5
1.2. Функціональні характеристики.....	15
1.3. Сервісна концепція.....	19
1.4. Організаційний дизайн.....	28
РОЗДІЛ 2. АРХІТЕКТУРА. ДИЗАЙН.....	30
2.1. Екстер'єр та інтер'єр	30
2.2. Архітектурні рішення. Характеристика території	32
2.3. Дизайнерське рішення.....	34
РОЗДІЛ 3. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ	39
3.1. Цінова політика. Фінансові результати проекту	39
3.1. Цінова політика. Фінансові результати проекту 39 Ошибка! Закладка не определена.	
3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту.....	49
ВИСНОВКИ	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	51
ДОДАТКИ	56

ВСТУП

Актуальність теми. Україна, будучи унікальною країною з унікальним природно-кліматичним потенціалом, в перспективі має всі ресурси для підвищення конкурентоздатності економіки на основі використання її культурно-природничих можливостей [26]. Але щоб задовольнити всі потреби туриста, відпочиваючого, бізнесмена, потрібно забезпечити комфортність його проживання, високу якість обслуговування, тобто створити атмосферу гостинності. Це можливо лише на основі статистичного аналізу розвитку підприємств готельного господарства, оцінювання особливостей функціонування готельних підприємств, визначення тенденції їх розвитку на майбутнє.

В даний час готельна індустрія розвивається з особливим розмахом. З'являються нові і сучасні засоби розміщення, про яких раніше ми і не могли подумати. За багато років були створені і приведені в дію неймовірно різноманітні засоби розміщення від великих шикарних готельних комплексів до крихітних і затишних приватних міні-готелів.

Питання функціонування і розвитку засобів розміщення досліджували у своїх роботах відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема, С. Байлик, М. Бойко, Р. Браймер, Л. Гопкало, Н. Кабушкин, Круль, А. Мазаракі, М. Мальська, С. Мельниченко, І. Писаревський, П. Пуцентейло, А. Чудновський, Т. Сокол, Дж. Р. Уокер, С. Шаповал.

Садиби як вид готельного бізнесу мають всі шанси для розвитку в Україні, вони економічно ефективні, перспективні і вимагають уважного ставлення з боку держави, їх переваги незаперечні.

Мета випускного кваліфікаційного проекту – проектування готелю-садиби в місті Львові за результатами оцінювання маркетингових, економічних, виробничих факторів та з урахуванням інженерних, ергономічних, екологічних вимог.

В кваліфікаційному проекті відтворене послідовне вирішення наступних **завдань**:

- визначити концептуальні засади діяльності новоствореного закладу готельно господарства відповідно до його категорії та місткості;
- розробити перелік основних, а також додаткових послуг, які будуть надаватися в готелі садибі;
- обґрунтувати просторові рішення зон приймання та обслуговування клієнтів;
- змоделювати процеси обслуговування в готелі-садибі;
- розробити пропозиції щодо дизайну інтер'єру забудови та екстереру;
- спроектувати організаційну структури управління готелем-садибою;
- обґрунтувати операційні доходи новоствореного об'єкту;
- спланувати поточні витрати підприємства;
- оцінити ефективності капітальних вкладень;
- визначити термін окупності проекту.

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

Предмет дослідження – теоретичні, методичні, прикладні засади проектування готелю-садиби в місті Львові.

Теоретичною та методологічною основою стали праці вітчизняних та зарубіжних вчених з питань проектування закладів готельного господарства. В якості інформаційної бази при написанні проекту слугувала нормативна документація (СніП, ДБН, СанПіН, ДСТУ), довідники.

Публікації. Основні результати дослідження були опубліковані у збірнику наукових праць КНТЕУ, 2021 (дод. А).

Структура та обсяг проекту. Робота викладена на 63 сторінках комп'ютерного тексту, складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота містить 37 таблиць, 22 рисунків і список використаних джерел із 38 найменувань.

РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС

1.1 Концептуальне рішення. Локація

Львів – це місто з багатовіковою історією, місто в якому переплелася культура різних народів. Бурхлива і надзвичайно цікава історія унікального українського міста Львова налічує в собі сім з половиною віків. Перша документальна згадка про Львів датується 1256 р. Заснував місто Галицько-Волинський князь Данило Романович і назвав його на честь свого сина Лева. Центром давньоруського Львова була сучасна площа Ринок. Місто надійно захищали укріплення, збудовані з урахуванням природних умов — пагорбів Високого Замку та річки Полтви [3].

Львів є найважливішим діловим центром Західної України. Місто залишається великим бізнес-центром між Варшавою та Києвом. Згідно зі Стратегією економічного розвитку Львова до 2025 року передбачається, що основними галузями економіки міста мають стати туризм та інформаційні технології, пріоритетним також є сфера бізнес-послуг та логістики.

Львів є одним з найважливіших транспортних вузлів України. Через місто проходять європейські E40, E372, E471 та міжнародні автошляхи M06, M09, M10 та M11, які з'єднують Львів з Києвом, Будапештом, Варшавою та Краковом, національні автошляхи H02, H09, H13 і H17, якими Львів з'єднаний з іншими містами Західної України [3].

Львів – це місто, в якому вдало переплелася сьогодення і середньовіччя, вся суворість галицького князівства та романтика сучасності, шалений ритм життя та одночасне відчуття спокою, це місто гордих галицьких князів та сонних левів, котрі спокон віків несуть свою кам'яну варту та оберігають спокій мешканців та гостей загадкового міста. Львів'яни першими зварили пиво, винайшли газову лампу та проклали найширші тротуари в Європі.

Це «країна» солодошів, чорного та молочного, в плитках та гарячого шоколаду. Цим містом можна захоплюватися в будь-яку пору року та в будь-який час доби. Львів - це жива історія в сьогоденні. Описувати видатні місця

Львова можна вічно, але слова - це лиш слова, його треба побачити на власні очі та відчути цей неповторний ритм, ритм величного міста Львова [4].

Львів має понад 20 парків і зелених зон, 2 ботанічні сади і 16 пам'яток природи. Два парки є пам'ятками садово-паркового мистецтва національного значення, один — місцевого. У міських межах розташований регіональний ландшафтний парк «Знесіння» — природоохоронна територія площею понад 300 га, яка має максимально наближену до природних умов екосистему.

На сьогодні Львів є привабливим містом для туристів, які захоплюються його історією, пам'ятками архітектури і культури. Можливості дальшого освоєння туристичного потенціалу міста далеко не вичерпані. Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновки, що є доцільним будівництво підприємства готельного господарства [4].

Характеристика конкурентних переваг та обмежень перспективного розвитку міста Львів наведемо в дод. Б. При здійсненні SWOT-аналізу проведено стратифікацію територіального простору, тобто розшарування простору за певними складовими.

Для готелю-садиби було обрано територію в Пустомитовському районі міста (дод. В). Перевагами розташування проектного готелю є [14]:

- Розташований у сприятливій природно-кліматичній зоні;
- Поряд з дубово-сосновим лісом;
- 1,7 км до річки Ставчанка для вело прогулянок, бігу, або пікніків;
- Поруч знаходяться пам'ятники, культурні і архітектурні споруди міста;
- Зручний транспортний зв'язок.

Насадження дерев виконуватимуть функцію «ширми», яка відокремлює заклад готельного господарства від навколишніх будівель. З вікон готелю видніються неперевершені краєвиди на ліс, відчувається чисте повітря.

На нашу думку, даний готель-садиба буде користуватись популярністю серед туристів, адже має великі переваги порівняно з конкурентами, та розташований в географічно пріоритетному місці.

Для розвитку готельного господарства Львова характерна помітна тенденційність в Україні, зумовлена особливостями історії, політичного, економічного розвитку, демографічним та регіональним потенціалом міста [14].

За три останні роки у місті з'явилося 15 нових готелів, а номерний фонд зріс на 502 номери відповідно. Однак, лише у 4 нових готелів номерний фонд налічує понад 50 одиниць: «Гелікон» (55), Ibis (77), Rius (52) і Taurus (93).

Найбільше нових готелів з'явилося в категоріях budget, economy і midscale. Найвищий приріст номерного фонду спостерігався в готелях категорій economy, midscale і upper midscale (по 186 одиниць в перших двох категоріях і 135 одиниць в останній). У категорії budget, незважаючи на появу 4 нових об'єктів, номерний фонд зменшився на 5 одиниць внаслідок припинення функціонування готелю «Влада» на 150 номерів [12].

Кількість готелів в категоріях upscale та upper upscale залишилась незмінною, а високоякісних об'єктів, що відповідають міжнародним стандартам категорії luxury, на вересень 2019 року у Львові не було зафіксовано.

Середньорічна заповненість готелів великого формату з досить високою якістю послуг досягла рівня 68-73%. Менш професійні готелі в середньому за рік заповнюються на 35-55%. Дані показники у Львові є вищими за середні по Україні.

Незважаючи на незначну кількість підприємств високого цінового сегмента та високу вартість проживання, навіть за європейськими цінами, на них припадає 45–50 % частки ринку. Головне це готелі центральної частини міста, які відповідають очікуванням гостей за комфортом та близьким розташуванням до об'єктів їхнього інтересу, інфраструктури [30].

Готелі середнього цінового сегмента – найбільша серед категоризованих підприємств група, переважають малі за розмірами (20–60 номерів), вони надають доволі значний обсяг послуг за помірними цінами (200–2 990 грн). Частка цієї групи готелів на ринку становить 35–40 %, рівень заповнення змінюється від 40 до 70 % і залежить від системи менеджменту, місця розташування, якості сервісу, маркетингових досліджень і впровадження їх у

діяльність підприємств. Рівень просування цієї групи готелів достатньо низький і здебільшого обмежений окремими типами реклами, насамперед в Інтернеті. Зміцнення конкурентних позицій на ринку серед бюджетних готелів останніми десятиріччями відбулось унаслідок будівництва та реконструкції частини підприємств, поліпшення якості номерів – збільшення кількості номерів категорії “люкс”, “напівлюкс” [30].

Готелі низького цінового сегмента (одна–дві зірки, без категорії) мають низький рівень сервісу. На ринку готельних послуг їхня частка – 10–20 %, середня ціна послуг – 300–400 грн, низьку конкурентоспроможність відображає невисокий рівень завантаженості. Готелі цієї категорії нові, побудовані у 70–80-х роках ХХ ст. і мають значну місткість, також у категорію долучено невеликі приватні готелі на 10–30 місць, відкриті впродовж останнього десятиріччя.

Загалом у Львівській області станом на 2020 р. нараховувалося більше 1000 садиб. Проте за офіційною статистикою зареєстрованих садиб станом на 2019 р. становила лише 14 одиниць (табл. 1.1) [6].

Таблиця 1.1

Динаміка основних показників готелів-садиб по Львівській області [6]

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 рік
Кількість садиб, одиниць	23	12	16	14	14
Середня місткість садиб, місць	13,9	13,4	17,6	19,5	18,6
Кількість розміщених, осіб	5227	2201	2003	2797	2811
Тривалість перебування туристів, ліжко-днів	19297	10755	12535	21342	21456
Середня тривалість перебування туристів, днів	3,7	4,9	6,3	7,6	7,8
Коефіцієнт використання місткості садиб	0,23	0,32	0,16	0,30	0,41

Найкращим рівнем обслуговування та облаштованістю садиб для прийому туристів характеризуються гірські курорти Славське, Коростів, Сколе, Розлуч, Східниця, де кількість туристів за рік коливається від кількох десятків до кількох сотень, з тривалістю перебування від 2-3 днів до двох тижнів.

За допомогою показників таких як: місце знаходження готелю, ціни на послуги, ціни на додаткові послуги, наявність закладу ресторанного

господарства, категорії готелю, в таблиці 1.2 можна проаналізувати конкурентні профілі підприємств готельного господарства, виявити сильні та слабкі сторони конкурентів [6].

Таблиця 1.2

Забезпеченість досліджуваного регіону закладами готельного господарства

Діючий заклад	Адреса	Номерний фонд	Інфраструктура та послуги
Готель-садиба «Садиба»	Львів, с. Бірці, вул. Янівська, 101	5 номерів Вартість 525- 1260 грн/добу.	Інтернет, Автостоянка, Сад, Баня, Рибна ловля, Мангал, Приладдя для барбекю, Пляж, Відпочинок за містом, Парковка під охороною, Вулична парковка, Трансфер, Тераса, Місце для пікніка, Дитячий ігровий майданчик
Гостьовий будинок «SABAN DELUXE»	м. Львів, вул. Сінна, 18	20 номерів Вартість 400- 1300 грн/доба	wi-fi інтернет; паркінг; зберігання багажу; дзвінок на бажання розбудити; виклик таксі, трансфер; екскурсії; поштові послуги; послуги кур'єра; послуги консьєржа; прокат велосипедів.
Міні-готель «Sleeping hotel»	Львів, Полтвяна, 38а	9 номерів Вартість 650- 900 грн/добу	Розміщення, харчування, парковка, Wi- Fi, зберігання багажу, ксерокс, сейф, виклик таксі, трансфер, інформація про екскурсії, дитяча краватка.
Готель «Рафаель»	Львів, с. Зубра, вул. Гонти , 1 А	34 номера Вартість 1000- 3100 грн/доба	Бар, Інтернет, Конференц-зала, Пральня, Ресторан, Сад, Обслуговування номерів, Мангал, Доставка їжі та напоїв в номер, Сніданок в номер, Кав'ярня на території, Парковка під охороною, Тераса, Послуги по прасуванню одягу

Дослідивши загальну картину конкурентів готелю, проведемо їх кількісну оцінку за визначеними критеріями (Дод. Г). На основі конкурентного профілю побудуємо багатокутник конкурентоспроможності - графік, який дозволить представити положення всіх конкурентів в наочному вигляді (Дод. Д).

Згідно з результатами проведеного аналізу конкурентоспроможності готелів проектованій садибі необхідно спрямовувати свою діяльність на високоякісне обслуговування споживачів, надання додаткових послуг, які покращать проживання у готелі [20].

За результатами аналізу вважаємо, що найефективнішими заходами для львівського готельного бізнесу буде проектування нового готелю-садиби на 40 місць. Проект, що пропонується до реалізації, відповідатиме критеріям інноваційності, затребуваності на ринку послуг, наявності цільової групи споживачів, окупності та можливості залучення необхідного капіталу.

Дослідження контингенту потенційних споживачів

Навіть тим, хто ніколи не був у Львові, доводилося чути, що за останні десять років «місто чотирьох тисяч левів» перетворилося на туристичну Мекку і визнано культурною столицею України. До того ж, багато іноземних видань, як, наприклад, Financial Times або The Wall Street Journal, назвали Львів «містом європейського майбутнього» і «найбільш багатообіцяючим містом України». Завдяки своєрідній атмосфері, Львів часто порівнюють з Прагою та Краковом [11].

Титул «туристичної столиці» Львів завоював абсолютно законно, завдяки величезній кількості культурних, історичних та архітектурних цінностей. Не меншу роль у створенні позитивного іміджу мають розвинута сфера обслуговування і прикордонне розташування, що надає Львову особливий європейський шик.

Важливо вивчити «профіль» туристів, які прибувають до Львова для того щоб дізнатися про потенційний контингент відвідувачів садиби [11].

Дослідження провело ЛКП «Центр розвитку туризму міста Львова». Метод: face2face, QR коди. Вибірка: 1 000 опитаних туристів. Структура анкети: запитання широкого профілю, які стосуються особистості відпочивальника, особливостей подорожі та відпочинку, кілька загальних оцінок туристичної інфраструктури. Мови опитування: українська, англійська, німецька, польська, французька, російська. Локації: аеропорт, залізничний вокзал, готелі/хостели, туристично-інформаційний центр, центральна частина міста та визначні пам'ятки. За перші шість місяців 2019 року місто відвідало 1,2 мільйона осіб. За перше півріччя кількість туристів у Львові зросла на 16,5%.

Туристичний збір за перших 6 місяців 2019 року становить 3,3 мільйона гривень (Дод. Е, Дод. Є).

Управління туризму щороку проводить опитування серед туристів, які відвідують Львів і визначає, з яких країн найчастіше вони приїжджають та скільки грошей витрачають. Загалом у 2019 році Львів відвідало близько 2,5 млн туристів, що дещо більше ніж у 2018-му (2,2 млн).

Географія туристів є дуже широкою і представляє майже усі континенти світу. У 2019 році Львів відвідало близько 2,5 млн туристів. Окрім ключових туристичних ринків (Україна, Польща, Німеччина), серед інших країн світу переважають туристи з США, Словаччини, Чехії та Угорщини (Рис.5 Дод. Ж).

Дефіцит закордонних туристів покривають гості зі східної та центральної України. Але, щоб їх утримати, потрібно створити конкретний набір послуг і розваг, інакше ми втратимо і цю категорію [8].

Серед опитаних туристів переважають ті, які подорожують з метою відпочинку, розваг (71,5%) (Рис.6 Дод.Ж).

Найпопулярнішими об'єктами зацікавленості серед туристів є вежа Ратуші (56%), Львівська опера (31%) і Високий Замок (23%). Для орієнтування в місті найчастіше використовують мобільні телефони (66%), міську стаціонарну туристичну навігацію (27%) та користуються послугами туристичних інформаційних центрів (32%) [4].

Загальний профіль в'їзних відпочинкових туристів: це, зазвичай, люди, віком 26-35 років (33,8%) (Рис.7 Дод. Ж); переважає частка одружених туристів (59,3%); також дещо переважає частка жінок — 57,8%; за видом діяльності — наймані працівники (49,3%) (Рис. 8 Дод. Ж).

Серед основних джерел, з яких гості міста дізнавались інформацію про Львів фігурують поради друзів, родичів, які відвідували Львів раніше (39,3%), попередній візит до Львова самих респондентів (35,3%), поради друзів, родичів, які мешкають у Львові (27,2%), а також джерела в Інтернеті (22,8%) (Рис. 9 Дод. Ж).

Більшість туристів залишається у місті на 1-3 дні (60,6%). Середня тривалість перебування туристів у Львові становить 3 дні (Рис. 10 Дод. Ж).

Найбільшою є частка туристів, які часто відвідують Львів (39,3%). Майже кожен третій турист (29,5%) відвідує місто вперше (Рис. 11 Дод. Ж).

Найчастіше подорожують з друзями (43,5%). Іноземці також надають перевагу самостійним поїздкам (29,5%), а українці - сімейним (35,4%). Для подорожі до Львова більшість туристів обирають поїзд (40,0%), власний автомобіль (18,3%), літак (15,3%) або рейсовий автобус (12,8%) [4].

Найпоширенішими практиками туристів під час перебування у Львові є самостійні екскурсії містом (87,5%); посиденьки в кафе, кав'ярнях, ресторанах (76,3%); відвідування музеїв, галерей, виставок (50,0%); екскурсії містом у супроводі гіда (26,8%); відвідування концертів (24,0%) та релігійних об'єктів міста (23,0%). Серед мобільних додатків для орієнтування містом турист використовує здебільшого Google Maps (понад 90%), що свідчить про важливість представлення місцевого бізнесу та вірне відображення інформації в мережі Google. Середні витрати на поїздку до Львова становлять 171,09 євро, витрати одного туриста за увесь період перебування в місті – 120,60 євро; витрати на сім'ю (двоє дорослих і діти) – 264,86 євро. Середні витрати одного туриста на один день перебування у Львові становлять 47,00 євро. Внутрішні туристи витрачають у Львові в середньому 136,01 євро. Натомість середні витрати іноземних туристів в місті становлять 217,18 євро [19].

Індекси туристичної привабливості міста та задоволеності туристичними послугами — це основні показники ефективності Стратегії конкурентоспроможності міста. Це усереднена оцінка за 5-бальною шкалою, де 1 – зовсім незадоволені, а 5 – цілком задоволені.

Індекс туристичної привабливості міста формують такі показники як атмосфера, аура, краса міста, історичні та культурні пам'ятки, релігійні місця, гостинність мешканців та привабливість міста для туристів загалом. В Індексі задоволеності туристичними послугами враховані різні послуги, серед яких якість обслуговування у закладах ресторанного бізнесу, якість житла,

громадський транспорт, стан доріг, туристична інформація, зручність бронювання, зручність пересування по місту, безпека у місті тощо [19].

Кожен з критеріїв оцінювався за 5-бальною шкалою, де 1 — зовсім незадоволені, а 5 — цілком задоволені (Рис.12 Дод. Ж). Індекс туристичної привабливості міста становить 4,63, а індекс задоволеності туристичними послугами — 3,99 (із 5 максимальних). 95,0% опитаних туристів зазначили, що бажають відвідати Львів ще раз, а 98,5% будуть рекомендувати своїм друзям відвідати місто.

Аналізуючи все вище описане можемо зробити висновок, що потенційних відвідувачів в готелі-садибі буде багато, тому є доцільність його проектувати.

Розробка концептуальних засад діяльності підприємства

Досліджуючи інформацію і стан справ в готельному бізнесі було виявлено, що необхідне створення нового місця розміщення - де за скромну ціну можна отримати ліжко в комфортному і затишному номері, чистоту і порядок, дружню атмосферу і високу якість послуг. Всім даним критеріям відповідає такий тип розміщення як готель-садиба [13].

Концепція готелю-садибі допомагає конкурувати не за ціною, а за цінністю для гостей. За цінністю, за яку гості готові платити більше, ніж іншим готелям. Впроваджена концепція повинна збільшити заповнюваність при збільшенні середньої вартості номера, а також знизити вартість залучення нових гостей в готель. Концепція повинна приносити гроші.

Основна концепція. Львів — місто з особливою атмосферою, яким більш ніж півтисячоліття правили королі. Це місто кави, місто тисячі левів, місто джазу, дощу, шоколаду, терас і пристрасного танго. Усі ці невеличкі радості життя встигли перерости у традиції для кожного львів'янина.

Садиба пропонує своїм гостям по-справжньому просторе і в той же час затишне і домашнє житло. Готель-садиба «Хуторянка» - це великий будинок, в якому дуже затишно і комфортно відпочивати від тісних і зашторених готельних номерів [11].

Готель-садиба «Хуторянка» позбавляє своїх гостей від неминучого і часом некоректно нав'язливого сервісу: тільки комфорт, свобода і тиша. Це відмінне місце для відпочинку під час зимових або літніх канікул, свят, вихідних і відпусток. Єдність з природою, чудові види і чисте гірське повітря сприяють релаксації і умиротворення.

Розташування. Садиба розташована у Пустомитовському районі міста. Це дуже зручно, так як дістатися кудись можна дуже швидко. Нашим гостям не доведеться витратити свій час на пошук визначних пам'яток, барів та ресторанів, адже завдяки локації нашої садиби в центрі міста, всі вони розташовані в пішій доступності.

Цільова група. Молодь віком 18-45 років, пенсіонери 55-75 років, іноземці.

Режим роботи. Готель - цілодобово.

Харчування. Шведський стіл на сніданок

Дизайн. Готель-садиба, як і багато місцевих будівель, відрізняється характерними рисами, притаманними тірольському стилю. Для внутрішнього оформлення характерна природна колірна гамма з переважанням сірих відтінків, які найкращим чином гармоніюють з натуральним деревом і каменем.

Перелік послуг. Готель-садиба надає, в першу чергу, послуги з розміщення гостей. Для забезпечення конкурентоспроможності передбачається надання ряду супутніх послуг: послуга будильник, трансфер, парковка, доступ до мережі Інтернет, Wi-Fi в номерах і гостьових зонах, зона барбекю, автомийка, дитяча кімната. Набір послуг буде широким. По-перше, забезпечити гостей всім необхідним за привабливими цінами, щоб їм не довелося вдаватися до послуг інших компаній. По-друге, демонстрація великої кількості додаткових послуг, по достоїнству оцінять відвідувачі вашого сайту і постояльці.

Реклама та просування. Відкриття готелю-садиби потребує значних початкових вкладень у його просування. Для «розкручування» садиби будуть запропонувати такі заходи [18]:

- розроблення фірмового сайту в Інтернеті та його просування (Він повинен бути продуманим, яскравим, цікавим, і, найголовніше, повинен привертати увагу потенційних);
- спеціалізовані інтернет майданчики з оренди житла: booking, TripAdvisor, Airbnb, Hotels, Expedia, Agoda та інші;
- зовнішня реклама – стилізована світлова вивіска над входом, стаціонарні рекламні конструкції типу «сітілайт» в двох-трьох точках у безпосередній близькості до хостелу – на найближчих перехрестях, на інших місцях, які добре проглядаються;
- підтримка високої якості сервісу, що дозволяє запускати сарафанне радіо, яке є сьогодні найпотужнішим інструментом просування. Якщо гостю подобається ваш хостел, він не пошкодує часу, щоб викласти фото в Instagram, написати відгук на TripAdvisor і зателефонувати друзям.

Розглянемо обрані ознаки концепції садиби детальніше, за допомогою їх виокремлення в таблицю (Дод. 3).

1.2. Функціональні характеристики

Організація обслуговування в готелі-садибі «Хуторянка» спрямована на максимальне задоволення потреб споживачів і має бути чітко структурованою. Організаційна структура готельного підприємства визначається призначенням готелю, місцеположенням, специфікою клієнтури та іншими факторами. Вона є відбитком повноважень і обов'язків кожного із працівників [18].

Існує набір служб, обов'язкових для будь-якого готелю. Характеристику основних служб готелю-садиби «Хуторянка» наведемо у дод. II. Організаційний зв'язок між групами приміщень зображено в Рис. 1 дод. II.

Групи приміщень, з яких буде складатися садиба: номерний фонд, приміщення культурно-дозвільного призначення, приміщень управління, економічні та службові приміщення, групи приміщень побутового обслуговування і торгівлі.

При проектуванні готелю-садиби слід визначити її структуру, що дозволить розумно розподілити весь виробничий процес. Також необхідно враховувати людські потоки, щоб уникнути перетину потоків гостей і співробітників готелю. Житлові групи приміщень будуть розташовуватися на верхніх поверхах. Номерний фонд матиме зручний зв'язок з службою прийому і розміщення, приміщень культурно-дозвільного призначення. Ресепшн буде мати зв'язок практично з усіма групами приміщень, крім офісних і господарських приміщень [18].

Приймально-вестибюльна та безпеки

Основним сполучною ланкою всіх груп приміщень готелю є блок приймально-вестибюльної групи приміщень. Він створює перше враження про готель-садибу. В даному блоці здійснюються: прийом, оформлення і розміщення приїжджаючих, розрахунки з ними, видача різних довідок про готель, зберігання і транспортування багажу [11].

Організація приміщень приймально-вестибюльної групи забезпечує функціональне взаємне розміщення вертикальних комунікацій та входів до них для того, щоб рух основного потоку людей був найкоротшим та зручним. Функціональний зв'язок між зонами вестибюльної групи та приміщеннями вестибюльної групи виключає перехрестя людських потоків.

У вестибюлі дотримуються чіткого зонування, що зводить до мінімуму перетин потоків проживаючих, від'їжджаючих і приїжджаючих гостей, персоналу, епізодичних відвідувачів і шляхів доставки багажу до номерів і до автобусів.

У приймально-вестибюльній групі приміщень знаходяться: черговий адміністратор, що веде облік зайнятих номерів, попередніх замовлень; каса, де клієнтами проводиться оплата всіх наданих послуг, автоматично зареєстрованих на індивідуальних картках; порт'є, що веде облік ключів (а по них присутність клієнтів), видає кореспонденцію і виконує особисті доручення. Допоміжна зона включає такі приміщення: пункти прийому речей до ремонту, хімчистку і пральню, камеру зберігання [11].

Визначимо корисну площу приміщень приймально-вестибюльної групи готелю-садиби враховуючи рекомендований склад та площі приміщень, наведені в ДБН В.2.2-20:2008 (Дод. І) [25]. Корисна площа приймально-вестибюльної групи приміщень готелю-садиби «Хуторянка» складає 66 м².

Група житлових приміщень є головною як за значеннями, так і за розмірами в готельному господарстві незалежно від їх типу, місткості та місця знаходження.

Житлові приміщення мають бути функціонально відокремлені. Транзитне переміщення гостей, що не мешкають на даному поверсі, не повинно допускатись. До складу приміщень житлового поверху належать номери, коридори, холи, вітальні, приміщення побутового обслуговування на поверсі.

Призначення житлової зони - забезпечення умов для помешкання: надання житла, обслуговування номеру, чищення і прасування одягу, прийом білизни для прання, виконання незначних послуг і доручень, подавання їжі в номер, транспортування багажу в номери [11].

Основу приміщень житлової групи становлять номери, з якими безпосередньо пов'язані допоміжні і службові приміщення.

Типи номерів готелю-садиби «Хуторянка» та їх співвідношення і площі, сантехнічне та електрообладнання номерів проектуємо згідно з ДБН В.2.2-20:2008, ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Розрахунок номерного фонду готелю-садиби на 20 номерів

Категорія номеру	Характеристика номера				
	К-ть кімнат, шт	К-ть місць, шт	Житлова площа, м ²	К-ть номерів	Заг. площа, м ²
Номер – 1 категорії	1	2	16,0	14	224
Напівлюкс	1	2	25,0	2	50
Дуплекс	2	2	35,0	2	70
Апартамен	2	2	50,0	2	100
Разом		40		20	444

Місткість готелю-садиби «Хуторянка» становить 20 номерів на 40 місць.

Склад приміщень поверхового обслуговування наведено в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Склад приміщень поверхового обслуговування готелю-садиби

Приміщення	Площа, м ² (не менше)
Холи (вітальні)	30
Комора прибирального інвентарю	4
Кімната побутового обслуговування	6
Всього	40

Склад та площі приміщень побутового, спортивно-оздоровчого та дозвільного призначення в готелі прийнято у відповідності до вимог, наведених в ДБН В.2.2.2008 (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Склад і площі приміщень побутового, дозвілево-анімаційного та спортивно-оздоровчого призначення

Найменування приміщення	Площа, м ²
Лазня	36
Ігрова дитяча кімната	20
Більярдна	22
Разом	78

До адміністративної групи приміщень належать: приміщення дирекції, відділ постачання, бухгалтерія, планово-економічний відділ і інженерно-технічний відділ [11].

Склад та площа приміщень розміщується у відповідності із вимогами ДБН В.2.2-20:2008. Готелі та оформлюються вигляді табл.1.6.

Таблиця 1.6

Площі приміщень адміністративного призначення готелю-садиби

Приміщення	Площа, м ²
Кабінет директора	12
Кабінет завгоспа	6
Бухгалтерія	10
Санвузол	6
Разом	34

Корисна площа адміністративних приміщень складає 34 м².

Склад та площі господарських та виробничих приміщень у готелі визначаються у відповідності до вимог ДБН В.2.2-20:2008. Готелі.

До господарських приміщень також відносяться технічні приміщення, до яких відносяться насосна, електрощитова, пральня, майстерня з ремонту меблів. Технічні приміщення розміщені на цокольному поверсі та спроектовані із допоміжним освітленням. При проектуванні цих приміщень була забезпечена їх вентиляція, що є дуже важливим [11].

Проаналізуємо приміщення, які відносяться до господарського призначення в готелю-садиби табл. 1.7.

Таблиця 1.7

Склад і площі господарсько-виробничих приміщень

Приміщення	Площа, м ²
Ремонтна майстерня	8
Відділ чистої білизни	12
Відділ брудної білизни	6
Служба прибирання території	6
Складські приміщення	30
Разом	62

1.3.Сервісна концепція

Одним з найважливіших напрямків є формування стратегічних конкурентних переваг та забезпечення готелю-садибі «Хуторянка» послугами більш високої якості ніж у конкурентів.

Належна якість обслуговування прослідковується у задоволенні туристів, ефективному забезпеченні збереження майна мешканців готельного комплексу, що знаходить свій результат через відсутність скарг та зауважень з боку мешканців готелю.

Згідно нормативних документів, готельна послуга – це дія або послуга підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, або інших аналогічних місцях розташування [20].

В готелі надається широкий спектр послуг, які є основними та додатковими. Основні послуги в готелі будуть надаватися в обов'язковому порядку, та включаються у вартість послуг проживання. Додаткові послуги

будуть надаватися гостям із метою створення більш кращого комфорту проживання гостя в готелі, більш кращого задоволення їхніх вимог. Технологічний цикл надання додаткових послуг повинен передбачати доцільне розміщення усіх служб, які є задіяними в наданні цих послуг. Повний перелік послуг представлений в Додатку К.

Готель-садиба гарантує якість обслуговування споживачів кваліфікованим персоналом, та якість наданих ним послуг. Готель-садиба зобов'язується здійснювати контроль за додержанням персоналом Правил надання послуг у готелі.

Служба бронювання (резервування) виконує функції безпосереднього збуту готельного продукту, тому ефективність управління процесом бронювання позначається на рентабельності готелю [20].

Процес бронювання — це налагодження співпраці між уповноваженими працівниками готелю й гостями, розгляд замовлення місць і номерів у готелі — саме з нього розпочинають обслуговування гостей. Для здійснення цього процесу існують різні технічні засоби — телефон, Інтернет, пошта, факс тощо, але власне від ефективної його організації залежить враження клієнта про готель. Тому оператор з бронювання обов'язково повинен мати фахову підготовку, телемаркетингові навички спілкування, виявити вищий професіоналізм гостинності. У процесі пошуку клієнт знайомиться з декількома готелями, вибирає кращий, тому агент з бронювання повинен вплинути на його вибір, наголосити на перевагах в обслуговуванні саме цього готелю.

Відділ бронювання працює у період найвищої активності клієнтів — з 9 до 18 год. Кількість працівників один, його основне завдання полягає в реалізації найбільшої кількості номерів садиби за максимально високу ціну.

Процес бронювання складається з таких етапів [29]:

- Заявки на бронювання;
- Визначення вільних номерів для бронювання;
- Реєстрації замовлення; складання звіту з бронювання.

Заявка на бронювання, саме з неї починається процес співпраці клієнта та готелю.

Під час бронювання номерів у готелф-садиба «Хуторянка» замовнику необхідно надати наступну інформацію: прізвище, ім'я осіб, котрі прибувають; дату прибуття, термін перебування, дату від'їзду; категорію номера, кількість номерів; форму оплати (готівкова, безготівкова, реквізити організації, яка оплачує послуги).

Підтвердження бронювання. Цей етап узгоджує готовність садиби надати послуги з розміщення, а клієнтові - підтвердити наміри скористатись послугами з проживання. На заявку, отриману по телефону або усно, підтвердження у письмовій формі направляють упродовж дня [29].

На заявці, яка надійшла поштою, підтвердження відсилають у письмовій формі протягом однієї-двох діб. У повідомленні-підтвердженні, надісланому факсом або листом, зазначають: номер реєстрації заявки; дату і час передбачуваного прибуття та від'їзду клієнта; термін перебування в готелі; ціну і тип замовленого номера; кількість осіб, котрі прибувають, і кількість місць; тип бронювання (з гарантією, без гарантії); додаткові побажання, які спеціально обумовлюються; інформацію про можливість зміни дати прибуття, відміну бронювання.

Згідно з рішенням адміністрації готелю встановлено внесення передоплати за надання готельних послуг під час бронювання номера. Передоплата у 50% від вартості, має повністю вноситись до дати прибуття і зараховується в оплату готельних послуг під час остаточного розрахунку [29].

Зустріч гостей і трансфер у готелі-садиба відіграють важливу психологічну і анімаційну функцію, адже перші враження від контакту з персоналом, містом, готелем найяскравіше і найдовше запам'ятовується клієнтами. Водночас, зустріч і трансфер менше втомлюють гостей. Важливий момент у готельному бізнесі: надто втомлений, невдоволений клієнт — це втрачені кошти від невикористання ним додаткових послуг готелю. В процесі трансферу важливим є надання інформації клієнту про особливості положення

готелю щодо важливих об'єктів соціально-культурної, ділової інфраструктури міста.

З прибуттям у садибу починається організація поселення гостей. Клієнт отримує інформацію про послуги, особливості організації роботи засобу розміщення, його планування [29].

До технологічного циклу прийому гостя входить: зустріч його у вестибюлі, допомога в орієнтації по закладу та розміщення, допомога в ознайомленні гостя з номером та наявним технічним обладнанням в ньому. Гостя супроводжують у його номер, відчиняють йому двері, пояснюють, яким чином користуватися електронним ключем. Якщо поселення гостя іде вдень, то гостя запрошують увійти першим до номеру, а якщо ж вночі то спочатку в номер заходить працівник готелю, вмикає у номері освітлення та після цього запрошує гостя увійти в номер. Гостю ознайомлюють із особливостями устаткування в номері та експлуатацією його. Це робиться не тільки із поваги до самого гостя, а за для збереження готельного майна. Також під контролем знаходиться і доставка багажу гостя у номер. Якщо багаж прибув раніше ніж гість, то покоївка відкриває двері номера та допомагає підносику багажу внести його у номер.

Час заїзду гостей – 12:00, час виїзду гостей – 12:00. В вартість номеру входить: проживання, регулярна заміна постільної білизни й рушників, щоденне прибирання номера, надання простої питної води, користування інтернетом wi-fi [18].

Облік проживаючих гостей у готелі ведеться задля правильної організації робіт з прибирання, своєчасній заміні постільної білизни, організації додаткових процесів обслуговування в готелі, контролю щодо руху номерів.

Рационально побудований процес обслуговування гостей, професійність персоналу — це своєрідні інвестиції на перспективу у готельному бізнесі, адже згодом вони окупляться фінансово під час повторного візиту клієнтів, можливо їхніх родичів, знайомих приваблених позитивним відгуком про належний рівень сервісу.

Виселення гостя пов'язується з повним розрахунком клієнта за проживання і надані додаткові платні послуги. При остаточному розрахунку перевіряють точність рахунку, переглянути разом з клієнтом відповідність всіх нарахувань за термін його перебування у готелі. Необхідно завжди звернути увагу гостя перевірити правильність нарахування суми. Якщо була допущена помилка, необхідно внести відповідні зміни і вибачитись перед клієнтом. Підтвердженням правильності рахунку є підпис клієнта [18].

При виїзді гостя із готелю покоївка повинна перевірити номер, проконтролювати збереження усього майна готельного номера та перевірити чи не забув гість своїх речей. Прийом номера покоївкою та перевірка його здійснюється після того, як гість вже покинув його, при цьому він ще не виїхав з готелю, щоб якщо щось буде не на місці, чи буде пошкоджене майно готелю то гість буде повинен відшкодувати завдані збитки, або ж якщо гість забув свої речі то покоївка до від'їзду гостя повертає його забуті речі. За необхідністю, по бажанню клієнта здійснюється контроль за виносом та відправкою його багажу.

Потім покоївка розпочинає прибирання номеру, після закінчення прибирання, інформація про готовність номеру надходить на ресепшин, що номер готовий до заселення, інформація повинна передаватися адміністратору на ресепшин максимально оперативно, що забезпечить простій номеру.

У зв'язку з тим, що готелі працюють цілодобово, їх діяльність вимагає постійного контролю з боку адміністрації [18].

Завершальна фаза гостьового циклу в окремих готелях пов'язується з трансфером гостей на вокзал чи в аеропорт. Запровадження цієї послуги у готельному високого класу стимулюватиме гостей на повторно відвідати проєктованого готелю та розміщення завдяки комфортності, індивідуальному підходу в процесі надання послуг.

Основною задачею Room Service є покращення рівня обслуговування клієнтів готелю. У готелі-садибі робота Room Service обмежена в часі, а саме з 7.00 по 21.00 год (вночі не працює). Головне в роботі служби – швидкість доставки.

Чистота в готелі абсолютно необхідна - це один з основних чинників його привабливості, а залежить вона в першу чергу від роботи служби прибирання, в ідеалі невидимої, але бездоганної.

Готель-садиба «Хуторянка» працюватиме в безперервному режимі обслуговування, а отже, до нього висуваються високі санітарно-гігієнічні вимоги. Готель постійно повинен бути чистим, так само, як і прилегла до нього територія. Це вимагає величезної повсякденної праці персоналу готелю з прибирання території, подвір'я, житлових і адміністративно-господарських приміщень. Тому важливо організовувати і проводити роботи з благоустрою і прибирання, забезпечення чистоти в готелі-садибі.

Для здійснення швидкого і високоякісного прибирання з дотриманням усіх санітарно-епідеміологічних норм садиба має [29]:

- Висококваліфікований професійно підготовлений персонал;
- Повноцінний інвентар, сучасні прибиральні матеріали;
- Сучасні види прибиральних машин і механізмів.

Служба прибирання готельного підприємства забезпечує безперебійну роботу готелю, вчасно і якісно виконує клінінгові операції, що дають змогу підтримувати чистоту і затишок в готелі, саме тому технології прибирання необхідно постійно вдосконалювати.

Чинні нормативи визначають вимоги, запропоновані до технологічної послідовності здійснення робіт з прибирання житлових помешкань готелю і його оснащення. Вони вводяться з метою забезпечення дотримання відповідного санітарно-гігієнічного стану номерів і помешкань на житлових поверхах і забезпечення високої якості обслуговування гостей у садибі [29].

В цілому технологічні нормативи прибирання в садибі відповідають загальноприйнятим. Прибирати номери потрібно під час проживання гостей, після їх виїзду, перед заїздом нових постояльців і навіть при довгій відсутності мешканців, для підтримки кімнат в порядку. Серед всіх різновидів прибирання вирішальну роль відіграє поточна. Її також називають щоденною. Цей вид

прибирання дозволяє клієнтам комфортно себе почувати під час проживання в готельних номерах.

Прибирання номерів садиби проводиться щодня, але за умови відсутності клієнтів в номері. Покоївка повинна дочекатися відходу постояльців і тільки потім приступати до своїх обов'язків. Якщо в номері проживає велика сім'я або знаходиться хвора людина, в кімнатах завжди хтось буде перебувати. У таких випадках треба попередньо зателефонувати з гостями, домовитися з ними про зручний час і провести прибирання в присутності постояльців [18].

Якщо обслуговуючий персонал вважає, що в номері нікого немає, він повинен це перевірити: постукати в двері і повідомити про прихід покоївки. При відсутності відповіді можна заходити в кімнати для проведення щоденного поточного прибирання. При цьому Покоївка зобов'язана вивісити табличку зі зворотного боку дверей і не замикати номер зсередини.

Співробітники клінінгової служби переміщуються по номерах за годинниковою стрілкою, щоб не пропустити жодної деталі в кімнаті. Якщо в номері кілька кімнат, роботу починаємо з найдальшої з них і закінчуємо санвузлом. У процесі покоївки виконують свої обов'язки в наступній послідовності [14]:

- Включають всі світильники, щоб краще бачити забруднення і виявити перегорілі лампочки.
- Перевіряють роботу холодильника, телевізора, телефону, інших електроприладів та сантехніки.
- Перевіряють кількість плечиків у шафі. На кожного мешканця має бути не менше трьох вішалок. Також в номері повинні бути дві попільнички, щітки для чищення одягу або взуття, ложки для взуття. Якщо якісь з перерахованих предметів зникли або пошкоджені, покоївка повідомляє про це своєму безпосередньому керівникові, щоб той врахував збиток при розрахунку з клієнтами.

- Переглядають інформаційну папку і перевіряють її на наявність всіх аркушів. При відсутності якихось документів покоївка сповіщає керівника про необхідність укомплектування.
- Розсовують штори і перевіряють стан гачків і шнурів.
- Відкривають вікна для провітрювання приміщень в процесі виконання поточного прибирання.
- Миють і дезінфікують балкон. Після миття балкон насухо витирається.
- Збирають велике сміття по кімнатах, а також чистять смітєві корзини і попільнички.
- Застеляють ліжко, попередньо вимивши руки.
- Витирають пил з меблів. Покоївки спочатку протирають вищі предмети інтер'єру, щоб пил не обсипалася на вже оброблені поверхні.
- Протирають підвіконня і вікна, а також розетки, вимикачі, світильники, лампочки в них і дверні ручки.
- Вимикають електроприлади і витирають з них пил.
- Виймають ящики з шаф і столів і витирають їх всередині і зовні. Це робиться тільки в тих випадках, якщо постояльці готельного номера не помістили в ящики особисті речі.
- Зрушують легкі меблі і чистять підлоги. Якщо в кімнатах є килимові покриття, покоївка чистить їх пилососом, попередньо перевіривши справність цього приладу. Якщо килимів немає, проводиться миття підлоги з дезінфікуючими речовинами. Після миття підлоги насухо витираються, потім меблі розставляються по своїх місцях. При необхідності покоївка чистить пилососом м'які меблі.
- Проводять прибирання кухонного куточка. Наш персонал чистить плиту і мие холодильник, відтирає з кахлю жирні плями, протирає і провітрює ящики з кухонних меблів, мие і витирає підлоги, перевіряє наявність посуду за списком і мие брудний, якщо вона є. Така технологія збирання дозволяє позбутися навіть від незначних забруднень.

- Забирають санвузол. Покоївка мие дзеркала, туалетні приналежності та полички, раковину, душову кабінку, стіни, двері, унітаз і підлогу. Це робиться за допомогою чистячих і дезінфікуючих засобів. Після миття всі предмети інтер'єру витираються насухо. Потім обслуговуючий персонал розвішує чисті рушники і туалетний папір.

Покоївка завжди дотримується основних правил проведення робіт [18]:

- Дезінфікує інвентар і змінює воду після кожного номера.
- Мие руки перед дотиком до чистих предметів.
- Дезінфікує емність для сміття після її очищення.
- Самостійно вирішує питання з перенесенням сміття і брудної білизни з приміщень. Виконуючи прибирання приміщень, покоївки здають брудну білизну в білизняний, з якої воно відправляється в пральню. Вони виносять з номерів мішки зі сміттям і залишають їх в спеціальній емності в підсобному приміщенні.

Всі види прибирання, проведені в номерах готелю, здійснюються з обов'язковим використанням інвентарю з прибирання та необхідних витратних коштів. Технологічно доцільне використання інвентарю з прибирання та засобів, збереження і утримання їх в належному стані - важливі заходи в дотриманні норм санітарно-епідеміологічного режиму.

Генеральне прибирання всієї житлової площі проводиться не рідше одного разу на 10 днів. Генеральне прибирання здійснюється в період відсутності гостей в номері і зв'язується з вологим прибиранням, протиранням меблів, видаленням плям на підлозі, килимовому покритті, м'яких меблів, миттям санвузлів спеціальним розчином. Після прибирання номерів роботу покоївок перевіряє супервайзер. Будь-які зауваження щодо якості обслуговування покоївка обов'язково враховує в перспективі.

Свіже повітря, красиві пейзажі – все це прекрасне доповнення до вашого відпочинку в готелі-садиба «Хуторянка».

Гостям на вибір пропонується 2 види саун та душ-відро [14]:

- Фінська сауна/Температура: 80-100⁰С, вологість: 10-20%. Усуває наслідки втоми, очищує організм від токсинів і покращує циркуляцію крові.
- Римська парна /Температура: 40-50⁰С, вологість: 98%. Допомагає покращити загальний стан організму: зняти напруження м'язів, відновити енергію тіла.

Час роботи wellness-зони: 09:00-20:00

Час роботи саун: 12:00-20:00

В унікальній садибі не сумуватиме жоден гість, незалежно від пори року. У будь-який сезон є, чим розважатися. Навесні і влітку навколо все цвіте, зеленіє і пахне. Можна влаштовувати піші прогулянки, насолоджуючись красою Львова. А можна організувати пізнавальні екскурсії по місцевих визначних пам'ятках.

1.4 Організаційний дизайн

Щоб проєктований заклад дійсно працював у перспективу та був конкурентоспроможним необхідно визначити місію та ціль його діяльності. Місією готелю-садиби «Хуторянка» являється надання послуг високої якості із розміщення, а також широкого спектру додаткових послуг для задоволення потреб споживачів, що відповідає сучасним потребам ринку, а також підштовхує до отримання як винагороду за свою діяльність максимально можливого прибутку [19].

Розроблення концепцію діяльності проєктованого закладу, після того як вже була визначена його місія, перейдемо до визначення цілей закладу, на досягнення яких спрямована діяльність (Додаток Л).

Після визначення мети та цілей проєктованого закладу переходимо до розробки його організаційної структури управління. Організаційну структуру управління проєктованого закладу обрано лінійно-функціональну структуру управління, за такої структури управління над усіма підрозділами влади має

керівник, тобто в нашому випадку це директор підприємства. Розробляються певні повноваження та певні обов'язки, для персоналу, який підпорядковується лінійному керівнику.

Графічно зобразимо організаційну структуру управління проектом готелем-садибою Рис.14 Додаток Л.

Загалом функціональне управління готелем здійснюється підрозділами, які спеціалізуються на виконанні конкретних видів робіт, необхідних для прийняття рішень у системі лінійного управління [25].

В усіх управлінських підрозділах готелю використовується автократичний стиль управління, тобто всі розпорядження та рішення приймаються керівниками, та обов'язково повинні бути виконані без будь-яких протиріч з боку персоналу.

РОЗДІЛ 2. АРХІТЕКТУРА. ДИЗАЙН

2.1 Екстер'єр та інтер'єр

Об'ємно-планувальне рішення підприємства визначається функціональним призначенням підприємства і конструктивним рішенням будинку; містобудівними і природно- кліматичними факторами; архітектурно-художніми завданнями; технічними та економічними вимогами. Від функціонального призначення підприємства залежать склад приміщень, їх площа, взаємозв'язок і угруповання приміщень [25].

На основі ДБН В. 2.2-20.2008 було визначено перелік приміщень готелю-садиби «Хуторянка» та їх площі (Додаток М).

Для врахування площі коридорів та технічних приміщень визначають робочу площу готелю-садиби:

$$S_p = S_k * K_1$$

де S_k – корисна площа закладу;

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

$$S_p = 724 * 1,1 = 796$$

Для врахування площі яку займають конструктивні елементи будівлі (стіни, сходи, вентиляційні шахти, тощо) визначаємо загальну площу готелю:

$$S_{заг} = S_p * K_2,$$

де $S_{роб}$ – робоча площа закладу;

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

$$S_{заг} = 796 * 1,03 = 820$$

Структура функціональної схеми підприємства – з кутовим розміщенням торгівельної групи приміщень. Основні функціональні групи приміщень з'єднуються між собою коридорами. Завдяки раціональній планувальній структурі основні функціональні потоки у підприємстві (сировина, продукція,

відходи, персонал, відвідувачі, посуд брудний і чистий) не перетинаються. Розміри та площі основних планувальних елементів у запроєктованому підприємстві прийнято згідно з діючими нормами, що забезпечує ефективність проходження основних технологічних процесів [25].

Слід звернути увагу на те, що об'ємно-планувальне рішення будівель закладів ресторанного господарства розробляється з урахуванням певних принципів. Основними принципами є: відповідність конфігурації будівлі визначеній загальній схемі технологічного процесу з урахуванням типу і потужності закладу; відповідність розмірів і форми будівлі параметрам ділянки забудови; застосування прогресивних будівельних технологій та використання оригінальних уніфікованих будівельних конструкцій; відповідність будівлі, окремих її елементів визначеним санітарним, протипожежним, сейсмологічним нормам, вимогам безпеки життєдіяльності; забезпечення максимальних зручностей для відвідувачів та ефективної роботи для працівників; забезпечення застосування прогресивних методів і форм виробництва - централізації і концентрації, спеціалізації і комбінування; забезпечення раціональних функціональних взаємозв'язків між групами приміщень певного призначення, окремими приміщеннями.

Площа поверху будівлі (S_n) визначається за формулою [26]:

$$S_{нов} = \frac{S_{заг}}{n} = \frac{820}{2} = 410$$

де n - кількість поверхів.

Отже, проєктований готель-садиба буде 2 поверховим.

Об'ємно-планувальні і конструктивні рішення будівель повинні забезпечувати можливість організації різних форм обслуговування відвідувачів і впровадження прогресивної технології обслуговування.

Всі приміщення розміщені так, щоб площа їх була максимально раціонально використана [26].

Будівля орієнтована головним фасадом на південь, що забезпечує достатнє освітлення та інсоляцію торговельних приміщень. З північної сторони

до будівлі прилягає господарський двір. Схема під'їзду на господарський двір – кутова. Ширина проїжджої частини з твердим покриттям – 4,0 м. Ширина господарського двору - 30м, довжина – 77,5м. Це дозволяє розмістити на відстані, обумовленій санітарними нормами, контейнери для сміття з урахуванням напрямку переважаючих вітрів. Крім того на господарському подвір'ї передбачено розміщення навісу для тари також передбачено разворотний майданчик для автотранспорту. Навколо будівлі запроектовано влаштування вимощення з асфальту шириною 0,8 м для відведення атмосферних вод від фундаментів. По периметру господарський двір має огорожу [26].

2.2. Архітектурні рішення. Характеристика території

Гармонійне поєднання функціонального, конструктивного і естетичного чинників дає в результаті не просто будівлю, а витвір архітектури.

Імідж готелю – поняття складне і багатогранне, він стає результатом втілення в життя концепції готелю, тієї ідеї, яка лягає в основу його створення. Можна сказати, що позитивний імідж з'являється при гармонійній єдності форми і змісту. При цьому архітектурне вирішення готелю є формою, а робота сервісних служб – змістом [25].

Архітектура готелю або готельного комплексу – поняття складне і багатогранне, таке, що включає зовнішній вигляд будівель, їх внутрішнє планування, ландшафтну організацію території і внутрішнє вбрання приміщень. Кожна складова важлива і самостійна, але тільки в комплексі, з'єднуючись в одне гармонійне ціле, вони стають закінченим художнім чином, відповідним загальній ідеї готелю.

Роль архітектури у формуванні іміджу готелів незвичайно важлива. Виразна архітектурна зовнішність стає тим візуальним чинником, який справляє найперше і сильне враження на клієнта.

Використання традиційних для даної місцевості планувальних прийомів і будівельних матеріалів (дерев'яні колоди) у поєднанні з несподіваними новаторськими ідеями забезпечують готелю-садибі такий привабливий для туристів національний колорит Львову. Застосування в декорі і оформленні інтер'єру специфічних деталей – завершує формування цілісного і яскравого художнього образу готелю-садиби «Хуторянка», що запам'ятовується гостеві на емоційному рівні [25].

Також в готелі будуть використовувати ліфт. Готельний ліфт зобов'язаний бути прикрасою комплексу, так як, постояльці і гості постійно пересуваються з поверху на поверх. Отже, до цього типу ліфтових установок пред'являються такі вимоги: безвідмовна робота ліфта 24/7; стильний дизайн кабіни ліфта; комфортні умови перевезення відвідувачів; звукоізоляція; розмір кабіни, що дозволяє перевозити людей з обмеженими можливостями.

Окрім цього величезне значення має раціональна функціональна організація простору готелю-садибі – розділення його на гостьову і службову зони і забезпечення зручного зв'язку між ними, а також сучасне інженерне устаткування. Таким чином, ще на стадії проектування, а потім і будівництва формуються основи сприятливого іміджу підприємства і закладається база для його процвітання [26].

Для прийняття рішень щодо розміщення готелю-садиби на земельній ділянці, конфігурації будівлі необхідно розрахувати площу ділянки під будівництво [25]:

$$S_d = n_3 N = 40 \cdot 40 = 1600$$

де S_d – площа ділянки під будівництво, м²;

n_3 – норматив площі земельної ділянки, м²/місце;

N – кількість місць у закладі, місць.

Площа озеленення становить:

$$S_{oz} = S_d \cdot 0,4 = 1600 \cdot 0,4 = 640$$

Кількість місць на автостоянці біля садиби становить 25% від загальної кількості номерів, тобто становить 10 місць.

2.3. Дизайнерське рішення

Зовнішній дизайн готелю-садиби грає вирішальну роль. Це дозволяє власнику не тільки справити перше враження на гостей, але поліпшити красу їх навколишньої території. Привабливість фасаду будинку є найважливішим фактором, який впливає на гостей будинку (Додаток Н).

Готель-садиба, як і багато місцевих будівель, відрізняється характерними рисами, притаманними тірольському стилю. Це відмінне місце для відпочинку під час зимових або літніх канікул, свят, вихідних і відпусток. Єдність з природою, чудові види і чисте повітря сприяють релаксації і умиротворення [26].

Для внутрішнього оформлення характерна природна колірна гамма з переважанням сірих відтінків, які найкращим чином гармоніюють з натуральним деревом і каменем (Рис. 1 Додаток Н).

Камін в вестибюльній зоні, а також ванні кімнати облицьовані рівною красивою плиткою. Для стелі і стін основним декором стали масивні колоди і широкі нефарбовані дошки, що зберегли природний вигляд.

Родзинка інтер'єру - це стильні аксесуари, в тому числі шкури тварин, оригінальні люстри і бра з оленячих рогів, в'язані і хутряні пледи, покривала і так далі. Все це створює неповторне відчуття, немов ви перебуваєте в мисливській хатині або будиночку часів золотошукачів. Додайте до цього всі зручності сучасного світу, і ви отримаєте ідеальне місце для відпочинку (Рис 2 Додаток Н).

Для гостей, які прибули поодиноці або парами, і для великих компаній передбачені різні типи кімнат. В інших кожна кімната об'єднує кілька спальних місць (Рис. 3-5 Додаток Н).

Безумовно, туристи і відвідувачі садиби «Хуторянка» в Львові їдуть сюди за розкішними видами і дивовижною природою. Щоб врахувати це побажання, садиба обладнали великими вікнами, які дарують гостям не тільки велика кількість світла, але і чудові пейзажі (Рис 6-7 Додаток Н).

РОЗДІЛ 3. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ

3.1. Цінова політика. Фінансові результати проект

Враховуючи важливість володіння інформацією про готельний ринок, пропонують створення загальноміської моніторингової системи – системи взаємного інформування, що дає змогу аналізувати інтерактивні відносини між готелем, конкурентами, ринком, завдяки чому готельне підприємство постійно може знати дійсну ціну, за якою надавати послуги і добре орієнтуватись на ринку[31].

Основними видами діяльності проектованого готелю «Хуторянка» є:

- надання послуг з тимчасового розміщення;
- надання та організація послуг харчування;
- надання додаткових послуг.

Плановий обсяг реалізації послуг з тимчасового розміщення готелю-садиби «Хуторянка» на 50 місць розраховуємо у табл 3.1 [31].

Таблиця 3.1

Плановий обсяг реалізації послуг з тимчасового розміщення готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік (людино-діб)

Категорії і місткість номерів	Кількість номерів	Кількість місць	Кількість днів експлуатації номерів			Коефіцієнт завантаженості номерного фонду по сезонах			Обсяг реалізації послуг ($Q_{пл}$), людино-діб			
			між-сезон-ня	висо-кий сезон	сезон	між-сезон-ня	висо-кий сезон	сезон	між-сезон-ня	висо-кий сезон	сезон	разом
Номер – 1 категорії	14	28	120	125	120	0,6	0,8	0,7	2016	2800	2352	7168
Напівлюкс	2	4	120	125	120	0,6	0,8	0,7	288	400	336	1024
Дуплекс	2	4	120	125	120	0,6	0,8	0,7	288	400	336	1024
Апартамен	2	4	120	125	120	0,6	0,8	0,7	288	400	336	1024
Разом	20	40	12014	125	120				2880	4000	3360	10240

Планова пропускна спроможність закладів ресторанного господарства (обумовлюється плановою пропускною спроможністю номерного фонду хостелу), а також плановою оборотністю місця в торговельному залі в

залежності від платоспроможного попиту місцевого населення в регіоні його функціонування [31].

При плануванні обсягу реалізації послуг харчування у закладі ресторанного господарства при хостелі приймаємо за умову обов'язковості організації сніданків для гостей готелю за типом шведського столу, іншу частину виробничої програми закладу ресторанного господарства складає обсяг виробництва страв за вільним вибором (табл.3.2).

Таблиця 3.2

Планування кількості замовлення послуг закладу ресторанного господарства при готелі-садиби «Хуторянка»

Показники	Міжсезоння	Високий сезон	Сезон	Разом за рік
1. Обсяг реалізації послуг хостелу, людино-дні	2880	4000	3360	10240
2. Планова структура замовлень послуг закладу ресторанного господарства, %				
2.1. Сніданки	100	100	100	
2.2. Меню вільного вибору	85	90	85	
3. Планова кількість замовлених послуг закладу ресторанного господарства				
3.1. Сніданки	2880	4000	3360	10240
3.2. Меню вільного вибору	2448	3400	2933	8781

Доходи. Витрати. Податки. Прибутки

Доходи підприємства готельного господарства утворюються в результаті здійснення господарських операцій. Доходи від операційної діяльності готелі-садиби «Хуторянка» за джерелами походження поділяють [31]:

- ✓ дохід від продажу номерів/місць;
- ✓ дохід закладів ресторанного господарства/товарооборот;
- ✓ інші операційні доходи.

Ціни на послуги з тимчасового розміщення визначаються за результатом дослідження цін на аналогічні номери у готелях відповідного типу та категорії по сезонах року. Розрахунок планового доходу від реалізації послуг з тимчасового розміщення гостей у готелі-садиби «Хуторянка» наводимо у табл. 3.3 [31].

Плановий дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення гостей

Категорія і місткість номерів	Плановий обсяг реалізації послуг (Опл), людино/дів				Ціна за місце (номер) за добу, грн			Дохід (виручка) від реалізації послуг, тис. грн			
	міжсезоння	високий сезон	сезон	ра-зом	міжсезоння	високий сезон	сезон	міжсезоння	високий сезон	сезон	разом
Номер – 1 категорії	2016	2800	2352	7168	950	1045	1000	1915,2	2926	2352	7193,2
Напівлюкс	288	400	336	1024	1400	1540	1470	403,2	616	493,92	1513,12
Дуплекс	288	400	336	1024	1900	2090	1990	547,2	836	668,64	2051,84
Апартамен	288	400	336	1024	2800	3080	2940	806,4	1232	987,84	3026,24
Разом	2880	4000	3360	10240	-	-	-	3672	5610	4502,4	13784,4

Товарообіг закладу ресторанного господарства складається з двох складових: реалізація продукції власного виробництва та продаж закупних товарів.

Розрахунок обсягу доходів від реалізації продукції та послуг закладу ресторанного господарства при готелі проводиться у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Обсяг доходів від реалізації продукції та послуг закладу ресторанного господарства при готелі-садиби «Хуторянка» на 2022 рік

Показники	Міжсезоння	Високий сезон	Сезон	Разом
1. Планова кількість замовлених послуг харчування ЗРГ, од.:				
1.1. Сніданки	2880	4000	3360	10240
1.2. Меню вільного вибору	2448	3400	2933	8781
2. Планова ціна послуг харчування ЗРГ, грн:				
2.1. Сніданки	200	200	200	
2.2. Меню вільного вибору	350	350	350	
3. Доходи від реалізації продукції та послуг харчування ЗРГ, тис. грн:				
3.1. Сніданки	576	800	672	2048
3.2. Меню вільного вибору	856,8	1190	1026,55	3073,35
Разом доходи від реалізації послуг харчування ЗРГ, тис. грн.	1432,8	1990	1698,55	5121,35

Планування обсягу операційних доходів готелю-садиби «Хуторянка» розраховуємо в таблиці 3.5 [31].

Планування обсягу операційних доходів готелю-садиби «Хуторянка» на 2021 рік

Види доходів	Міжсезоння	Високий сезон	Сезон	Разом
1. Дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення, тис. грн	3672	5610	4502,4	13784,4
2. Дохід від реалізації послуг харчування ЗРГ, тис. грн	1432,8	1990	1698,55	5121,35
Разом: основні операційні доходи готелю, тис. грн	5104,8	7600	6200,95	18905,8
3. Інші операційні доходи, ти. грн	233,6	354,2	281,7	869,5
Разом: операційні доходи готелю, тис. грн	5338,4	7954,2	6482,65	19775,3

Обсяг операційних доходів хостелі готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік складає 19775,3 тис. грн.

Основні засоби

Далі розраховуємо обсяги та структуру основних засобів готелю-садиби «Хуторянка». Нарахування амортизації нематеріальних активів здійснюється із застосуванням методів, визначених у статті 145 Податкового Кодексу України.

На основі планових показників складу, структури та первісної вартості основних засобів розраховано суму амортизації основних засобів, яку нараховують на наявні необоротні активи в перший рік створення готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік (табл. 3.6). У Додатку О наведено загальну вартість будівництва хостелу [31].

Таблиця 3.6

Амортизація за видами основних засобів готелю-садиби «Хуторянка»

Групи	Первісна вартість, тис. грн.	Термін корисного використання, роки	Річна сума амортизації основних засобів, тис. грн.
1. Будівлі	40721,28	30	1357,38
2. Машини, обладнання, транспортні засоби, меблі	826,0	5	165,20
3. Інші	367,5	4	91,88
Разом	41914,78		1614,46

Оплата праці

Діапазон посадових окладів працівників хостелу передбачений Єдиною тарифною сіткою оплати праці. Механізм матеріального стимулювання працівників готельного господарства діє через форми і системи оплати праці, які використовуються для різних категорій працівників готелю, а також через систему компенсаційних доплат та стимулюючих надбавок до посадових окладів, передбачених Законом України «Про оплату праці». Чисельність покоївок готелю-садиби «Хуторянка» розраховуємо у табл. 3.7 [31].

Таблиця 3.7

Розрахунок чисельності покоївок готелю-садиби «Хуторянка»

Категорія і місткість номерів	Одночасна місткість номерів	Норма обслуговування номерів у першу зміну	Явочна чисельність покоївок			Середньо-облікова чисельність покоївок
			у першу зміну	у другу та третю зміни	на добу	
Номер – 1 категорії	14	8	2,1			
Напівлюкс	2	7	0,3			
Дуплекс	2	7	0,3			
Апартамен	2	7	0,3			
Разом	20		3,0	2	5,0	5

Планування фонду заробітної плати працівників готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік розраховано та наведено у Рис.1 Додаток О [4]. Необхідна кількість персоналу склала 22 особи, плановий фонд оплати праці хостелу при цьому становить 192500 грн.

Для розрахунку планового обсягу преміального фонду визначається рівень премій та база їх нарахування (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Преміальна частина фонду оплати праці готелю-садиби «Хуторянка»

Групи працівників	Плановий розмір основної заробітної плати, грн.	Плановий розмір премій на рік у розрахунку до основної заробітної плати	
		%	тис.грн.
Адміністративно-управлінський персонал	56600	20	11320
Основний персонал	135900	30	40770
Разом	192500		52090

Плановий фонд оплати праці готелю-садиби «Хуторянка» передбачає визначення річних витрат на оплату праці всіх категорій працівників за штатним розписом (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

Фонд оплати праці готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік

Показники	Фонд заробітної плати, тис.грн.
Місячний фонд основної заробітної плати	192,5
Місячний фонд додаткової заробітної плати	52,09
Разом місячний фонд оплати праці	244,59
Річний фонд основної заробітної плати	2310,0
Річний фонд додаткової заробітної плати	625,08
Разом річний фонд оплати праці	2935,08

У табл. 3.10 проводимо узагальнення попередніх розрахунків чисельності працівників, фонду оплати праці структуру фонду оплати праці готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік [31].

Таблиця 3.10

План з праці готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік

Показники	У розрахунку на 2022 рік
Планова чисельність працівників, усього	22
• у т.ч. адміністративно-управлінський персонал, осіб	4
• основний операційний персонал, осіб	18
Фонд основної заробітної плати, тис. грн.	2375,02
• у т.ч. адміністративно-управлінський персонал, тис.грн.	679,2
• основний операційний персонал, тис.грн.	1630,8
Фонд додаткової заробітної плати	625,08
Загальний фонд оплати праці, усього, тис.грн.	2935,08
Структура фонду оплати праці:	
• основна заробітна плата, %	78,7
• додаткова заробітна плата, %	21,3

Фонд оплати праці проектного готелю-садиби «Хуторянка» становить 3000,1 тис. грн.

Витрати

В план поточних витрат хостелу включають всі види витрат, спрямованих на створення умов для тимчасового проживання гостей та наданням їм усіх складових основних і додаткових послуг. При проектуванні було враховано, що готель здійснює виключно операційні витрати, без використання кредитних

коштів. Поточні витрати проектного готелю згруповані за калькуляційними статтями [31]:

Стаття 1. Обґрунтування вартості придбання сировини, напівфабрикатів, витрачених на виробництво продукції; закупівельних товарів, що були реалізовані закладом ресторанного господарства готелю. Планування витрат на закупівлю сировини, продуктів, закупівельних товарів закладу ресторанного господарства при готелі на 2022 рік становить 3004,4 тис. грн. (Рис. 2 Додаток О).

Стаття 2. Витрати на оплату праці. Витрати на оплату праці готелю склали 3000,1 тис. грн.

Стаття 3. Відрахування на соціальні заходи та медичне страхування - ставка єдиного соціального внеску становить 22% від загального фонду оплати праці - 645,72 тис. грн. та військовий збір 1,5% - 44,03 ти. грн [31].

Стаття 4. Амортизаційні відрахування розраховані у таблиці 3.6 та становлять 1985,81 тис.грн.

Стаття 5. Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів, малоцінних необоротних матеріальних активів в тому числі на опалення приміщень, на електроенергію, на водопостачання та каналізацію. Планування поточних витрат на експлуатацію готелю здійснюємо у таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

Витрати на ресурсне забезпечення готелю-садиби «Хуторянка»

Види витрат	Показники	Обсяг витрат у натуральних показниках	Тарифи за умовну одиницю, грн.	Поточні витрати за рік, тис. грн.
Електроенергії	кВт	40132	3,10	124,41
Опалення	Гкал	291	1815,0	528,16
Гаряча вода	м ³	6752	26,72	180,4
Холодна вода	м ³	2437	95,12	231,8
Ремонтні відрахування*				194,9
Разом				1222,97

* Відрахування до ремонтного фонду у обсязі 0,9% доходу від реалізації послуг готелю

Стаття 6. Вартість витрачених малоцінних, швидкозношуваних предметів. Розрахунок суми зносу спеціального одягу персоналу у готелі-садиби «Хуторянка» проводимо у таблиці 3.12.

Таблиця 3.12

Сума зносу спеціального одягу персоналу у готелі-садиби «Хуторянка»

Група робітників	Кількість робітників за штатним розкладом, осіб	Норма видачі санітарного та спеціального одягу на 1 людину на рік	Вартість одиниці комплекту одягу, грн.	Сума зносу, тис. грн.
Адміністративний персонал	4	1	1900	7,6
Оперативно-виробничий персонал	18	2	1200	43,2
Разом				50,8

Розрахунок суми зносу інвентаря, що належить до малоцінних та швидкозношуваних предметів готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік проводимо у таблиці 3.13.

Таблиця 3.13

Сума зносу інвентаря, що належить до малоцінних та швидкозношуваних предметів готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік

Предмети столової білизни, посуду, наборів	Кількість місць у закладі	Норма оснащення на одне місце	Об'ємний показник, од.	Вартість одиниці, грн.	Сума зносу, тис. грн.
Постільна білизна	40	2	80	1151,25	92,1

Продовження таблиці 3.13

Рушники 70*140	40	2	80	240	19,2
Рушники 50*90	40	4	160	120	19,2
Порцеляновий та фарфоровий посуд	40	4	160	44	7,04
Столові набори	40	2	80	30	2,4
Скляний посуд	40	3	120	49	58,80
Металеві набори	40	2	80	30	2,4
Столова білизна	40	2	80	260	20,8
Разом					221,94

Загальні витрати по статті 6: 251,84 тис. грн.

Стаття 7 Витрати на оренду основних засобів, інших необоротних активів не плануються.

Стаття 8. Податки, збори, інші передбачені законодавством обов'язкові платежі: витрати хостелу за даною статтею на рік становлять 83,66 тис. грн.

Стаття 9. Витрати на транспортування не передбачаємо.

Стаття 10. Витрати на охорону визначаємо в обсязі 0,06% доходу хостелу: 9,77 тис. грн.

Стаття 11. Витрати матеріалів об'єктів оздоровчо-рекреаційного призначення не передбачаємо.

Стаття 12. Інші адміністративно-управлінські витрати не плануємо.

Стаття 13. Інші поточні витрати: витрати на рекламу та маркетингові дослідження; витрати на страхування майна; витрати від знецінення запасів; поштово-телефонні витрати, витрати на тару умовно визначаємо у обсязі 10% від поточних витрат готелю: 375,1 тис. грн.

Стаття 14. Фінансові витрати не передбачаємо, оскільки готель не планує залучати банківську допомогу, у вигляді кредитних коштів.

Зведений кошторис операційних витрат готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік склав 10335,45 тис. грн. (табл. 3.14).

Таблиця 3.14

Зведений кошторис операційних витрат готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік

Калькуляційна статті витрат	Поточні витрати, тис. грн.	Витрати умовно-змінні (ЗВ) та умовно-постійні (ПВ)
<i>Стаття 1</i> Собівартість продукції власного виробництва та покупних товарів ЗРГ готелю	3004,4	ЗВ
<i>Стаття 2</i> Витрати на оплату праці	3000,1	ЗВ
<i>Стаття 3</i> Відрахування на соціальні заходи та медичне страхування	689,75	ЗВ
<i>Стаття 4</i> Амортизаційні відрахування	1640,26	ПВ
<i>Стаття 5</i> Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів, малоцінних необоротних матеріальних активів	1259,67	ЗВ
<i>Стаття 6</i> Вартість витрачених малоцінних, швидкозношуваних предметів	272,74	ПВ
<i>Стаття 7</i> Витрати на оренду основних засобів, інших необоротних активів	-	ПВ
<i>Стаття 8</i> Податки, збори, інші передбачені законодавством обов'язкові платежі	83,66	ПВ
<i>Стаття 9</i> Витрати на транспортування	-	ЗВ

Калькуляційна статті витрат	Поточні витрати, тис. грн.	Витрати умовно-змінні (ЗВ) та умовно-постійні (ПВ)
Стаття 10 Витрати на охорону	9,77	ПВ
Стаття 11 Витрати матеріалів об'єктів рекреаційного призначення	-	ЗВ
Стаття 12 Інші адміністративно-управлінські витрати	-	ЗВ
Стаття 13 Інші поточні витрати діяльності	375,1	ПВ
Стаття 14 Фінансові витрати	-	ПВ
Разом поточні витрати, у т. ч.	10335,45	
умовно-змінні	7949,92	
умовно-постійні	2381,53	

Прибуток

Ключовими елементами аналізу відповідності «витрати-доходи-прибуток» є маржинальний прибуток. Маржинальний прибуток повинен бути достатнім для фінансування постійних витрат та утворення чистого прибутку.

Точка беззбитковості, або поріг рентабельності характеризує обсяг доходів готелю, достатній для фінансування сукупних поточних витрат діяльності та досягнення умов самоокупності [31].

Розрахунки планового маржинального прибутку готелю-садиби «Хуторянка» проводимо у таблиці 3.15.

Таблиця 3.15

Планування маржинального прибутку готелю-садиби «Хуторянка» на плановий рік

Показник	Значення, тис. грн
1. Доходи операційної діяльності, у тому числі:	47952,4
1.1. Дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення	34743
1.2. Дохід від реалізації послуг харчування ЗРГ	12339,9
1.3. Інші операційні доходи	869,5
2. Податок на додану вартість	3295,88
3. Чистий дохід	16479,37
4. Умовно-змінні витрати, у тому числі:	7852,20
4.1. Собівартість продукції ЗРГ	3004,4
4.2. Інші змінні витрати	4847,8
5. Маржинальний прибуток	8627,17
6. Постійні витрати	2302,33
7. Прибуток (збиток)	6324,84

З таблиці 3.15 бачимо, що отримані розрахунки запланованих обсягів доходів і витрат говорять про значні обсяги витрат, закладені у проектування майбутнього готелю-садиби «Хуторянка» [31].

Для проектного готелю-садиби «Хуторянка» єдиним джерелом отримання прибутку є операційна діяльність. У табл. 3.16 розраховуємо основні результати діяльності готелю-садиби «Хуторянка» на плановий рік. Податок на прибуток встановлено на рівні 18%.

Таблиця 3.16

Основні результати діяльності готелю-садиби «Хуторянка» на 2022 рік

№ пор.	Стаття	Значення, тис. грн
1	Доходи від операційної діяльності	47952,4
2	Умовно-змінні витрати	7949,92
3	Умовно-постійні витрати	2381,92
4	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	10331,84
5	Податок на прибуток	2442,84
6	Чистий прибуток можливий	7889,0
7	Рентабельність операційної діяльності, %	16,4
8	Чистий прибуток цільовий (10%)	7800,0
9	Чистий прибуток плановий	7889,0

З таблиці 3.16 бачимо, що можливий прибуток більший за цільовий, це свідчить, що розроблені параметри проекту дозволяють отримати та перевищити цільові установки. Отже, можливий прибуток приймається як остаточний плановий показник.

3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту

Оцінка ефективності інвестиційного проекту та окупності капітальних витрат потребує розрахунку основних показників діяльності хостелу упродовж наступних десяти років. Розрахунок планового доходу від операційної діяльності виконується на основі запланованих темпів його зростання.

Для хостелу темп зростання доходів операційної діяльності упродовж років планується в обсязі 7% річних. Планові змінні витрати розраховуються

через їх рівень у доходах від операційної діяльності (для хостелу приймаємо на весь плановий період - 62%). Планові постійні витрати (2302,33 тис. грн.) визначаємо як сталу величину. Розмір амортизаційних відрахувань на плановий період приймається як величина, що дорівнює розміру амортизації у попередній рік експлуатації об'єкта – 1614,46 тис. грн. Планові показники діяльності проектного готелю-садиби «Хуторянка» на перші десять років діяльності розраховуємо у таблиці 3.17 [31].

Таблиця 3.17

**Основні результати діяльності готелю-садиби «Хуторянка»
на перші десять років**

Роки	Чистий дохід від реалізації продукції		Змінні витрати		Постійні витрати, тис. грн	Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн	Чистий прибуток, тис. грн
	Тис. грн.	Середньорічні темпи зростання, %	Тис. грн	Рівень змінних витрат, %			
1-й	16479,37	7	7852,2	59	2302,33	6324,84	5186,37
2-й	17632,93	7	8401,85	59	2302,33	6928,74	5681,57
3-й	18867,23	7	8989,98	59	2302,33	7574,92	6211,43
4-й	20187,94	7	9619,28	59	2302,33	8266,32	6778,39
5-й	21601,09	7	10292,6	59	2302,33	9006,13	7385,03
6-й	23113,17	7	11013,1	59	2302,33	9797,72	8034,13
7-й	24731,09	7	11784	59	2302,33	10644,7	8728,68
8-й	26462,27	7	12608,9	59	2302,33	11551	9471,84
9-й	28314,63	7	13491,5	59	2302,33	12520,8	10267,02
10-й	30296,65	7	14435,9	59	2302,33	13558,4	11117,86
Разом	227686,36		108490	590	23023,3	96173,5	78862,31

Основні показники оцінки ефективності реальних інвестиційних проектів:

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

Розрахунок чистого приведенного доходу по розробленому інвестиційному проекту представлено в таблиці 3.18.

Припущено, що рівень інфляції становить 3% річних, тому дисконтна ставка становить у середньому 1,03 %.

Оцінка чистого приведеного доходу за інвестиційним проектом готелю-садиби «Хуторянка»

Роки	Капітальні інвестиційні витрати за проектом, тис. грн.	Чистий прибуток по проекту по роках, та амортизаційні відрахування, тис.грн.	Кумулятивний грошовий потік за проектом, тис. грн.	Дисконтований грошовий потік за проектом, тис. грн.	Чистий приведений дохід, тис. грн.
1-й	41914,78	6800,83	6800,83	5231,41	
2-й		7296,03	14096,86	10843,74	
3-й		7825,89	21922,75	16863,65	
4-й		8392,85	30315,60	23319,69	
5-й		8999,49	39315,08	30242,37	
6-й		9648,59	48963,67	37664,37	
7-й		10343,14	59306,81	45620,62	
8-й		11086,30	70393,11	54148,54	
9-й		11881,48	82274,58	63288,14	
10-й		12732,32	95006,90	73082,24	
Разом	41914,78	95006,9		73082,24	31167,46

Індекс дохідності дозволяє зіставити обсяги інвестиційних витрат з майбутнім дисконтованим грошовим потоком за проектом (формула 3.16) [31]:

$$ID = 73082,24/41914,78 = 1,74$$

Індекс дохідності дорівнює 1, що свідчить про можливість реалізації розробленого інвестиційного проекту.

Індекс рентабельності у процесі оцінки ефективності інвестиційного проекту відіграє допоміжну роль та розраховується за формулою 3.17 [31]. Середньорічний прибуток без амортизації - 128108,6 тис. грн. за період експлуатації проекту розраховується таким чином:

$$ЧП = 78\ 862,31/10 = 7\ 886,23 \text{ тис. грн.}$$

Індекс рентабельності інвестиційного проекту:

$$IP = 7\ 886,23/41914,78 * 100 = 18,8\%$$

Рівень рентабельності інвестиційного проекту дорівнює 18,8%.

Дисконтований показник періоду окупності проекту визначається за формулою 3.19 [31]:

$$\sum_{t=1}^n \frac{ЧП}{(1+i)^t} = 73082,24/10 = 7308,22 \text{ тис. грн.}$$

Період окупності є один з найбільш розповсюджених показників оцінки ефективності інвестиційного проекту, розраховується за формулою [31]:

$$ПО=41914,78/(73082,24/10)= 6,7 \text{ років}$$

Таблиця 3.19

Ризики, пов'язані з реалізацією проекту готелю-садиби «Хуторянка»

Ризик	Імовірність	Рівень впливу	Заходи щодо запобігання
Вихід з ладу обладнання	Середня	Середня	1. Проведення поточного обслуговування обладнання 2. Формування партнерських відносин з харчовими виробництвами, яким можна передати виробництво на аутсорсинг в разі критичної ситуації
Помилки виробничого персоналу	Середня	Висока	1. Проведення постійного моніторингу якості виробленої продукції 2. Отримання зворотного зв'язку від клієнтів 3. Періодичне підвищення кваліфікації персоналу (навчання)
Падіння попиту на послуги готелю внаслідок погіршення економічної ситуації	Низка	Середня	1. Підвищення активності обробки ринку відділом продажів 2. Зниження витрат за рахунок передачі ряду бізнес-процесів на аутсорсинг (аж до виробничих)
Вихід на ринок нових гравців / посилення конкуренції	Середня	Низка	1. Формування лояльних клієнтів 2. Введення нових продуктів

Період окупності інвестиційного проекту готелю-садиби «Хуторянка» на 40 місць становить 6,7 років, що свідчить про зважені обсяги доходів та обсяги капітальних і поточних витрат. Розроблений проект дозволяє створити конкурентоспроможний заклад та може бути прийнятий до впровадження.

ВИСНОВКИ

За проведеними дослідженнями можемо зробити певні висновки.

З'ясували, що на сьогодні Львів є привабливим містом для туристів, які захоплюються його історією, пам'ятками архітектури і культури. Можливості дальшого освоєння туристичного потенціалу міста далеко не вичерпані. Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновки, що є доцільним будівництво підприємства готельного господарства.

Для готелю-садиби було обрано територію в Пустомитовському районі міста. Визначили, що даний готель-садиба буде користуватись популярністю серед туристів, адже має великі переваги порівняно з конкурентами, та розташований в географічно пріоритетному місці.

Проаналізували, що за три останні роки у місті з'явилося 15 нових готелів, а номерний фонд зріс на 502 номери відповідно. Однак, лише у 4 нових готелів номерний фонд налічує понад 50 одиниць: «Гелікон» (55), Ibis (77), Rius (52) і Taurus (93). Найбільше нових готелів з'явилося в категоріях budget, economy і midscale. Найвищий приріст номерного фонду спостерігався в готелях категорій economy, midscale і upper midscale (по 186 одиниць в перших двох категоріях і 135 одиниць в останній). У категорії budget, незважаючи на появу 4 нових об'єктів, номерний фонд зменшився на 5 одиниць внаслідок припинення функціонування готелю «Власта» на 150 номерів.

Дослідили, що загалом у Львівській області станом на 2019 р. нараховувалося більше 1000 садиб. Проте за офіційною статистикою зареєстрованих садиб станом на 2019 р. становила лише 14 одиниць. Найкращим рівнем обслуговування та облаштованістю садиб для прийому туристів характеризуються гірські курорти Славське, Коростів, Сколе, Розлуч, Східниця, де кількість туристів за рік коливається від кількох десятків до кількох сотень, з тривалістю перебування від 2-3 днів до двох тижнів.

Згідно з результатами проведеного аналізу конкурентоспроможності готелів проектованій садибі необхідно спрямовувати свою діяльність на

високоякісне обслуговування споживачів, надання додаткових послуг, які покращать проживання у готелі.

За результатами аналізу вважаємо, що найефективнішими заходами для львівського готельного бізнесу буде проектування нового готелю-садиби на 40 місць. Проект, що пропонується до реалізації, відповідатиме критеріям інноваційності, затребуваності на ринку послуг, наявності цільової групи споживачів, окупності та можливості залучення необхідного капіталу.

Садиба пропонує своїм гостям по-справжньому просторе і в той же час затишне і домашнє житло. Готель-садиба «Хуторянка» - це великий будинок, в якому дуже затишно і комфортно відпочивати від тісних і зашторених готельних номерів. Готель-садиба «Хуторянка» позбавляє своїх гостей від неминучого і часом некоректно нав'язливого сервісу: тільки комфорт, свобода і тиша.

Готель-садиба «Хуторянка» працюватиме в безперервному режимі обслуговування, а отже, до нього висуваються високі санітарно-гігієнічні вимоги. Готель постійно повинен бути чистим, так само, як і прилегла до нього територія. Це вимагає величезної повсякденної праці персоналу готелю з прибирання території, подвір'я, житлових і адміністративно-господарських приміщень. Тому важливо організовувати і проводити роботи з благоустрою і прибирання, забезпечення чистоти в готелі-садибі.

Розраховано операційні доходи готелю-садиба «Хуторянка» на плановий рік, які становлять 16479,37 тис.грн. Розроблено штатний розпис готелю-садиба «Хуторянка», кількість персоналу склала 22 особи. Розраховано чистий прибуток готелю-садиба «Хуторянка» на перший рік функціонування, який склав 5186,37 тис. грн., рентабельність при цьому становить 18,8%. Обґрунтовано період окупності інвестиційного проекту готелю-садиба «Хуторянка» склав 6,7 років.

Проект є економічно обґрунтованим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко М. Г. Організація готельного господарства : підручник / М. Г. Бойко, Л.М. Гопкало. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 448 с.
2. Вострікова А. В. Малі засоби розміщення: зарубіжний досвід для України //Географія та туризм. – 2015. – №. 25. – С. 59-66.
3. Ганич Н. Готельне господарство львівської області: сучасний стан та шляхи оптимізації розвитку. Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2015. Випуск 29. Ч.1.С. 24-30.
4. Герасименко В. Г. Інтернет як засіб просування туристичних послуг.
URL: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/4336/1/41%20-%2046.pdf>.
5. Гірняк Л.І., Мосінг М.-Т.В. Розвиток готельного господарства у Львові: тенденції та перспективи. Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг: матеріали V міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 7 грудня 2017 р. Львів, 2017. С. 297-299
6. Головне управління статистики у Львівській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://lv.ukrstat.gov.ua/>
7. Горіна Г. О., Горина А. А. Діагностика інфраструктури регіональних ринків готельних послуг України //Ефективна економіка. – 2019. – №. 11.
8. Організація готельного господарства : навч. посібник / О.М. Головка, Н. С. Кампов, С.С. Махлинець, Г. В. Симочко. – К. : Кондор, 2011. – 410 с.
9. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» (чинний від 01.07.2004).
10. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» (чинний від 01.07.2004).
11. Довгаль Г. Сучасні тенденції розвитку світового готельного бізнесу / Г. Довгаль, Н. Данько // Сучасні тенденції розвитку світового готельного бізнесу – Харків, 2019. – №5. 190–196.

12. Коркуна О. І., Кулик О. М. Перспективи розвитку готельного господарства в Україні // Економічна система країни в контексті міжнародного співробітництва: стан та. – 2019. – С. 59.
13. Корчинська О.О. Оцінка стану підприємництва у сфері сільського зеленого туризму в Україні // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2015. – №. 10. – С. 139-143.
14. Концептуальні готелі України / URL : <http://fgritb.knukim.edu.ua/https://www.booking.com/>
15. Корж Н.В. Л36 Готельна справа: Навчальний посібник / І. В. Левицька, Н.В.Онищук – К.:Київ.нац.торг.-екон.ун-т., Вінниця, ПП «ГД«Едельвейс і К» 2015. – 580 с.
16. Курінна А. І. Архітектурно-планувальні характеристики екстер'єрів і інтер'єрів в дизайнерському проектуванні готелів // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. – 2015. – №. 1. – С. 39-42.
17. Лесик І. Порівняльна характеристика сучасного стану готельних підприємств в розрізі адміністративних районів львівської області // Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». – 2019 - №. 45.
18. Іванова Л.А., Страхова Т.В., Іваненко Є.В. Дизайн в готельно-ресторанному бізнесі (І частина): навчальний посібник/за редакцією Л.О. Іванової/ Одеська нац.. академія харчових технологій, 2021. – 196 с.
19. Мазур А. В., Бутенко Л. Ю. Аналіз стану розвитку готельного господарства та туристичного потенціалу Львівської області // Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка–2018»/ХХ Всеукраїнська наукова конференція молодих учених. – 2018. – С. 142-143.
20. Мальська М. П., Гаталяк О. М. Туризм Львівської міської агломерації /М. П. Мальська, О. М. Гаталяк // Матеріали Міжнародної науковопрактичної

- Интернет-конференції «Економіка міста та урбаністика». — Київ, 2018. — с.152-154.
21. Мальська М.П. Організація готельного обслуговування: Підручник / [М.П. Мальська, І.Г. Пандяк, Ю.С. Занько]. — К.: Знання, 2011. — 366 с.
22. Маркетингові дослідження: підручник / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. — 2-ге вид., доповн. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. — 436 с.
23. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник / Л. Б. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. — Х.: ХНУМГ, 2014 — 431 с.
24. Мартинюк О. Чотири найцікавіші міні-готелі України, заради яких хочеться відправитися в подорож по рідній країні. URL: [<http://elle.ua/stil-zhizni/puteshestviya/neobyichnyie-oteli-ukrainyi/>]
25. Організація готельного господарства: навчально-практичний посібник / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. — К.: ФОП Гуляєва В. М., 2019. — 204 с.
26. Пандяк І. Готельне господарство Львова: історичні передумови, сучасний стан, тенденції розвитку / І. Пандяк. // Вісник Львівського університету. Серія географічна. — 2014. — №47. — С. 209–215.
27. Паньків Н., Лесик І. Порівняльна характеристика сучасного стану готельних підприємств в розрізі адміністративних районів Львівської області // Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. — 2018. — №. 45. — С. 339-345.
28. Погуда Н.В, Соколовська Д.Д. Оцінка туристичної привабливості Львівської області/ Н.В. Погуда, Д.Д. Соколовська // Збірник «Розвиток соціально-економічних систем в сучасних умовах». — Харків, 2016. — С. 38-39.
29. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг (Наказ Державної туристичної адміністрації України 16.03.04 №19).

30. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) – № 297 від 15.03.2006-08-02.
31. Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг (Наказ Держстандарту №37 від 27.01.1999, зареєстровано у Мінюсті 15.04.1999 за №236/3529).
32. Проектування закладів ресторанного господарства: підручник / [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, О.М. Григоренко та ін.]; за ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 184 с.
33. Проектування готелів : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / [А.А. Мазаракі, М.І. Пересічний, С.Л. Шаповал та ін.]. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 340 с.
34. Семенов, С. Галасюк, О. Шикіна. Поняття і зміст організаційно-економічного забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості. Актуальні проблеми економіки. 2015.
35. Терешко Ю.В. Економічне обґрунтування інноваційних рішень: навч. Т-46 посіб. Одеса: ОНАЗ, 2016.
36. Томилович Л. Усадьбы центральной Украины в истории и культуре славянских народов: проблемы сохранения и перспективы использования в качестве туристических объектов // Теорія та практика дизайну. – 2016. – №.3. – С. 151-159.
37. Холявка З., Мельник Р. Статистика розвитку туризму у Львові / З. Холявка, Р. Мельник. — Львів, 2018. – С. 55-57.
38. Шиманська К. В., Остапенко Я. О. Стан діяльності підприємств готельного господарства в Україні та особливості: обліково-контрольний аспект // «Вісник ЖДТУ»: Економіка, управління та адміністрування. – 2014. – №. 1 (67). – С. 59-67.
39. Шикіна О. Організаційно-економічне забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості: автореф. дис. канд. екон. наук.: Одеський національний економічний університет, 2015

40. Янишин Я. Аналіз ринку туристичних послуг у місті Львові та основні шляхи його розвитку: монографія / Я. Янишин // Збірник «Аграрна економіка». — Львів, 2016. — Том 9. №1-2. — С. 63-67.
41. HoReCa: навч. Посіб.: у 3 т. Т. 1. Готелі / [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мелниченко та ін.]; за ред. А.А. Мазаракі. - 2-ге. Вид., виправл. і доповн.-Київ: Київ.. нац. торг.-екон. Ун-т, 2017. - 412с.
42. Fil M. I., Holiavka V. Z., Koropetska T. O. Стан та перспективи розміщення готельних закладів у Львівській області, за 2016 рік // Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series Economical Sciences. – 2017. – Т. 19. – №. 81. – С. 45-48.
43. Терешко Ю.В. Економічне обґрунтування інноваційних рішень: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ, 2016.

ДОДАТКИ



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

NORESA – НОВІ ФОРМАТИ

**Збірник
наукових статей
студентів
Частина 1**

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	7
КОСТЮК Т. Споживацькі настрої щодо готельних послуг міста Львів	8
КРОХМАЛЬНА Ю. Тренди розвитку екоготелів в Україні	13
ЛИТВИНЕНКО К. Проектування готелів для відпочинку у Київській області	17
ЛОПАРЄВА О. Інноваційна концепція в індустрії гостинності: екологічний готель	21
ОПАНАСЕНКО Є. Пандемічні зміни у стратегічному розвитку суб'єктів готельного бізнесу	26
ОСТРОВСЬКА Є. Тренди розвитку мініготелів	30
ПАНАСЮК Т. Тенденції розвитку резорт-готелів	36
ПЕРІЖОК А. Функціонування конгрес-готелів	42
РУДЕНКО (ДЕРЕВИНСЬКА) В. Екологічний туризм в Україні	47
ХАРУК О. Організація діяльності хостелів в Одесі	55
АНДРІАНОВА Л. Міжнародний брендинг готельних операторів	60
АСАТРЯН Л. Корпоративна система менеджменту якості послуг суб'єкта готельного бізнесу	63
ГАРАНЬ (ТИМОШЕНКО) О. Корпоративна система HR-менеджменту суб'єкта готельного бізнесу	68
ГОЛЕНКО (ЗАГРІЙЧУК) К. Корпоративна система інтернет-маркетингу суб'єкта готельного бізнесу	73
КОЛЕСНИК А. Інтегровані цифрові технології бронювання послуг в готельних мережах	79
ПАЛЮТА А. Просування послуг готелів на міжнародному ринку	84

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЦЬКИХ НАСТРОЇВ ЩОДО ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ МІСТА ЛЬВІВ

**КОСТЮК Т.О, 2 курс, група 6м ФРГТБ
Спеціальність «Готельно-ресторанна справа»**

Статтю присвячено дослідженню контингенту споживачів готельних послуг міста Львів. Проаналізовано «профіль» туристів та потенціал ринку готельних послуг м. Львова, визначені споживацькі настрої гостей м. Львова щодо послуг гостинності, харчування та розваг.

***Ключові слова:** споживач, «профіль» туристів, контингент, готельна послуга, підприємство готельного господарства, засіб розміщення.*

The article is devoted to the study of the contingent of consumers of hotel services in Lviv. The number of consumers of hotel services, their characteristics, which hotel enterprises are preferred, are analyzed.

***Key words:** consumer, contingent, hotel service, hotel enterprise, means of accommodation.*

Актуальність теми статті. Глобальні зміни, що відбуваються в світовій економіці за останні десятиліття, її реструктуризація обумовлюють нову роль готельного бізнесу, що полягає у значному впливі на економічні та соціальні процеси. Аналізуючи стан вітчизняного ринку готельних послуг, необхідно зазначити, що на сьогодні Україна займає одне з останніх місць у списку європейських країн за рівнем розвитку.

Готельний бізнес в Україні, незважаючи на кризові явища в економіці, залишається сьогодні привабливим для інвесторів. Така ситуація склалася через зростаючий попит на послуги в готельній галузі й одночасний дефіцит пропозиції в цій же сфері. Однак жодні глобальні виклики не повинні ослаблювати ринок готельних послуг міста Львова. Розвиток готельної галузі неможливий без споживачів, тому актуальним є дослідження контингенту споживачів готельних послуг міста Львів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання функціонування і розвитку засобів розміщення досліджували у своїх роботах відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема, С. Байлик, М. Бойко, Р. Браймер, Л. Гопкало, Н. Кабушкин, Круль, А. Мазаракі, М. Мальська, С. Мельниченко, І. Писаревський, П. Пуцентейло, А. Чудновський, Т. Сокол, Дж. Р. Уокер, С. Шаповал.

Дослідження споживчого попиту на послуги готельного господарства, розглянуто в роботах вітчизняних вчених С.Байлик, В. Радаєва, І. Беляєвського, О. Любіцева, В. Гальперіна, Н. Чорненька, Ю. Морозова, Є. Голубкова, Х. Роглев, Н. Іл'єнко, М. Мальська та інших.

Мета статті полягає у висвітленні результатів дослідження контингенту споживачів готельних послуг міста Львів. унікальною країною з унікальним природно-кліматичним потенціалом, в перспективі має всі ресурси для підвищення конкурентоздатності економіки на основі використання її культурно-природничих можливостей [9]. Але щоб задовольнити всі потреби туриста, відпочиваючого, бізнесмена, потрібно забезпечити комфортність його проживання, високу якість обслуговування, тобто створити атмосферу гостинності. Це можливо лише на основі статистичного аналізу розвитку підприємств готельного господарства, дослідженні контингенту споживачів, оцінювання особливостей функціонування готельних підприємств, визначення тенденції їх розвитку на майбутнє.

Готельєри пропонують своїм гостям широкий вибір різних послуг, вибудовуючи свою цінову і маркетингову політику. Вибір залишається лише за споживачем. Важливо вивчити «профіль» туристів, які прибувають до м. Львова для того щоб дізнатися про контингент споживачів готельних послуг.

Для розвитку готельного господарства м. Львова характерна помітна тенденційність в Україні, зумовлена особливостями історії, політичного, економічного розвитку, демографічним та регіональним потенціалом міста.

Сьогодні готельне господарство м. Львова – ключова складова туристичної індустрії міста, відображає її реальний потенціал в Україні. Для Львова характерною є тенденція зростання кількості не лише бізнес-туристів, а й відпочиваючих [7].

Для розвитку діяльності готельні підприємства все частіше застосовують маркетингові стратегії. Із метою оцінки стану ринку готельних та туристичних послуг ЛКП «Центр розвитку туризму міста Львова» щорічно проводить дослідження.

Для анкетування були спеціально розроблені анкети. Структура анкети: запитання широкого профілю, які стосуються особистості відпочивальника, особливостей подорожі та відпочинку, кілька загальних оцінок туристичної інфраструктури. Мови опитування: українська, англійська, німецька, польська, французька, російська. Метод: face2face, QR коди. Вибірка: 1 000 опитаних споживачів.

Не зважаючи на те, що Львів є одним з лідерів в Україні за кількістю готелів (282 у 2019 р.), середній річний показник по заповнюваності становить 60%, в низький сезон - 20-30%, а у пікові сезони - 80-90%.

Загалом у 2019 році Львів відвідало близько 2,5 млн туристів (споживачів готельних послуг), що дещо більше ніж у 2018-му (2,2 млн). У 2019 р. зменшився відсоток внутрішніх туристів – з 43% до 35,7%. Водночас у 2019 році у Львові зросла кількість іноземних туристів з інших країн [4].

Географія цих споживачів готельних послуг є дуже широкою і представляє майже усі континенти світу (рис.1).

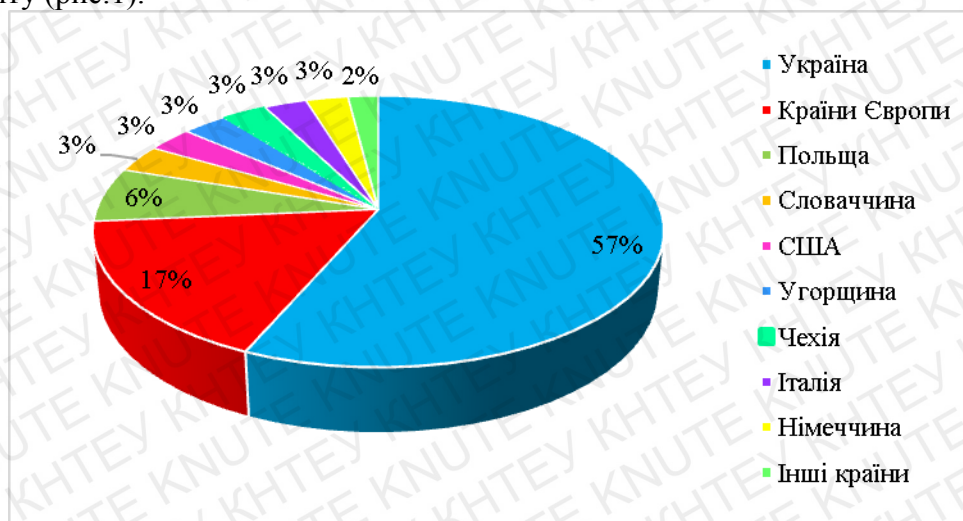


Рис. 1. Контингент споживачів готельних послуг міста Львів

Як бачимо з рис.1, ключовими споживачами готельних послуг є представники України, Польщі, Німеччини, серед інших країн світу переважають споживачі з США, Словаччини, Чехії та Угорщини.

Кількість американських туристів, які проживали в готелях в 2019 році, зросла на 47,3%, що значно вище середньоєвропейського показника (15,0%). Також спостерігається приріст гостей з Франції та Італії – на 50%.

Загальний профіль споживачів готельних послуг: це, зазвичай, люди, віком 26-35 років (33,8%) (рис. 2); переважає частка одружених (59,3%); також дещо переважає частка жінок — 57,8%; за видом діяльності – наймані працівники (49,3%).

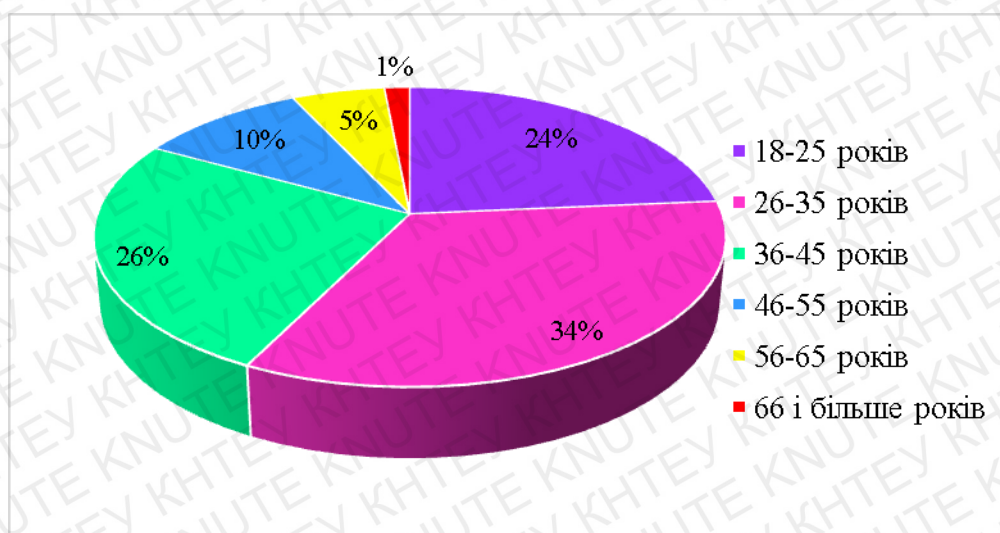


Рис. 2. Вікова характеристика споживачів готельних послуг м. Львів

Більшість гостей міста залишається у місті на 1-3 дні (60,6%). Середня тривалість перебування у Львові становить 3 дні (рис. 3).

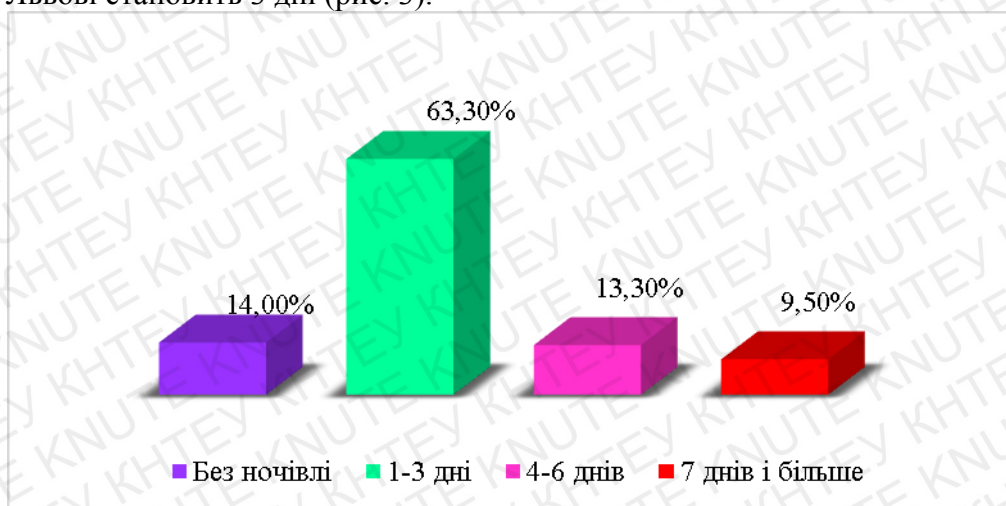


Рис. 3. Тривалість перебування споживачів готельних послуг в м. Львів

На запитання, який саме засіб розміщення обирають споживачі, отримали такі відповіді: у готелях проживали 31 % опитаних, конкуренцію готелям склали гостели та орендовані квартири, де зупинялися, відповідно, 12% і 23% туристів. У мотелях зупинялося 8% опитаних, на базах відпочинку – 5% і в кемпінгах – 4% загальної кількості опитаних. 17% респондентів проживали в засобах розміщення, які не увійшли до переліку (рис. 4).

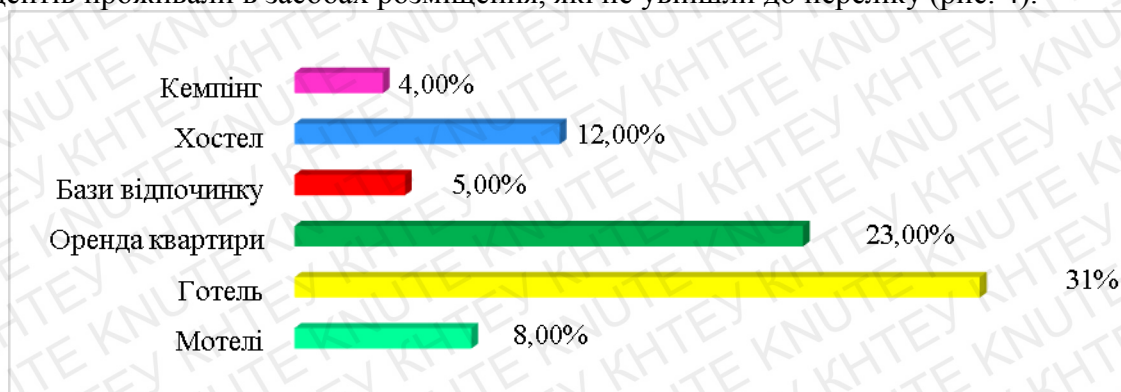


Рис. 4. Проживання туристів у м. Львів

Найбільша частка гостей готелю здійснювали бронювання житла безпосередньо на сайті закладу готельного господарства, де планували зупинитись, а також на сайті Booking.com (рис.5).

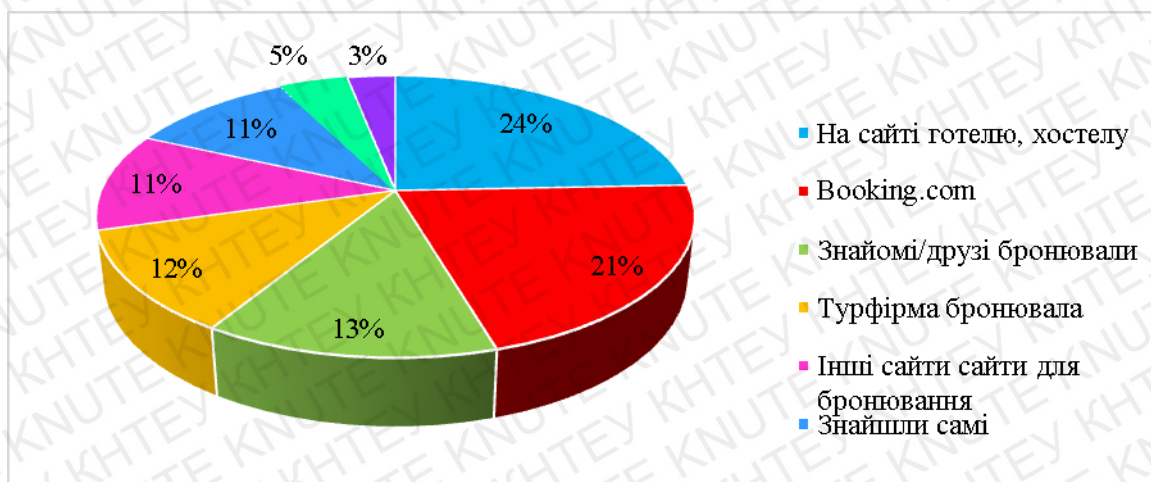


Рис. 5. Бронювання місць для проживання в закладах розміщення м. Львів

На рис. 6 відображенні фактори, які впливали на вибір засобу розміщення. Як бачимо вартість є найвагомішим, далі за вагомістю йдуть якість обслуговування та стан розвитку інфраструктури. Важливим фактором для потенційних постояльців є позитивний імідж засобу розміщення.

Наступні місця у рейтингу посідають такі фактори, як культурно-історичні особливості регіону, в якому розташоване підприємство готельного типу, а також зручність розташування засобу розміщення та його категорія.

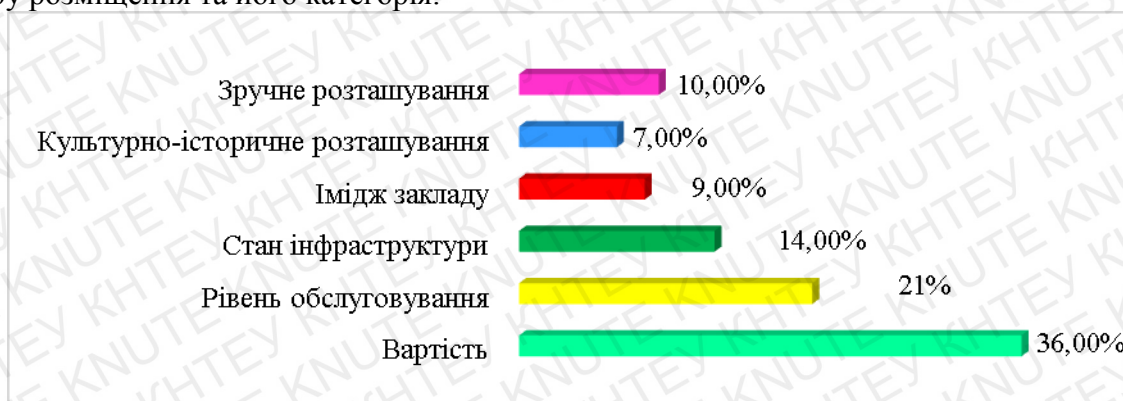


Рис. 6. Розподіл засобів розміщення за пріоритетами туристів

Проживаючи у готелі, споживачі користувалися додатковими послугами: 46% – обрали послугу харчування; 8% – розважальну програму; 14% – послуги конференц-залу; 12% – екскурсійну програму; 5% – послуги спортивно-оздоровчого характеру; 8% – транспортні послуги; 10% респондентів обрали ті види додаткових послуг, яких немає у запропонованому переліку, а 9% опитаних взагалі не користувалися додатковими послугами, які пропонують готельні підприємства міста Львова (рис. 7).



Рис. 7. Розподіл обсягів додаткових послуг за частотою споживання

Також, споживачі готельних послуг оцінили якість обслуговування в готельних підприємствах, 47% респондентів визнали її такою, що не відповідає ціні готельних послуг; 25% опитаних дотримуються думки, що ні якість послуг на готельний продукт, ні їх ціна не враховують потреб споживачів, і тільки 28% туристів влаштовують і ціна, і якість готельних послуг в місті Львів (рис. 8).

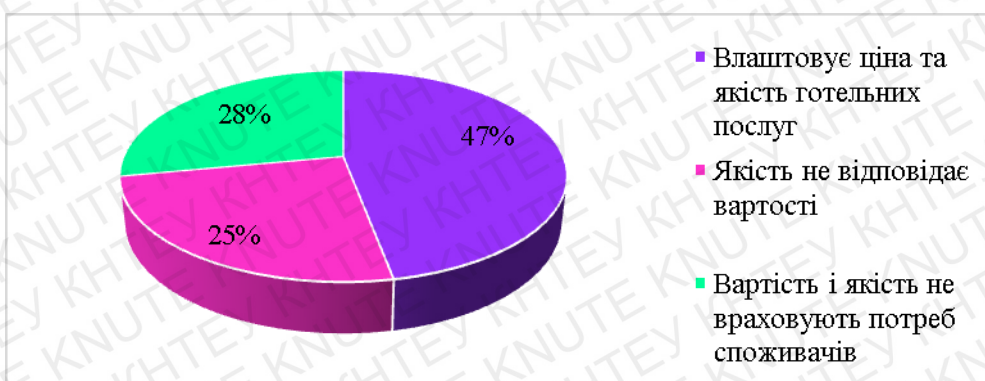


Рис. 8. Оцінка якості обслуговування в засобах розміщення в місті Львів

Таким чином, швидкий розвиток сфери та високий рівень конкуренції на ринку готельного господарства міста Львів сприяє актуальності дослідження контингенту споживачів готельних послуг. Адже саме за їх потребами визначається подальший розвиток готельного ринку, надання додаткових послуг в закладах розміщення та подальше проектування сучасних закладів готельного господарства.

Дослідивши контингент споживачів готельних послуг міста Львів бачимо, що:

- кількість споживачів готельних послуг щорічно зростає;
- середній вік споживачів готельних послуг 25-36 років;
- туристи міста Львів обирають для своєї ночівлі готелі;
- способи бронювання місць в готельних підприємствах різноманітні;
- вартість - найважливіший критерій при виборі готельного підприємства споживачем;

Згідно з результатами проведеного аналізу підприємствам готельного господарства необхідно спрямовувати свою діяльність на високоякісне обслуговування споживачів та розширення додаткових послуг.

Список використаних джерел

1. Ганич Н. М. Географія закладів готельного типу у Львівській області /Н.М. Ганич, Г.М. Лабінська // Географічна наука і практика: виклики епохи: Матеріали міжнародної

- наукової конференції, присвяченої 130- річчю географії у Львівському університеті / Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2013. – Том 3. – С. 261-266.
2. Гірняк Л.І., Мосінг М.-Т.В. Розвиток готельного господарства у Львові: тенденції та перспективи. Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг: матеріали V міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 7 грудня 2017 р. Львів, 2017. С. 297-299.
 3. Головне управління статистики у Львівській області. Туризм. Львів, 2019. URL: https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/sr/accounting.php?ind_page=sr
 4. Звідки приїжджали та скільки витрачали туристи у Львові в 2019 році. URL: https://zaxid.net/zvidki_priyizhdzhali_ta_skilki_vitrachali_turisti_u_lvovi_v_2019_rotsi_n1495198.
 5. Мальська М. П. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства Львівщини / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк, Н.М. Ганич // Актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні: теорія і практика. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (25-26 квітня 2013 року). – К.: “Київський університет управління та підприємництва”, 2013. – С. 140-142.
 6. Мальська М. П., Гаталяк О. М. Туризм Львівської міської агломерації / М. П. Мальська, О. М. Гаталяк // Матеріали Міжнародної науковопрактичної Інтернет-конференції «Економіка міста та урбаністика». — Київ, 2018. – с.152-154.
 7. Пандяк І. Готельне господарство Львова: історичні передумови, сучасний стан, тенденції розвитку // Вісник Львівського університету. Серія географічна. – 2014. – №. 47. – С. 209-216.
 8. Рябев А. А. Дослідження ринку споживчого попиту на прикладі готельних послуг // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2015. – №. 3 (1). – С. 31-35.
 9. Шиманська К. В., Остапенко Я. О. Стан діяльності підприємств готельного господарства в Україні та особливості: обліково-контрольний аспект // «Вісник ЖДТУ»: Економіка, управління та адміністрування. – 2014. – №. 1 (67). – С. 59-67
 10. Янишин Я. Аналіз ринку туристичних послуг у місті Львові та основні шляхи його розвитку : монографія / Я. Янишин // Збірник «Аграрна економіка». — Львів, 2016. — Том 9. №1-2. – С. 63-67.
 11. Центр туристичної інформації: URL: <https://city-adm.lviv.ua/>

Робота виконана під науковим керівництвом к. е. н., доцента РАСУЛОВОЇ А.М.



Ім'я користувача:
приховано налаштуваннями конфіденційності

ID перевірки:
1009244371

Дата перевірки:
18.11.2021 14:34:12 EET

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
18.11.2021 14:39:04 EET

ID користувача:
100008071

Назва документа: ВКРКостюк2021

Кількість сторінок: 54 Кількість слів: 11289 Кількість символів: 86762 Розмір файлу: 1,007.97 KB ID файлу: 1009274668

40.2% Схожість

Найбільша схожість: 15.7% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1009248264)

24.0% Джерела з Інтернету 114

Сторінка 56

17.9% Джерела з Бібліотеки 17

Сторінка 58

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнено

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнено

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи 10

SWOT-аналіз розвитку туристичної галузі у Львівській області

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Стара історична частина Львова занесена до світової спадщини ЮНЕСКО 2. Відомі театри та музеї 3. Наявність природних та рекреаційних ресурсів (мінеральні води, природні та ландшафтні парки, пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо) 4. Велика кількість санаторно-курортних установ 5. Потенціал для “сентиментального”, релігійного та інших видів туризму 6. Історичні зв'язки з українською діаспорою у світі 7. Вигідне транспортно-географічне положення 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостатня кількість готелів різних стандартів 2. Привабливість Старого Львова піддається ризику через соціальні патології та руйнування будівель 3. Недостатня туристична промоція міста 4. Недостатньо розвинуті місцеві та національні туристичні агенції 5. Відсутність Львова у міжнародній туристичній мережі 6. Недостатньо розвинута інфраструктура охорони природи 7. Екологічні проблеми (смітники Львова) 8. Недостатнє фінансування культурних, освітніх, мистецьких закладів та організацій 9. Неефективне використання рекреаційного потенціалу в сільській місцевості.
Сприятливі можливості	Потенційні загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток “сентиментального” туризму для українців, поляків, євреїв тощо 2. Результативна промоція країни та Львова 3. Поліпшення міжнародного іміджу України та регіону 4. Поліпшення екологічної ситуації області, збереження її цінного природного середовища 5. Розвиток різних елементів туристичної та відпочинкової інфраструктури 6. Створення нових туристичних послуг та інвестиційних проектів 7. Зростання попиту на ринку туристичних послуг за ефективного використання туристичних ресурсів та інфраструктури. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Занепад архітектурних пам'яток та урбаністичної структури міста 2. Недостатньо активна та ефективна промоція Львова на міжнародному рівні 3. Стійкий негативний міжнародний імідж України та Львівської області 4. Недостатнє поліпшення туристичної інфраструктури, розрахованої на різні цільові групи 5. Складна екологічна ситуація внаслідок активної експлуатації транспортних коридорів 6. Зменшення інвестицій в екологію та охорону довкілля

Оцінка конкурентів за визначеними критеріями

Показник	Готелі – конкуренти			
	«Садиба»	«SABAN DELUXE»	«Sleeping hotel»	Рафаель
1. Місце розташування				
1.1. місто	Львів			
1.2. Транспортна розв'язка	5	4	5	5
2. Додаткові послуги				
2.1. Обслуговування гостей у номерах	4	5	4	5
2.2. Надання у номер дитячого ліжка	5	3	3	5
2.4. Супутникове та кабельне телебачення	5	5	5	5
2.5. Парковка автотранспорту	5	4	4	5
2.6. Виклик таксі	5	5	5	5
2.7. Наявність свіжої преси.	5	4	4	5
2.8. Організація та обслуговування бенкетів.	3	3	4	5
2.9.Безпроводний безкоштовний доступ до мережі Інтернет типу Wi-Fi	5	5	5	5
2.10. Номери для тих, хто не палить	5	0	0	5
2.11.Наявність праски та дошки для прасування в номері	5	4	4	5
2.12. Постійна зміна предметів гігієни та одноразових речей у номерах	4	4	3	5
2.13.Наявність міні-бару в номері	0	0	3	5
2.14. Безкоштовне користування фітнес-центром	0	0	0	5
2.15.Номери для людей з обмеженими фізичними можливостями	5	4	0	4
Всього:	61	50	49	74

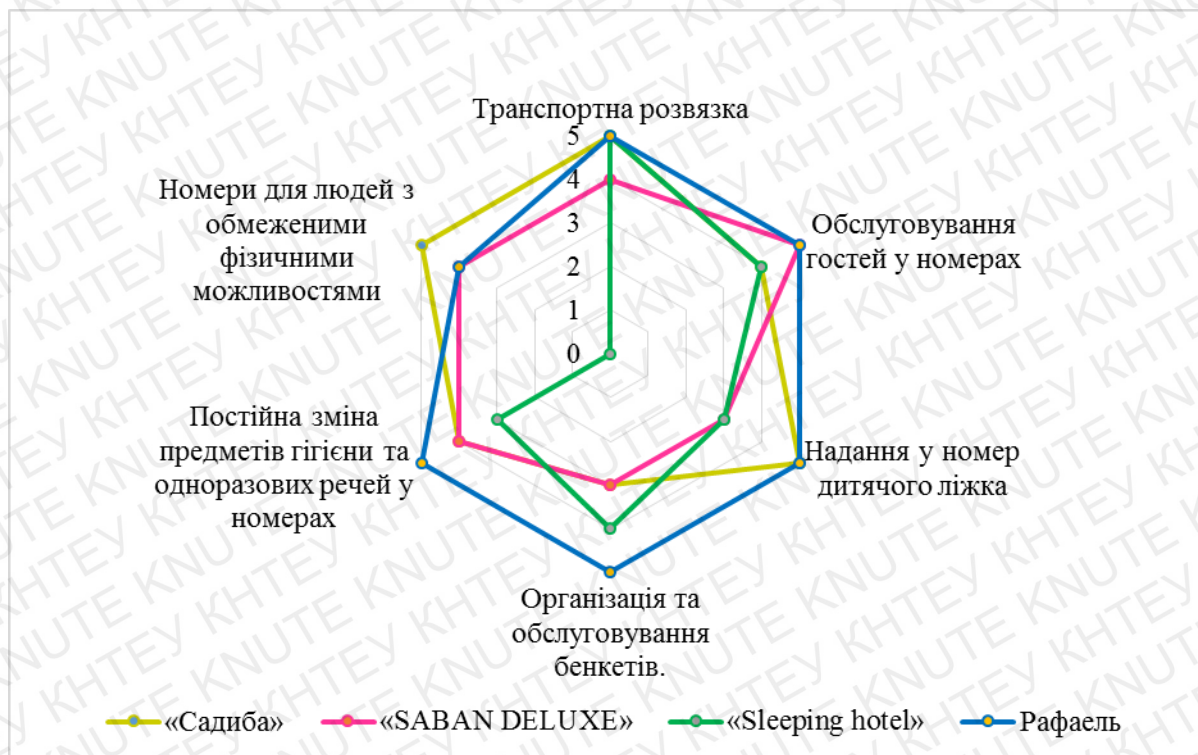


Рис.2. Багатогралик конкурентноспроможності готелів

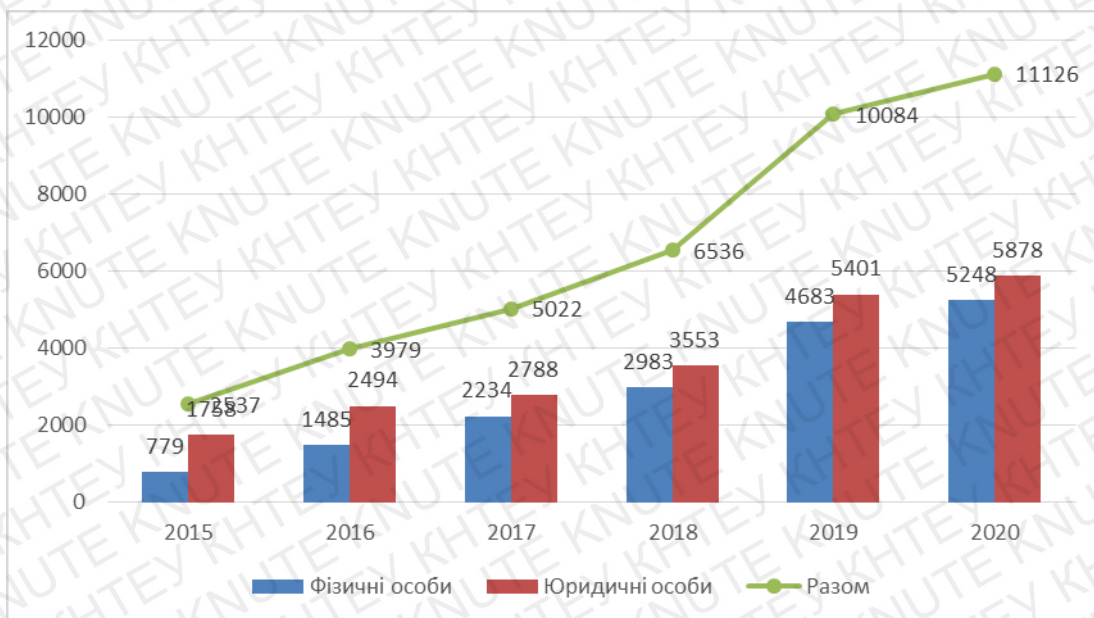


Рис.3. Динаміка обсягу туристичного збору м.Львів (тис. грн) за 2015-2020 рр

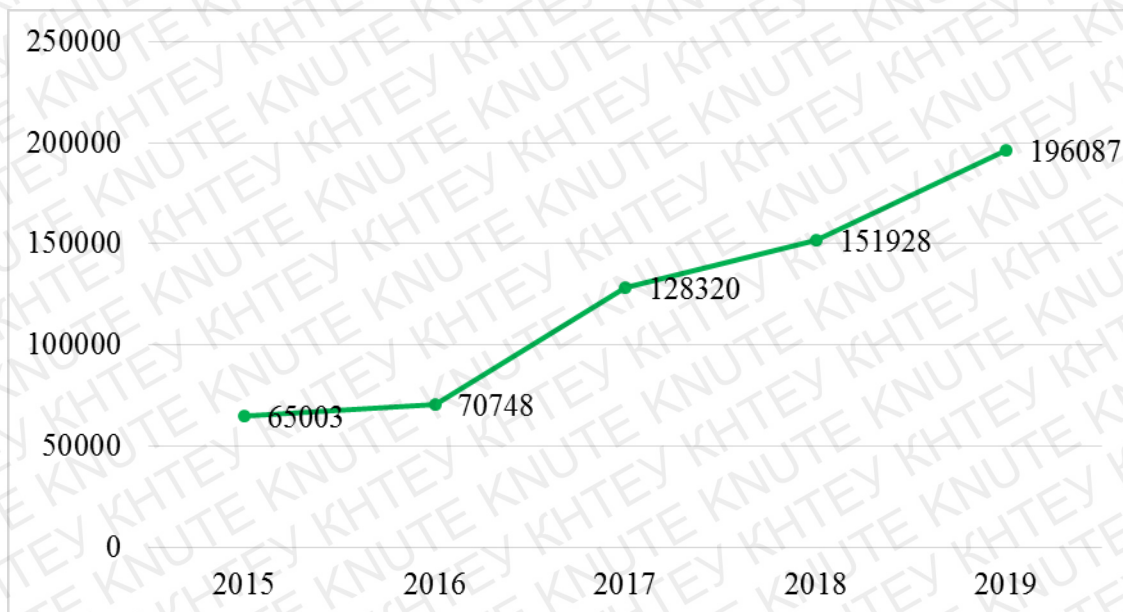


Рис.4. Надходження в місцевий бюджет від галузі туризму (тис. грн.)

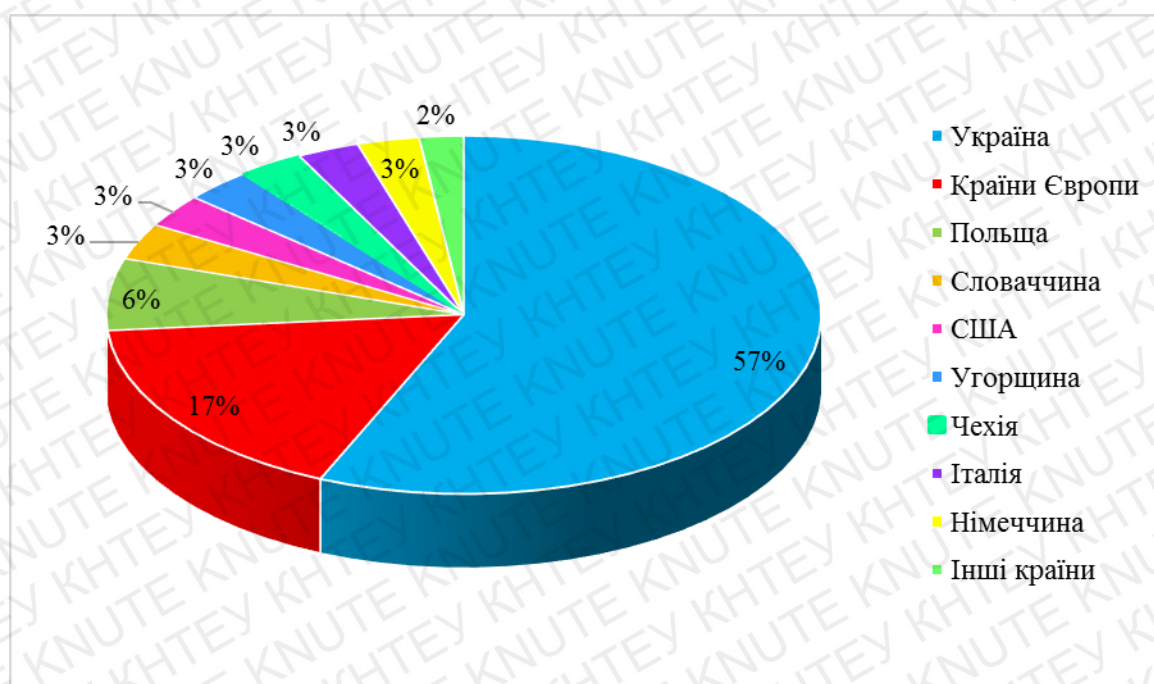


Рис.5. Структура туристів до м.Львів



Рис. 6. Мета відвідування м. Львів

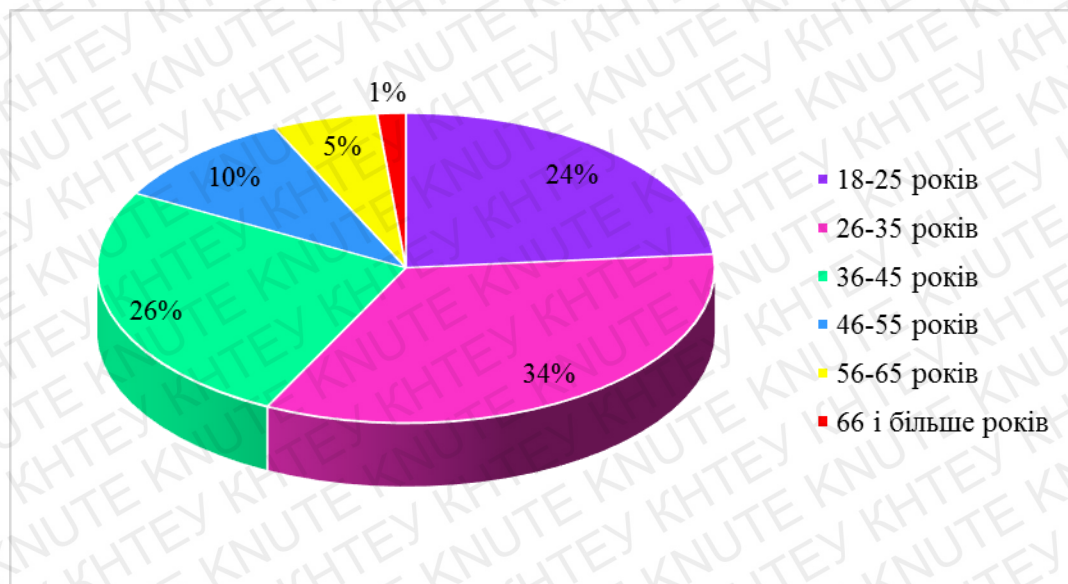


Рис.7. Вікова характеристика туристів

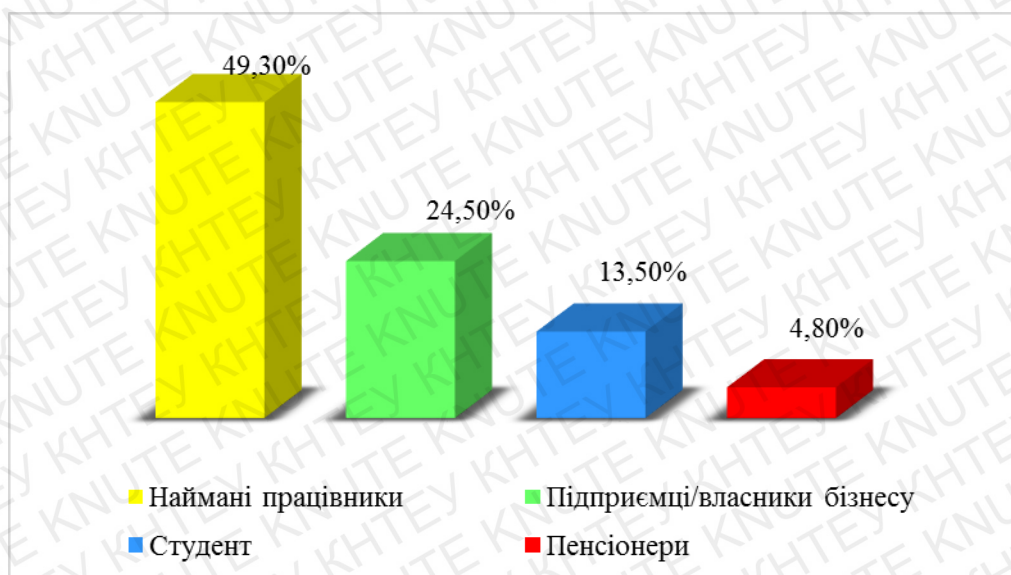


Рис. 8. Вид діяльності туристів



Рис. 9. Джерела інформації про м. Львів

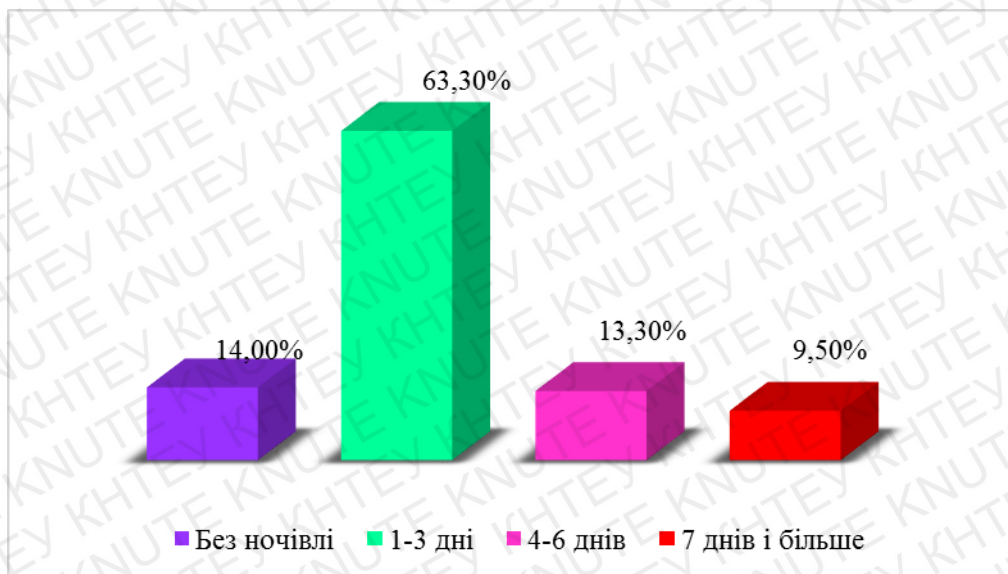


Рис. 10. Тривалість перебування в м. Львів туристів

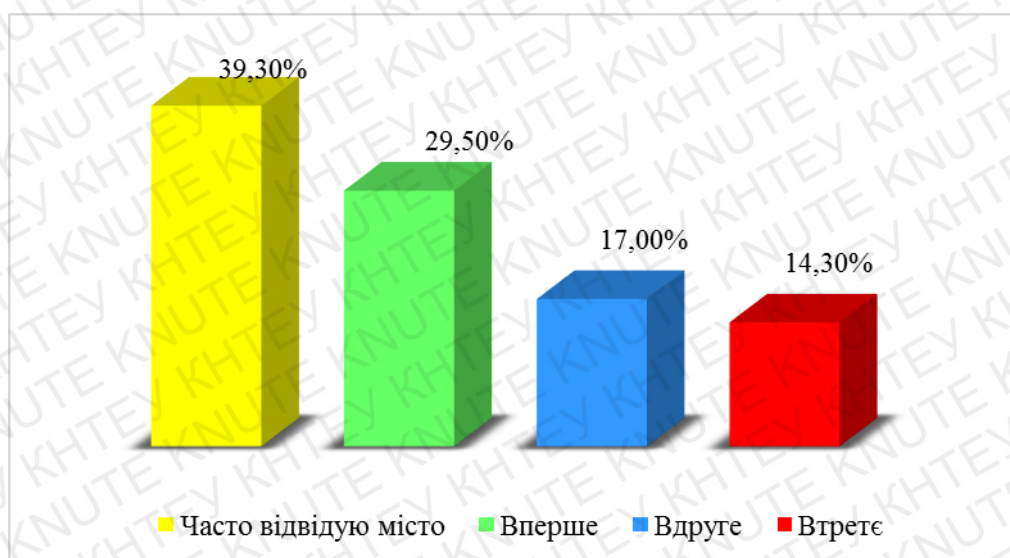


Рис. 11. Частота відвідування міста

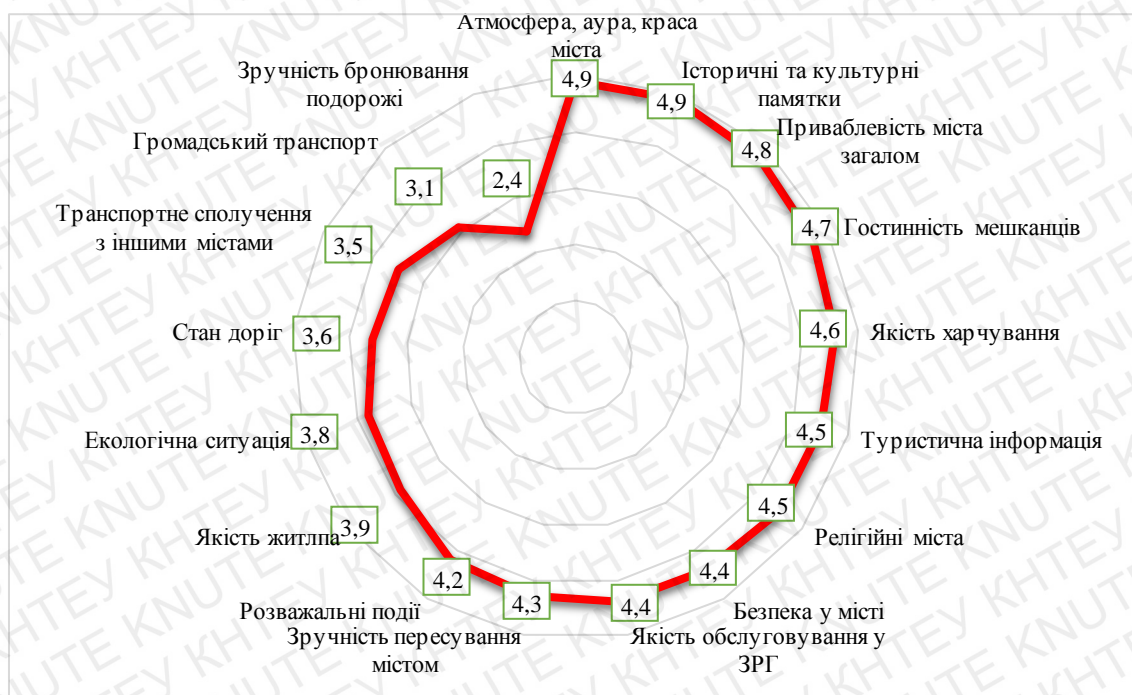


Рис.12. Оцінка подорожі туристами м.Львів

Додаток 3

Концепція готелю-садиби

Ознаки концепції	Характеристика ознак
Вид підприємства	Готель
Тип готелю	Садиба
Назва	«Хуторянка»
Підпорядкованість	Приватне підприємство
Місце знаходження	м. Львів
Формат закладу	Повно сервісний
Організаційна структура управління	Лінійна
Кількість місць	40
Режим роботи садиби	Цілодобово
Контингент	Іноземні та вітчизняні туристи
Асортимент додаткових послуг	Послуга будильник/ Трансфер/ Парковка, що охороняється/Безкоштовний доступ до мережі Інтернет, Wi-Fi в номерах і гостьових зонах
ЗРГ	Ресторан
Формат закладу	Повносервісний
Формат виробництва	Повний цикл виробництва.
Графік роботи	7,00-23,00
Кулінарне спрямування	українська кухні

Основні служби в готелі-садибі «Хуторянка»

Назва служби	Обов'язки	Працівники
Служба прийому та розміщення	Бронювання номерів за запитом гостя; реєстрація та оформлення гостя; розподіл номерів відповідно до бажань гостей; видача ключів гостям; надання гостям різних інформаційних послуг; приймання оплати за проживання та розрахунок з гостем; ведення необхідної документації; ведення і підтримання в робочому стані бази даних, що містить інформацію про гостей і стан номерного фонду	Менеджер із прийому і розміщення гостей, адміністратор, менеджер з бронювання номерів, носильники.
Служба експлуатації номерного фонду	Дотримання належного рівня комфорту і санітарно - гігієнічного стану готельних номерів, а також приміщень поповерхового обслуговування.	Менеджер, старша покоївка, покоївки, прибиральниці, завідувач білизною.
Інженерно-технічна служба	Регулярне проведення обстеження санітарного та технічного стану готелю, прилеглої території, об'єктів комунального призначення і зовнішнього благоустрою; оцінка якості виконання проведених службою робіт та наданих послуг.	Головний інженер, електрик, слюсар-сантехнік.
Фінансово-економічна служба	Проведення аналізу фінансово-господарської діяльності; складання фінансово-господарських планів і кошторисів за встановленими формами; своєчасність складання звітів, балансів і рахунків; ціноутворення і складання тарифів; здійснює облік надходження і вибуття виробничих запасів.	Головний бухгалтер, касир, спеціаліст відділу кадрів.
Культурно-дозвіллева служба	Управління дитячою кімнатою – забезпечення задоволеності відпочиваючих дітей.	Керівник служби, аніматор, няня
Служба ресторанного господарства	Організація своєчасного постачання якісної продукції; виробництво кулінарних виробів відповідно до вимог та стандартів; реалізація страв та напоїв; організація споживання кулінарної продукції; максимально ефективна організація роботи ресторану при готель та задоволення потреб споживачів.	Менеджер ресторану, шеф-кухар, кухарі, бармени, офіціанти, зав. виробництвом, комірник, прибиральниці.

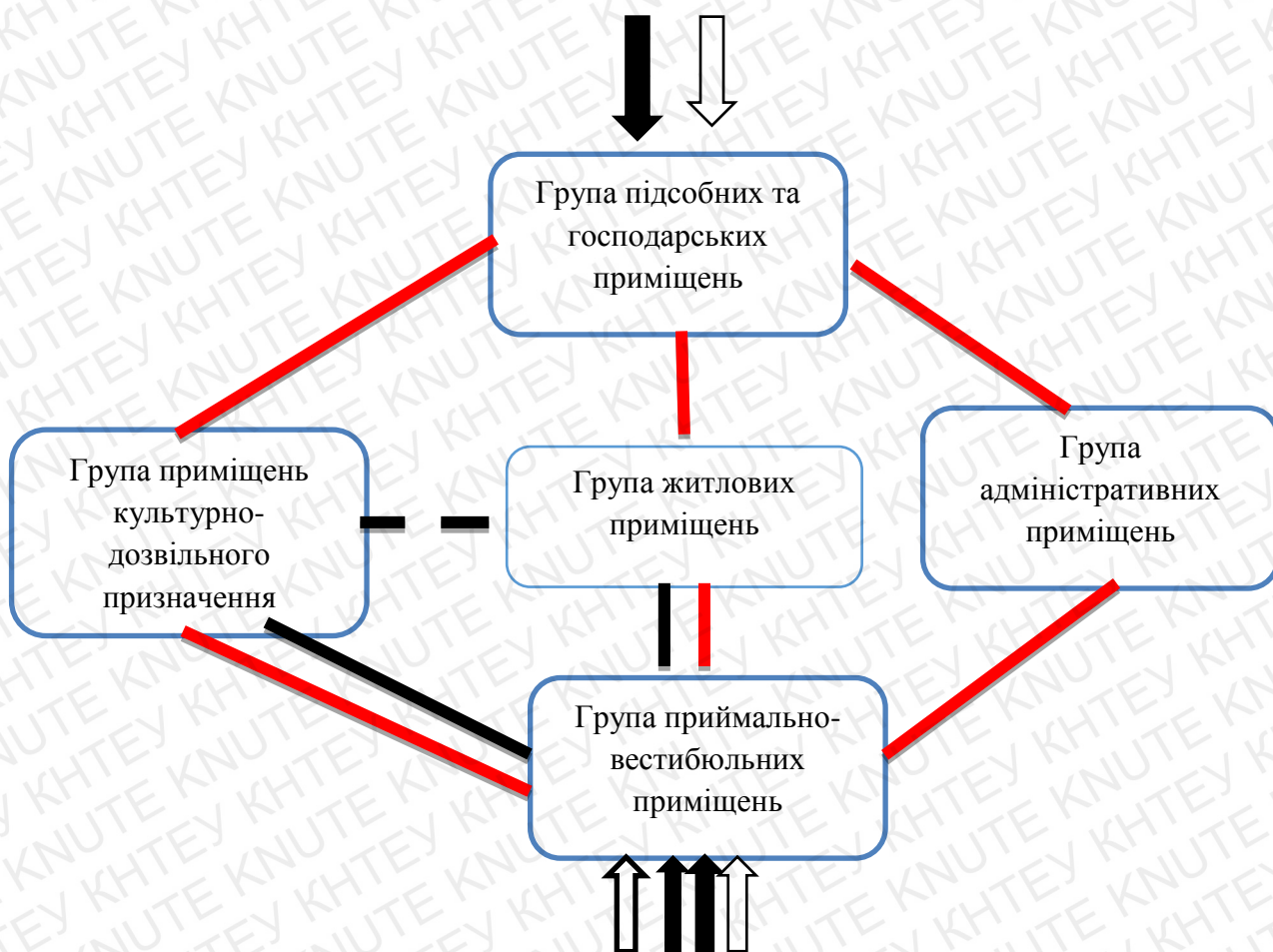


Рис.13. Організаційний зв'язок між групами приміщень готелю
 —————> - постійно діючий вхід; > - вхід періодичної дії; ——— основні проходи для мешканців готелю; — службові проходи; - - - - - додаткові проходи для гостей

Додаток I

Характеристика приймально-вестибюльної групи приміщень готелю-садиби

Приміщення	S приміщень, м ²
Вестибюль з бюро прийому і реєстрації	30
Кімнати чергового персоналу	6
Камера схову	6
Приміщення охорони	6
Службовий санітарно-технічний блок	6
Гардеробна	6
Санвузол	6
Всього	66

Додаток К**Перелік послуг готелю-садиба**

№ п/п	Найменування послуги	Вартість, грн.
Основні послуги		
1	Проживання	-
2	Інтернет wi-fi	-
3	Надання простої питної води;	-
4	Щоденне прибирання номера;	-
5	Регулярна заміна постільної білизни й рушників;	-
Додаткові послуги		
6	Парковка	Безкоштовно
7	Автомийка	150
8	Трансфер	450
9	Мангал	Безкоштовно
10	Пральня	100
11	Сніданок	150
12	Лазня	500
14	Додаткова постільна білизна в номер	Безкоштовно
15	Прокат велосипедів	200
16	Дитячий ігровий майданчик	Безкоштовно
17	Верхова їзда	450

Додаток Л

Цілі щодо проектового готелю-садиби «Хуторянка»

Рівні цілей	Зміст мети
Ринкові	Підвищення конкурентоздатності послуг та продукції проектового підприємства на ринку послуг, стабілізація об'ємів товарообороту;
Виробничі	- підтримка високого рівня обслуговування відповідно до встановлених стандартів; - дотримання санітарних норм та екологічних норм; - запровадження інноваційних технологій в обслуговуванні; - запровадження систематичного розвитку персоналу;
Фінансово-економічні	- збільшення прибутку від торговельної та економічної діяльності закладу; - досягнення умов безбитковості підприємства на протязі 5 років; - збільшення рівня матеріального заохочення працівників на підприємстві на 5 %, у стабільності; - збільшити рівень рентабельності власного капіталу підприємства;
Сервіс	- підвищити швидкості в реєстрації гостей в апартамент готелі до 5 хвилин; - розширення асортименту надання додаткових послуг.

Додаток М

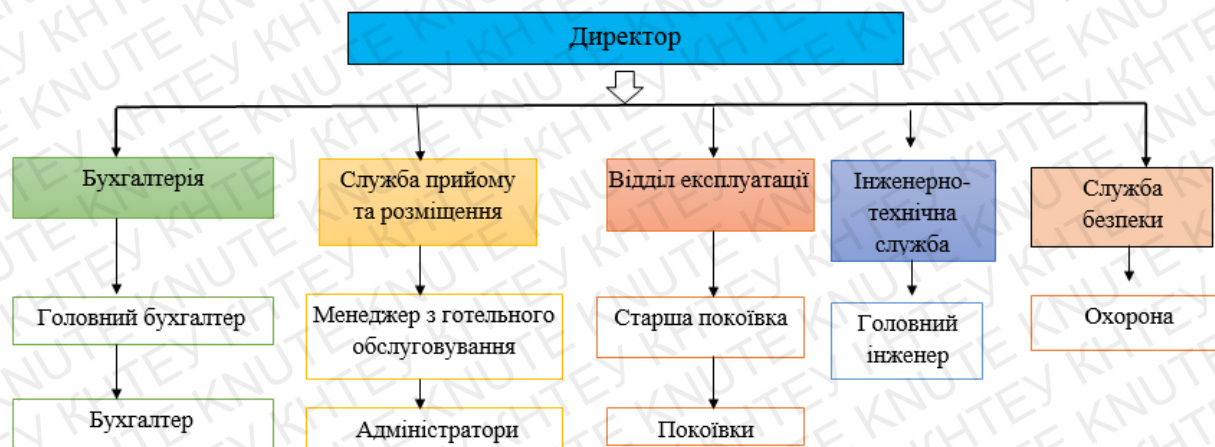


Рис. 14. Організаційна схема управління готелем-садибою «Хуторянка»

Додаток Н**Перелік приміщень проектного готелю-садиби «Хуторянка»**

Приміщення	Площа приміщення, м ²
Готель-садиба	
Приймально-вестибюльної групи приміщень	66
Житлової групи приміщень	484
Побутова, торговельна, дозвіллево-анімаційна, спортивно-оздоровча	78
Приміщення адміністративного призначення	34
Господарсько-виробничі приміщення	62
Разом по готелю	724
Ресторан	
Для відвідувачів	
Вестибюль	60
Зал	210
Приміщення для офіціантів	6
Виробничі	
Гарячий цех	59
Холодний цех	20
Приміщення для нарізання хлібу	7
М'ясо-рибний цех	17
Овочевий цех	13
Мийна столового посуду	24
Сервізна	9
Мийна кухонного посуду	10
Роздача	25
Приміщення завідуючого виробництвом	7
Складські	
Охолоджувальна комора фруктів, ягід, напоїв і овочів	11
Охолоджувальна комора молочних продуктів, жиріві гастрономії	13
Охолоджувальна комора м'яса та риби	5
Охолоджувальна комора відходів	8
Комора овочів, солінь та квашених продуктів	12
Комора сухих продуктів	11
Комора та мийна тари	16
Комора інвентарю	9
Комора винно-горілчаних	7
Загрузочна	18
Адміністративні і побутові	
Кабінет директора	6
Гардероб для персоналу	14
Білизняна	4
Туалетні кімнати	4
Разом по ресторану	605
Всього	1329



Рис. 1 Фасад готелю-садиби «Хуторянка»

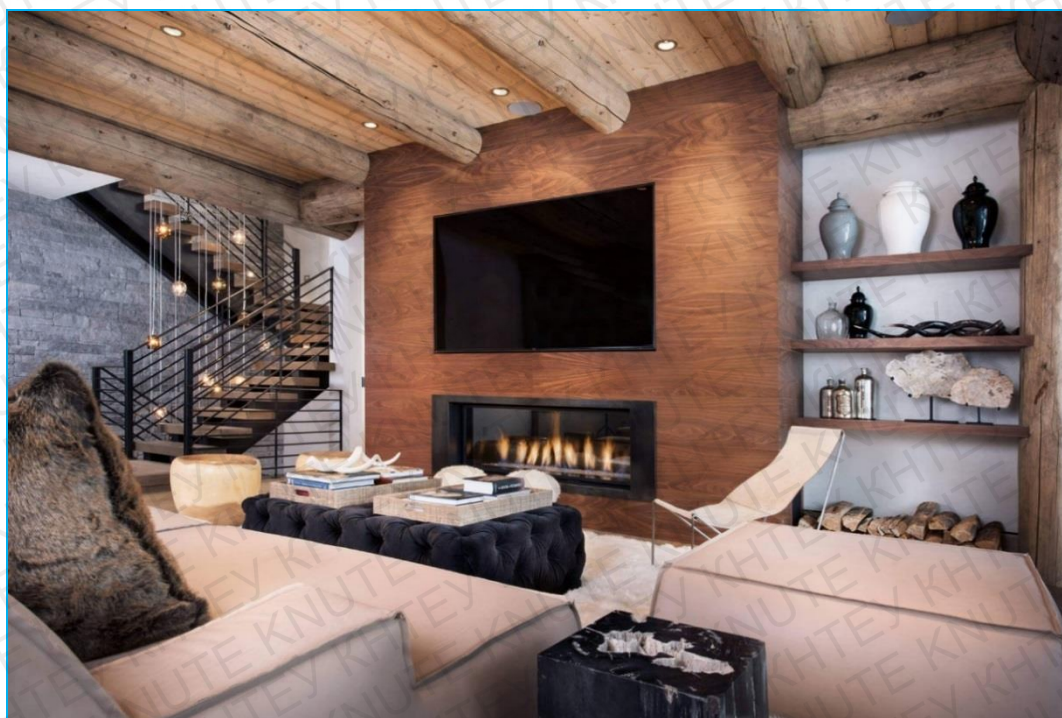


Рис.2 Внутрішнє оздоблення готелю-садиби «Хуторянка»

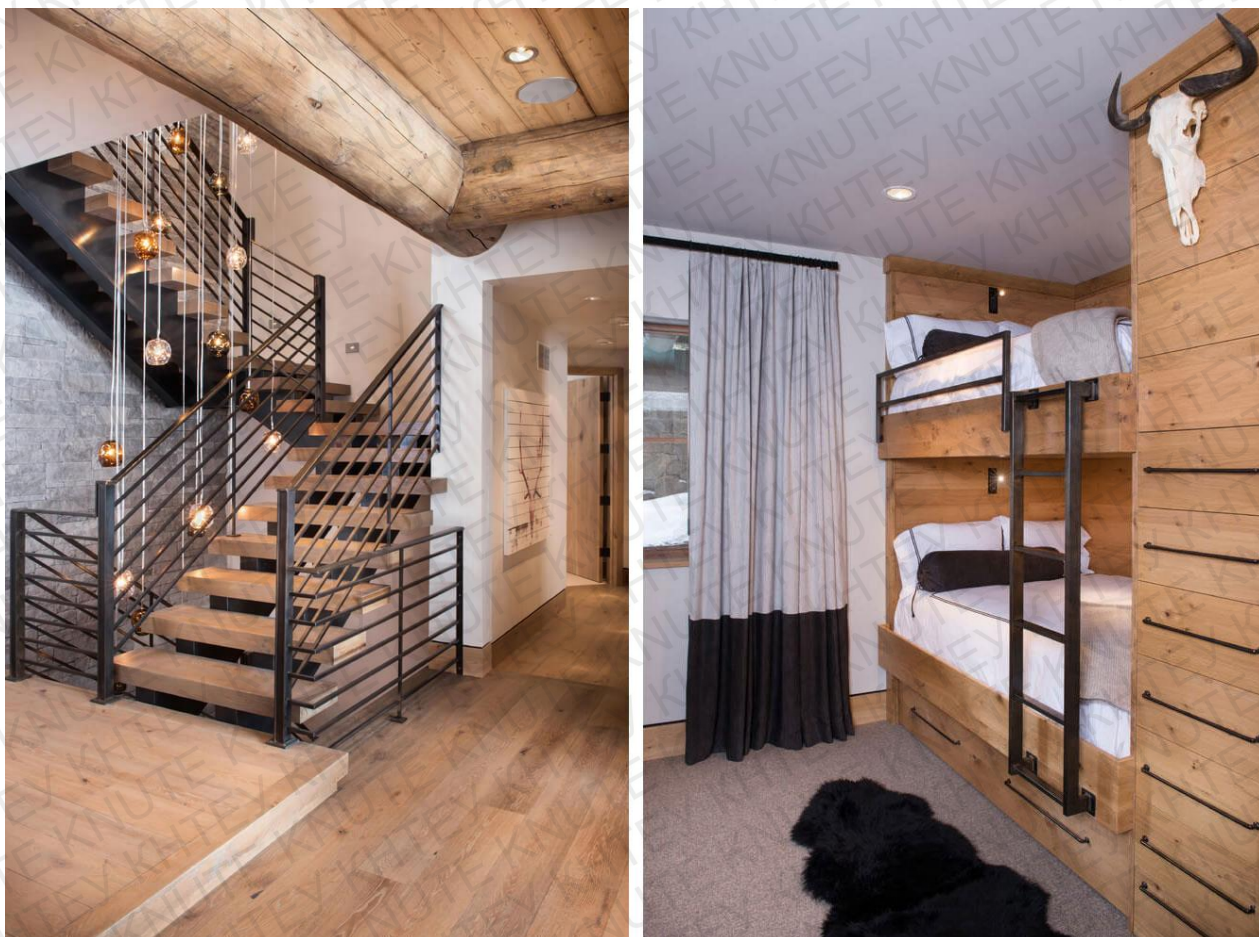


Рис.3 Використання стильних аксесуарів в інтер'єрі готелі-садиби
«Хуторянка»

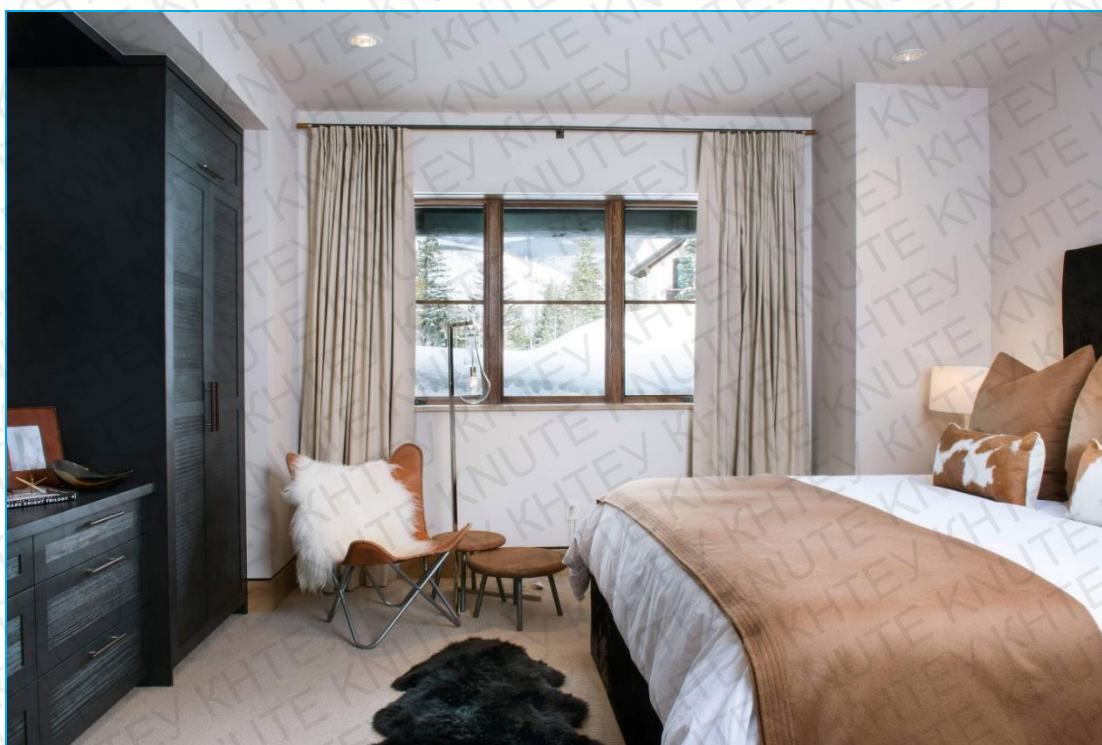


Рис.4 Номер 1 категорії



Рис.5 Номер категорії Дуплекс

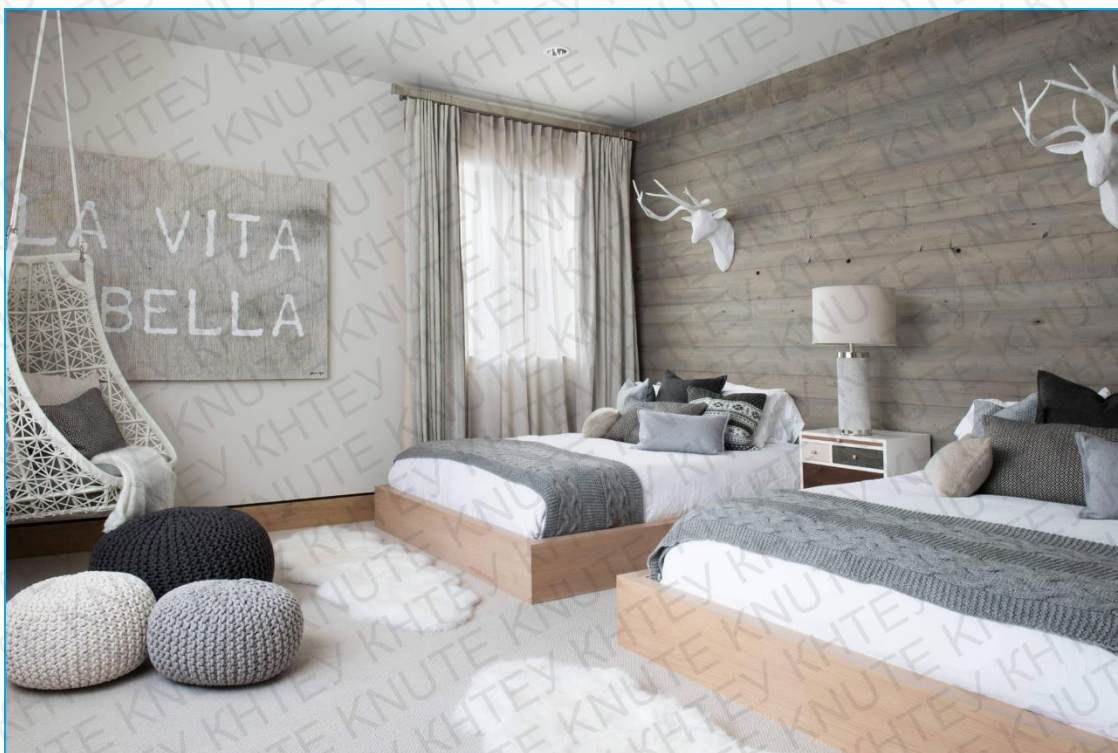


Рис.6 Номер категорії напівлюкс



Рис.7 Застосування панорамних вікон в інтер'єрі

Вартість загальнобудівельних робіт готелю-садиби «Хуторянка»

№ глави	Витрати	Орієнтоване співвідношення	Сума, тис. грн
<i>Розділ А. Базисна вартість будівництва</i>			
1	Підготовка території будівництва.	1% по гл. 2	256,40
2	Основні об'єкти будівництва, у т.ч.	дані розрахунки з них:	
2.1	Загальнобудівельні роботи.	60%	15384,0
2.2	Електротехнічні	6%	1538,4
2.3	Сантехнічні	5%	1282,0
2.4	Зв'язок та сигналізація.	2%	512,8
2.5	Устаткування, меблі та інвентар.	27%	6922,8
	Разом за главою 2		25640,0
3	Об'єкти підсобного та обслуговуючого призначення.	1% гл.2	256,40
4	Об'єкти енергетичного господарства.	0,2% гл.2	51,28
5	Об'єкти транспортного господарства та зв'язку.	0,2% гл. 2	51,28
6	Зовнішні мережі та споруди водопостачання, каналізації, теплопостачання	2% гл. 2	512,8
7	Благоустрій і озеленення території.	1% гл. 2	256,40
	Разом за главами 1-7		27024,56
8	Тимчасові будівлі та споруди.	0,5% гл.1-7	135,12
9	Інші роботи та витрати.	3,7% гл.1-7	999,9
	Разом за главами 1-9		28159,58
10	Утримання дирекції (технічний нагляд) об'єкта, що будується, та авторський нагляд.	2% за гл. 1-7	540,49
11	Підготовка експлуатаційних кадрів.	0,2% гл.1-9	56,32
12	Проектні та вишукувальні роботи.	2,5% гл.1-7	675,61
	Усього. Базисна вартість будівництва.		29432,0
<i>Розділ Б. Кошти на компенсацію витрат, пов'язаних із ринковими умовами проведення будівництва</i>			
1	Обов'язкові платежі (податки та збори).	38% гл.1-9	10700,64
2	Резервний компенсаційний фонд Замовника.	2% від суми базисної вартості	588,64
	Всього по розділу Б		11289,28
	Разом вартість будівництва		40721,28

**Планування фонду заробітної плати працівників готелю-садиби
«Хуторянка» на 2022 рік**

Посада	Кількість посадових одиниць	Посадовий оклад, грн.	У розрахунку на місяць, грн.		Сума тарифної частини ФОП на місяць	Разом фонд оплати праці
			Доплати за майстерність	Надбавки за інтенсивність праці		
АДМІНІСТРАЦІЯ						
Директор	1	22000	700	700	23400	23400
Секретар	1	8000			8000	8000
Головний бухгалтер	1	15000	500	500	16000	16000
Бухгалтер	1	9000		200	9200	9200
СЛУЖБА ПРИЙОМУ ТА РОЗМІЩЕННЯ						
Менеджер Front Office	2	9100		300	9400	18800
Покоївка	5	6200			6200	31000
ТЕХНІЧНА СЛУЖБА						
РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО						
ВИРОБНИЧИЙ ПІДРОЗДІЛ						
Шеф-кухар	1	14000	500	500	15000	15000
Кухарі	2	9700			9700	19400
Мийник посуду	1	6000			6000	6000
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ОБСЛУГОВУЮЧИЙ ПІДРОЗДІЛ						
Адміністратор торговельної зали	1	9000		300	9300	9300
Офіціант	4	6000			6000	24000
Бармен	2	6200			6200	12400
Разом	22	120200	1700	2500	124400	192500

Витрати на сировину, продукти, закупівельні товари ЗРГ при готелі-садиби «Хуторянка»

Сировина та продукти	Потреба продуктів на рік	Роздрібна ціна за 1 кг, грн.	Вартість, тис. грн.
Яловичина вирізка	1095,0	130,0	142,4
Телятина вирізка	1314,0	130,0	170,8
Качина грудка	766,5	150,0	115,0
Свинина	1569,5	120,0	188,3
Телячий язик	511,0	111,0	56,7
Дорадо філе	766,5	380,0	291,3
Судак філе	182,5	200,0	36,5
Сібас філе	766,5	200,0	153,3
Шинка	109,5	200,0	21,9
Яйце куряче	20440,0	2,6	53,1
Майонез 67%	328,5	50,0	16,4
Сметана 15%	511,0	70,0	35,8
Молоко 2,6%	2482,0	26,6	66,0
Сир Мисливський	766,5	200,0	153,3
Бринза	219,0	140,0	30,7
Сир кисломолочний	1387,0	70,0	97,1
Масло вершкове 82,6%	730,0	150,0	109,5
Вершки 33%	1022,0	70,0	71,5
Макаронні вироби	547,5	32,0	17,5
Цукор	2080,5	14,5	30,2
Какао	255,5	70,0	17,9
Борошно пшеничне	3905,5	15,0	58,6
Кукурудзяна крупа	839,5	11,0	9,2
Олія соняшникова	1314,0	31,9	41,9
Волоські горіхи	766,5	70,0	53,7
Родзинки	292,0	90,0	26,3
Мак	401,5	40,0	16,1
Рис	1314,0	35,0	46,0
Помідори	1460,0	60,0	87,6
Цибуля ріпчаста	1825,0	14,0	25,6
Морква	3029,5	15,0	45,4
Кабачки	730,0	48,0	35,0
Печень болгарський	1095,0	70,0	76,7
Гарбуз	1788,5	12,0	21,5
Огірки	1788,5	50,0	89,4
Баклажан	1277,5	50,0	63,9
Печериці	620,5	40,0	24,8
Картопля	5365,5	16,0	85,8
Білі гриби	876,0	70,0	61,3
Лимон	1095,0	40,0	43,8
Журавлина	438,0	50,0	21,9
Груша	219,0	80,0	17,5
Банан	146,0	29,5	4,3
Яблуко	2555,0	15,5	39,6
Апельсин	2628,0	28,5	74,9
Грейпфрут	1460,0	40,0	58,4
Разом			3004,4