

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

# **ВИПУСКНИЙ КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ПРОЕКТ**

**на тему:**

## **ПРОЄКТ КОНГРЕС-ГОТЕЛЮ В МІСТІ КИЄВІ**

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

Харук Олександра  
Ігорівни

*підпис студента*

Науковий керівник  
к.е.н., доц.

Сидоренко Тетяна  
Миколаївна

*підпис керівника*

Науковий консультант  
к.т.н., доц.

Заварзін Олег  
Олександрович

*підпис консультанта*

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

Ведмідь Надія  
Іванівна

*підпис керівника*

Київ 2021

**Київський національний торговельно-економічний університет**

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Спеціалізація «Готельний і ресторанный девелопмент»

Затверджую

Зав. кафедри готельно-ресторанного  
бізнесу

проф. Бойко М.Г.

“ ” 2021 р.

**Завдання****на випускний кваліфікаційний проект студентіві**

Харук Олександрі Ігорівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускного кваліфікаційного проекту: Проект конгрес-готелю в місті Києві . Затверджена наказом ректора від “29 ” 12 2020 р. № 3954

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

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

Мета випускної кваліфікаційної роботи – проектування об'єкта готельного і ресторанный бізнесу за результатами оцінювання впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на розвиток готельної та ресторанный справи.

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

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

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

Розділ _____	Консультант _____
<i>(прізвище, ініціали)</i>	<i>Підпис, дата</i>
Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 2. Архітектура.	
Дизайн	Заварзін О.О.

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

Вступ (інвестиційна ідея проекту )

Розділ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС

1.1. Концептуальне рішення. Локація

1.2. Функціональні характеристики

1.3. Сервісна концепція

1.4. Організаційний дизайн

Розділ 2. АРХІТЕКТУРА І ДИЗАЙН

2.1. Екстер'єр та інтер'єр

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

Розділ 3. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ

3.1. Цінова політика. Фінансові результати проекту.

3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту

Висновки

## 6. Календарний план виконання проекту

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

7. Дата видачі завдання: 12.11.2020 р.

8. Керівник випускного кваліфікаційного проекту Сидоренко Т.М.  
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми

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

10. Завдання прийняв до виконання студент

Харук О.І.  
(прізвище, ініціали, підпис)

11. Відгук керівника випускного кваліфікаційного проекту

Студентка Харук О.І. виконала випускну кваліфікаційну роботу у повному обсязі, згідно виданого завдання та затвердженого графіку.

Студентка обґрунтовано довела необхідність та перспективність проектування конгрес-готелю у м. Києві, на основі маркетингових досліджень аргументувала обраний тип та концепцію готельного підприємства, визначила локацію й цільовий сегмент. У проекті були запропоновані дизайнерські рішення приміщень класу люкс у стилі лофт для споживачів, концепт формату, розроблено організаційну структуру готельного підприємства. На основі розрахунків було визначено прогнозований обсяг прибутків і доходів; визначено загальну площу та склад готелю, обґрунтовано період окупності проектованого бізнес-проекту.

Випускна кваліфікаційна робота оформлено згідно вимог. Випускна кваліфікаційна робота є кваліфікованою випусковою працею і рекомендується до захисту в ЕК

12. Керівник випускної кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки Харук О.І. \_\_\_\_\_  
(прізвище, ініціали)

Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_  
Ведмідь Н.І.  
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
(підпис, прізвище, ініціали)

“ \_\_\_\_\_ ” 2021р.

**ЗМІСТ**

ВСТУП (Резюме готелю) .....	7
<b>Розділ 1. КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС</b>	
1.1. Концептуальне рішення. Локація .....	9
1.2. Функціональні характеристики.....	14
1.3. Сервісна концепція.....	19
1.4. Організаційний дизайн.....	22
<b>Розділ 2. АРХІТЕКТУРА І ДИЗАЙН</b>	
2.1. Екстер'єр та інтер'єр .....	25
2.2. Дизайнерське рішення номера готелю.....	32
<b>Розділ 3. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ</b>	
3.1. Цінова політика. Фінансові результати проекту. ....	34
3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту.....	45
ВИСНОВКИ.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	50
ДОДАТКИ.....	54

## ВСТУП

У зв'язку з значною кількістю туристів, як іноземних так і туристів, які подорожують по Україні, попит на готелі та апаратаменти швидкими темпами зростає. Відомі українські курорти пропонують туристам великий вибір сімейних готелів, з декількома номерами, готелі місцевих брендів, які мають в наявності великі готельні номери, втім великих мережевих готелів, а тим паче готелів, що працюють під міжнародними брендами з відповідним рівнем сервісу досі залишається обмаль.

Іноземні туристи, подорожуючи до тієї чи іншої країни, бажають не лише подивитись краєвиди та познайомитись з місцевим колоритом. Також туристи обирають певний рівень сервісу. І тут варто наголосити, що сімейні готелі та готелі місцевих брендів часто можуть не відповідати бажаному рівню сервісу. Обираючи для свого відпочинку сімейний готель, турист не знатиме чого очікувати, не знатиме ані який сервіс його очікує: яка буде кухня, чи буде в готельному номері чисто, чи розмовлятиме персонал на його рідній мові, тощо. Популярною гілкою в готельній сфері є конгрес-готелі. Вони користуються великим попитом для бізнесменів, гостей які багато подоржують по роботі, локація має бути зручною ,бажано в центрі міста. Мають бути всі умови для зручності в роботі, великі зали для конференцій, доступ до інтрнету, якісний сервіс та стильний дизайн.

*Метою випускного кваліфікаційного проекту є проектування конгрес-готелю за результатами оцінювання економічних, маркетингових, виробничих факторів, а також з урахуванням екологічних, ергономічних та інженерних вимог.*

Відповідно до мети, завданнями роботи є:

- розробка загальної концепції готелю, інтер'єру та екстер'єру;
- визначити конкурентів та стратегію по боротьбі за лідерством;
- обґрунтувати місце розміщення готелю;
- визначити цільову аудиторію споживачів;
- розібрати правила охорони праці;
- розробити стратегію роботи, правильне розділення обов'язків;

- обґрунтувати цінову політику закладу гостинності;
- розробити прогноз результатів фінансової діяльності закладу виходячи з потреб забезпечення необхідного соціального і виробничого розвитку, окреслити ризики реального інвестиційного проекту.

*Об'єкт дослідження* – процес бізнес-проекування об'єкта готельного за визначеним типом.

*Предмет дослідження* – конгрес-готель на 120 номерів у місті Києві.

*Методи дослідження:* аналіз, порівняння, систематизація, моделювання, експеримент, розрахунковий метод, узагальнення.

При підготовці дипломного проєту використовували правові та законодавчі акти України, інтерв'ю готельєрів, реклама, соціальні мереж, Інтернет, преса українська та зарубіжна, аналітичні дані, наукові статті по сфері "HoReCa".

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх застосування при здійсненні проектування готельного підприємства у місті Києві, були розроблені концепції для управління господарською діяльністю підприємства. Також задовольнити різноманітні забаганки потенційних споживачів у отриманні високоякісного обслуговування й отримання значної кількості додаткових послуг при проживанні в готельному закладі.

*Апробація.* Результати дослідження були опубліковані в збірнику статей магістрів (Дод. А).

*Структура та обсяг випускного кваліфікаційного проєкту.* Випускний кваліфікаційний проєкт складається із вступу, трьох розділів, висновків до розділів, висновків, загальним обсягом 54 сторінки, 6 додатків, 6 ілюстрацій, 21 таблиць списку використаних джерел з 32 од., загальним обсягом 8 сторінок додатків. Основний текст викладено на 50 сторінках.



## РОЗДІЛ І

### КОНЦЕПЦІЯ. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС

#### 1.1. Концептуальне рішення. Локація.

Особливістю конгрес готелю є високотехнічна оснащеність і обов'язкова наявність декількох конференц-залів різної місткості, високого рівня обслуговування, а також знання обслуговуючим персоналом кількох іноземних мов. Зайняті люди люди, є аудиторією конгрес та бізнес готелів, найважливішим для них є час, тому коли настає час вибрати готель важливу роль відіграє його локація. Конгрес-готелі забезпечують гостям якісне та швидке бізнес-обслуговування: від послуг трансферу до конференц-залу. У конгрес - готелях надаються такі послуги, як доставка свіжої кореспонденції, організацією бізнес заходів за замовленням, юриста, перекладача тощо, через рецепцію гості можуть замовити білети, взяти автомобіль на прокат. Весь готель обладнаний новою прогресивною технікою, всюди працює WIFI та все що потрібно для роботи.

Вирішальну роль при виборі готелю гостем є впровадження в готель будь-яких технічних новинок безсумнівно буде плюсом. Щоб готель був успішним обслуговування постійних гостей в конгрес-готелі мають відповідати певним стандартам:

- розташування готелю має бути не далеко від громадських та адміністративних центрів міста
- одномісні номери мають переважувати у номерному фонді.
- необхідністю є, наявністю робочого місця у кожному номері
- необхідно щоб були апартаменти , так як у конгрес –готелі сімейні пари з діти не є рідкістю.
- наявність гарно обладнаних конференц- залів та кімнат для переговорів для проведення ділових зустрічей.
- неподалік від готелю мають перебувати служби фінансового забезпечення: банківські відділення, пункти обміну валюти тощо.

- наявність бару і ресторану на території готелю У складі об'єкта має бути ресторан і бар, а також послуга доставки їжі в номер.
- у готелі має бути паркінг [46].

З метою позиціонування проєктованого готелю на ринку готельних послуг розробимо його концепцію та визначимо основну ідею функціонування з орієнтуванням його на певні сегменти споживчого ринку. Характеристику концепції діяльності проєктованого готелю занесемо в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

### Концептуальне рішення проєктованого готелю

Спеціалізація	Обслуговування гостей і надання додаткових послуг
Категорія	5*
Номерний фонд	120
Місце знаходження	м. Київ
Форма власності	Приватна
Організаційна структура управління	Лінійна
Споруда готелю	окрема споруда
Стиль дизайну	авторський, лофт
Контингент споживачів	обслуговування осіб, що займаються діловою і професійною діяльністю
Основні послуги	ресторан, бар, бізнес-центр
Додаткові послуги	конференц-зали, переговорні кімнати, басейн, спа, фітнес-зал івент холи ресторан бар
Інфраструктура	
Режим роботи	24 години

Склад основних та додаткових служб конгрес-готелю необхідно визначити у відповідності до основних функцій, що виконує готельне підприємство та додаткових послуг, надаються в готельному закладі і представити у вигляді табл.1.2.

**Склад основних та додаткових служб конгрес-готелю**

Назва служб	Основні функції
Приймання і розміщення	<ul style="list-style-type: none"> <li>– продаж номерного фонду (статистика по номерам);</li> <li>– приймання гостей, їх реєстрація і розміщення;</li> <li>– створення і ведення карток гостей;</li> <li>– оброблення замовлення на бронювання (якщо в готелі непередбачений спеціальний підрозділ);</li> <li>– надання різноманітної інформації;</li> <li>– підготовка платіжних документів за послуги і розрахунок гостей;</li> <li>– координування всіх видів послуг, які надаються гостям.</li> </ul>
Номерного фонду	прибирання житлових та побутових приміщень надання додаткових послуг тощо
Ресторанного господарства	надання харчування відповідно до тарифу «повний пансіон» (FB) обслуговування в номерах (room-service)
Інженерно-технічна служба	контроль за технічним станом устаткування, обладнання, автоматики тощо

Приміщення вестибюльної групи в себе включають : вестибюльню, приміщення для прийому і розміщення гостей, приміщення для збереження і транспортування багажу, гардероб, бізнес-центр, туалетні кімнати, відділення банку тощо. У вестибюлі готелю повинні бути створені необхідні умови для зустрічей і відпочинку туристів.

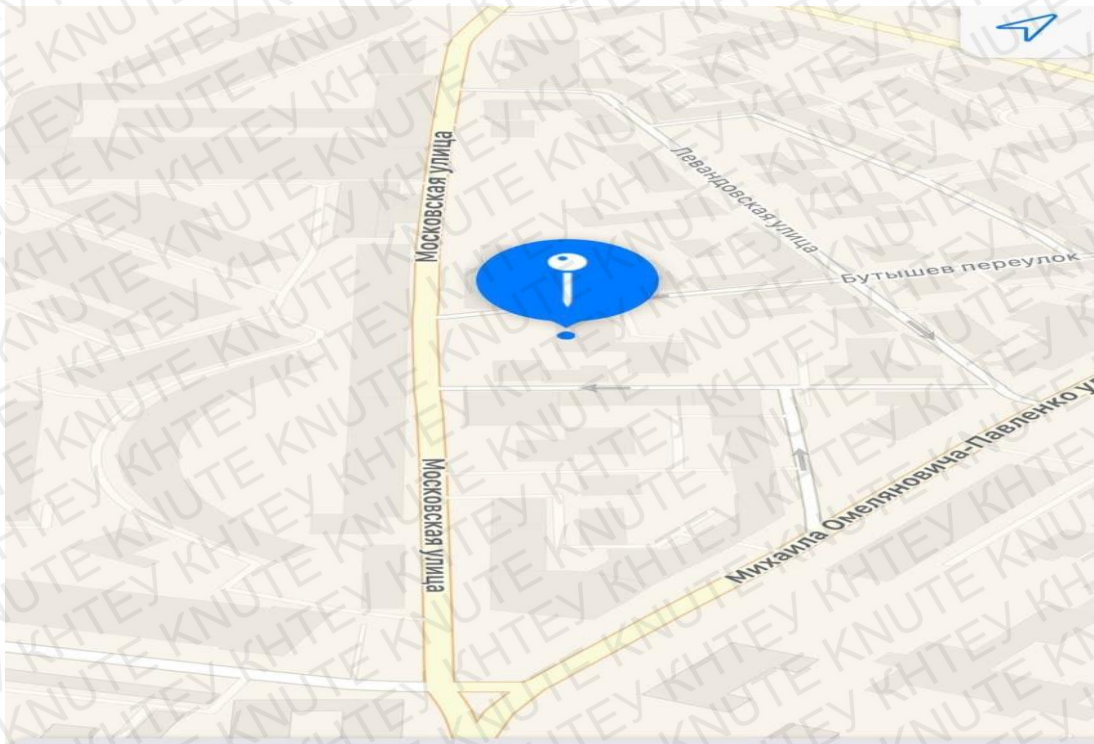
Усі служби обслуговування повинні бути забезпечені засобами візуальної інформації (вивіски, таблички, написи) із вказанням найменування служб і часу їхньої роботи місцевою та англійською мовами.

***Локація.***

Готель, що проектується буде спрямований на обслуговування саме бізнесменів. На сьогоднішній день, діловий туризм є одним з провідних туристських напрямків у світі, та вважається найбільш перспективним видом туризму в силу своєї все сезонності, прогнозованості, орієнтації на клієнтів з високим рівнем доходу. До того ж враховуючи прогнозування що в Україні з 2021 року обсяг ділових поїздок збільшиться більш ніж у два рази, можна зробити висновки, що сьогодні існує загальна необхідність модернізації засобів розміщення для ділових відвідувачів на теренах всієї України. Разом з тим Київ, як культурний, діловий, історичний центр України є одним з

найперспективніших міст для подальшого розвитку ділового туризму та розбудови сучасних конгрес готелів ділового призначення.

І саме тому, для реалізації нашого проекту конгрес готелю, ми, вирішили що заклад буде знаходитися в центрі міста не далеко від метро “Арсенальна” на вулиці Московській, 19 (рис. 1.1) там не є багато готелів, це історична частина міста, та звідти легко дістатись до будь-яких місць Києва, а також неподалік даного готелю є багато визначних пам'яток архітектури, музеїв та ресторанів на будьякий смак.



*Рис. 1.1. Локація конгрес-готелю*

Київ приваблює туристів з усіх куточків планети своїми відомими пам'ятками, унікальними пам'ятками і приємною атмосферою. Поціновувачів мистецтва можуть зацікавити - Київський оперний театр (Національна Опера України), Національний музей мистецтв імені Варвари та Богдана Ханенків, Київський національний музей російського мистецтва.

Православні паломники можуть відвідати відому святиню Києво - Печерської Лаври. Цей історико-культурний заповідник був заснований ще за князя Ярослава Мудрого в 1051 році. У печерах Києво-Печерської Лаври до сих

пир зберігаються моці святих. У монастирі ви можете попити святу воду з підземних джерел і купити церковні сувеніри.

Софійський Собор є найголовнішою туристичною визначною пам'яткою Києва. Він привертає увагу особливо іноземних туристів. Поруч з цим найдавнішим будовою виходять відмінні фото. Усередині храму ви побачите стародавні церковні розписи і легендарну мозаїку з смальти - Оранту. Аура в київському соборі Святої Софії неповторна і незабутня.

Діловий туризм відноситься до того різновиду туризму, котрий перемогти не зміг навіть карантин, оскільки ділові поїздки неминучі. Деякі компанії можливо і скоротили кількість відряджень, проте скасувати їх повністю не можливо – це означатиме призупиння певних процесів бізнесу. Відповідно, попит на бізнес-готелі, які можуть надати для важливих переговорів всю необхідну інфраструктуру, залишається активним.

За останні п'ять років багато що змінилося. Якщо раніше туристів розважали прогулянками з видами на Дніпро і старовинні храми, то тепер гості міста приїжджають не тільки за красою міста, але і за враженнями. Багато відвідують місто, приїжджаючи на фестивалі, гастро-тури, або за «екзотикою», вирушаючи зі столиці в Чорнобильську зону.

Останнім часом влада міста все частіше підтримує міські фестивалі, а туроператори допомагають місту розробляти нові, привабливі маршрути для гостей. Така співпраця корисно всім: гості їдуть додому з приємними враженнями, багато хто повертається ще не раз, в результаті, місто і бізнес отримують кошти, які допомагають зробити Київ ще краще.

З 2019 року у столиці з'явилися нові об'єкти, які користуються у туристів підвищеною популярністю: Алея художників, Алея кохання, скляних пішохідний міст, сходи на Пейзажній алеї і оновлений парк на Володимирській гірці. Біля них за рахунок меценатів встановили нову навігацію з покажчиками до міських визначних пам'яток.

## 1.2. Функціональні характеристики.

Конгрес готель знаходиться в центрі міста або його діловому районі - в зонах, зручних для цільових груп. Наш готель знаходиться за адресою вулиця Московська 19. Він включає в себе 120 номерів. До послуг гостей в готелі - газети, ранкова кава, місцевий телефонний зв'язок, кабельне телебачення тощо. Гості можуть скористатися орендованою машиною, транспортом з аеропорту, кафетерієм, обіднім залом і ін. Є можливість організації великих конференцій та різних заходів. Це буде привертати увагу різних підприємств для корпоративних цілей.

В конгрес-готелі обов'язково будуть такі департаменти як (рис.1.2).

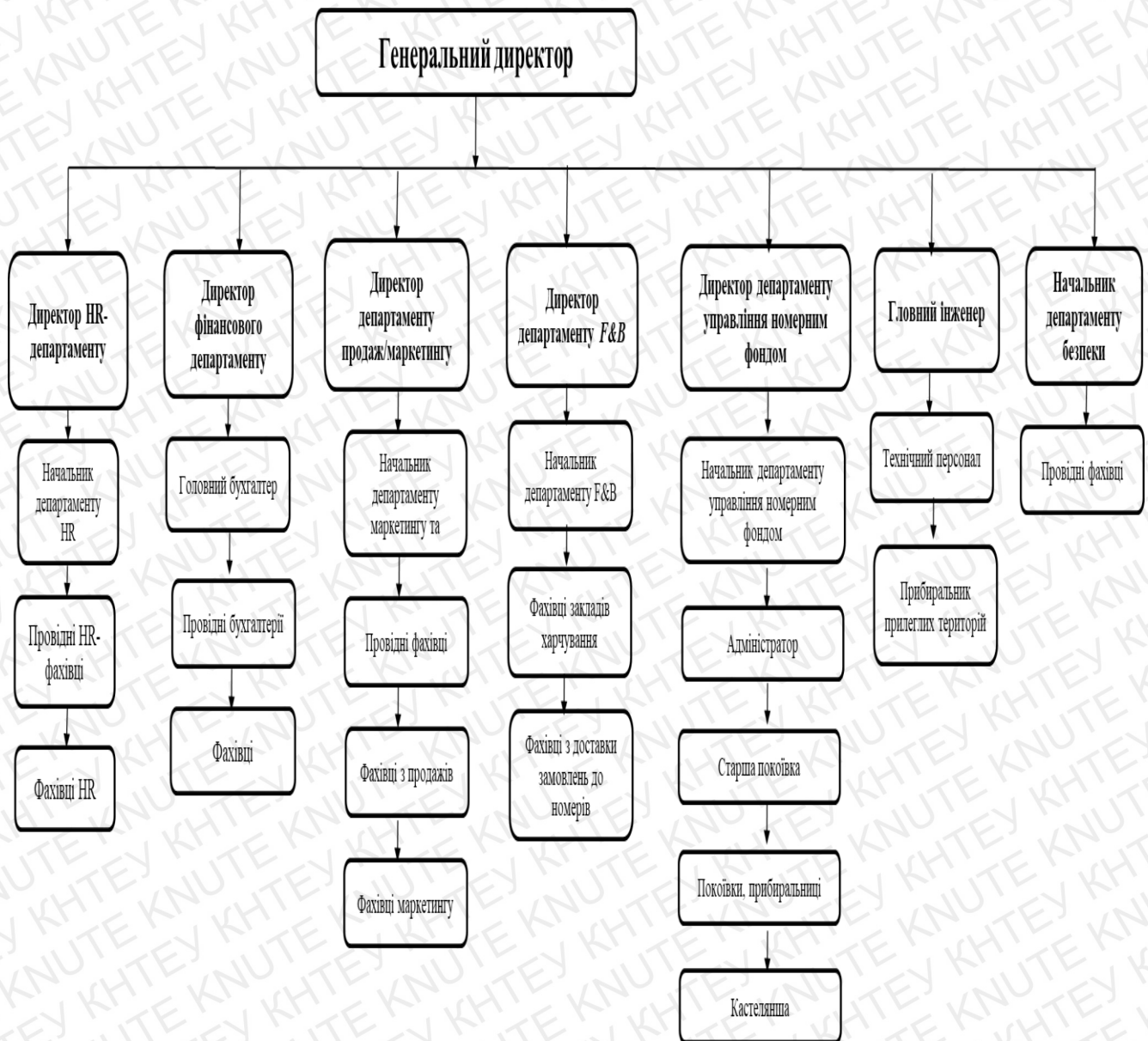


Рис. 1.2. Організаційна структура конгрес готелю

**1.HR.** Відділ займається підбором, навчанням, мотивацією персоналу готелю. Основні функції цього відділу:

- підбір співробітників;
- навчання співробітників;
- розробка та реалізація мотиваційної програми готелю;
- ведення особистих справ співробітників готелю.

**2.Фінансовий департамент/Бухгалтерія.** Бухгалтерія займається вирішенням всіх фінансових питань:

- забезпечення обліку, контролювання обігу фінансових ресурсів,
- відповідає та забезпечує готель матеріально-технічними та виробничими ресурсами.

**3.Департамент продаж і маркетингу.** До завдань маркетингової служби входить:

- визначення сегмента, на якому готель зможе мати найбільший успіх;
- складання профілю клієнта (перелік ознак, що характеризують деякого «усередненого» типового клієнта);
- визначення методів залучення клієнта;
- аналіз задоволеності клієнта послугами готелю;
- визначення цінової політики готелю;
- реклама готелю в засобах масової інформації;
- аналіз стану готелю, виявлення невикористаних можливостей з метою підвищення завантаження і збільшення доходів від усіх джерел.

**4.F&B.** Служба організації харчування здійснює обслуговування клієнтів в:

- ресторанах, барах, кафе готелю;
- проводить обслуговування банкетів і заходів в банкетних залах готелю;
- відповідає за приготування їжі, зберігання продуктів і напоїв, за прибирання приміщень на кухні, миття посуду;
- займається прийомом замовлень і доставкою їх в номери (Room service), займається контролем та поповненням продуктів і напоїв в міні-барах;

- відповідає за організацію обслуговування в їдальні для персоналу.

Сервіс має бути якісним і в тий же час не нав'язливим. Ми маємо головний ресторан в якому кожен ранок проходять сніданки в форматі шведського столу, гості мають змогу, вибрати їжу на свій смак з 6:00 до 12:00, сніданок включається в вартість проживання.

Сервіровка залу на шведський сніданок включає в себе 4 лінії:

- Холодна: там велика кількість різних сирів, ковбасних виробів, овочі, закуски, оливки, риба, молоко, пластівці, йогурти, фрукти.
- Гаряча: різні види яєчень, сирники, бекон, каші.
- Випічка: різні види свіжого хлібу, десерти, чай, кава, фреші, вода.

Європейська кухня включає в себе класичні салати (цінова політика 200-450 грн), закуски (88-388грн), основні страви – там є різні види м'яса та птиця наприклад ягня, курка, багато видів стейків (рібай, тендерлоїн, нью-йорк), дорадо, лосось, морепродукти. Азіатська кухня є австроської з різними азійськими соусами, свіжі морепродукти, рис, гострі соуси можна додати до функціональних характеристик.

Невід'ємною частиною ресторану є великий бар та велика винна карта

Бар має невелику коктейльну карту – лише класичні найпопулярніші коктейлі (Додаток Б) [17].

Ресторан має велику винну карту, вина знаходяться в спеціальних холодильниках для вин (рис. 1.3), вони є з різних країн, регіонів, років виробництва, щоб було зручно їх шукати є спеціальна папка, в якій вони розташовані по країні, регіону та алфавіту, так потрібне вино можна легко знайти. Сомельє ресторану із задоволенням допоможуть вам підібрати напої до страв. Винна карта, представлена в меню, познайомить вас із різноманітністю.





*Рис 1.3. Винний погреб*

**5. Housekeeping.** Служба з прибирання готелю або господарська служба відповідає за чистоту і порядок в готелі.

**6. Департамент продажу і маркетингу.** До завдань маркетингової служби входить:

- визначення сегмента, на якому готель зможе мати найбільший успіх;
- складання профілю клієнта (перелік ознак, що характеризують деякого «усередненого» типового клієнта);
- визначення методів залучення клієнта;
- аналіз задоволеності клієнта послугами готелю;
- визначення цінової політики готелю;
- реклама готелю в засобах масової інформації;
- аналіз стану готелю, виявлення невикористаних можливостей з метою підвищення завантаження і збільшення доходів від усіх джерел.

**7. Служба прийому та розміщення.** Головною функцією департаменту є реєстрація, бронювання, розподіл номерів, брати оплату за проживання в гостей, вести необхідну документацію та підтримувати в порядку базу даних.

**8. Керівний відділ/Адміністрація.** Несе відповідальність за організацію роботи готелю конотролює всі служби конгрес-готелю, відповідає за всі фінансові питання, за кадри персоналу, створює всі умови для комфортної праці персоналу, займаєть контролем всіх норм і правил з сервісу, охорони праці .

**9. Служба безпеки.** Основним завданням є забезпечення безпеки готелю, що передбачає вживання превентивних, організаційних і ліквідаційних заходів

щодо запобігання фізичним, фінансовим та інформаційним небезпекам і загрозам гостю, персоналу, будівлі та майну готельного господарства.

**10.Інженерний відділ.** Займається створенням умов для функціонування систем кондиціонування, теплопостачання, санітарно-технічного обладнання, електротехнічних засобів, служб ремонту і будівництва, систем телебачення і зв'язку.

**11.Відділ закупівлі.** Закупляє необхідні товари горної якості, контролює ціни ринку необхідної якості за розум і щоб це було вчасно. Контролює розмір запасів в готелі та оптимізує витрати, також велика кількість закуплених товарів при надто довгому зберіганні можуть зіпсуватися. Відділ закупівель багато співпрацює п бухгалтерією готелю, яка контролює витрачені відділом кошти, здійснює звірку цін.

В розпорядженні готелю є спеціальні зади для конференцій, ресторан, бар, бізнес-центр,банкетні зали. Гості можуть користуватися такими послугами – пральньою , хімчисткою, отримати необхідну інформацією в любий час, кіоски роздрібної торгівлі, басейни, оздоровчі клуби, тенісні корти, сауни, спортивні майданчики.

Загальний перелік послуг готелю:

- Бізнес-центр;
- Кімнати для ведення переговорів;
- Конференц-зали;
- Можливість організації зустрічей і різних банкетів, весіль, ювілеїв, а також спеціальне обслуговування від перерв на каву до офіційних банкетів;
- Надання послуг перекладачів;
- WI-FI - інтернет;
- Телефонний зв'язок;
- Обладнання для проведення конференцій: 1. екрани; 2. слайд - проектори; 3. фліп - чарти; 4. LCD-проектор; 5. телевізор; 6. магнітофон; 7. чорні, білі і фланелеві стенди; 8. стенди з папером; 9. канцелярські предмети; 10. іменні картки [44].

Крім цього сюди включені послуги секретаря, кабінки для синхронного перекладу, копіювальні апарати.

### **1.3. Сервісна концепція.**

Більшість бізнес номерів готелю обладнані новими технологіями комунікації, готель максимально турбується щоб гості могли повноцінно працювати максимально пристосовані, а не тільки для відпочинку. Також до послуг гостей у всіх номерах знаходиться: пару телефонів з набором телефонного номеру і голосовою поштою, письмовий стіл для зручної роботи, можливість з'єднання з Інтернетом влюбій точці готелю. Кожен номер обладнаний надійними сейфами.

Готель не працює виключно з бізнес - клієнтами, але для бізнес-гостей розміщення в спеціально-обладнаних номерах, в яких місце для роботи, який має обладнання під невеликий кабінет. Номер є обладний письмовим робочим столом, комфортною лампою, ергономічним офісним кріслом. Це є єдиною відмінністю від стандартного номеру, а так вони однакові по площі, з телефоном та телевізором, є в наявності також міні-бар, кондиціонер та сейф.

Конгрес-готель має перевагу над іншими готелями наявністю бізнес-центру. Він має пару конференц-залів з різними площами, кімнати для переговорів, це є додатковим заробітком, так як ці зали можуть арендувати не тільки гості готелю а різні підприємства. Є необхідне додаткове і спеціальне обладнання, котре можна орендувати в сервіс-бюро готелю яке можна замовити за невелику доплату. Є велика кількість додаткових послуг вам можуть організувати екскурсію, надати гiда, якщо вам потрібні квитки на поїзд чина літак, треба просто підійти на рецепцію вам все замовлять, борнювання столику в ресторанах на території готелю або за їх межами, цілодобово можна користуватися послугами тренажерного залу, бізнес-центру та рум-сервісу.

Гості можуть скористатись послугами трансферу (індивідуальним або груповим) добрати до аеропорту і вокзалів. Є можливість VIP-обслуговування в аеропорті, можна орендувати автомобіль, оформлення візи чи страхових полюсів. Якщо у вас невиходить з квитками в театр, вам також допоможуть.

Таблиця 1.3

## Сервісна концепція

Ознаки концепції		Характеристика ознак		
<b>Характеристика місця розташування</b>				
Країна (місце) розташування		Україна		
Адміністративний вид території		місто Київ		
Адміністративний район населеного пункту (території)		Київський		
Адреса розташування комплексу		вулиця Московська, 19		
Система проживання та харчування		Розміщення, харчування, а також користування додатковими послугами		
Тип підприємства		Конгрес-готель		
Категорія		5*		
Кадровий склад		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Керівник підприємства</li> <li>2. Заступники</li> <li>3. Керівники підрозділів</li> <li>4. Спеціалісти</li> <li>5. Обслуговуючий персонал</li> <li>6. Технічний персонал</li> </ol>		
Система управління		Лінійно-функціональна		
Стиль управління		Демократичний		
Цільовий сегмент споживачів		Бізнесмени, туристи, люди які поїхали в відрядження		
Спосіб організації та взаємозв'язку всіх груп приміщень		Блочний		
<b>Розміщення</b>				
Вид		Конгрес-готель		
Рівень комфорту		5*		
<b>Харчування</b>				
Тип закладів	Ресторан європейської кухні	Ресторан японської кухні	Лобі-бар	Бар
Організація харчування	Вільний вибір		Вільний вибір	Вільний вибір напоїв і страв
Режим роботи	6.00 – 00.00 (без вихідних)		00.00 – 00.00 (без вихідних)	10.00 – 00.00 (без вихідних)
<i>Продовження табл. 1.3</i>				
Форма обслуговування	Часткове обслуговування (за участю офіціантів)	Часткове обслуговування (за участю барменів, офіціантів)	Часткове обслуговування (за участю бармена, офіціантів)	

Дизайнерський стиль	Мінімалізм, лофт	Мінімалізм, лофт	Мінімалізм, лофт
<b>Побутове обслуговування</b>			
Тип		Пральня, хімчистка	
Режим роботи		7.00 – 18.00 (понеділок, середа, п*ятниця)	
Дизайнерський стиль		Європейський	
<b>Культурно-дозвілєві послуги</b>			
Тип		Режим роботи	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Більярдна кімната</li> <li>• Дитяча кімната</li> <li>• Кімната для настільного тенісу</li> </ul>	По днях	По годинах	
	Понеділок – неділя	10.00 – 20.00	
<b>Рекреаційні послуги</b>			
Тип	Басейн	Тренажерна зала	
Режим роботи	8.00 – 20.00 (без вихідних)	7.00 – 20.00 (без вихідних)	

Під час розроблення концептуального рішення конгрес-готелю у м. Київ було обрано блочний спосіб організації та взаємозв'язку всіх груп приміщень (корпусний), оскільки він економічний у будівництві та технічній експлуатації. заклад пропонує бездоганне обслуговування, а гостинна команда забезпечить усі умови для повноцінного відпочинку. Тому ми пропонуємо оригінальне та з неймовірними краєвидами з номерів місце для мандрівників, підприємців, бізнесменів, творчих людей – для тих, хто цінує знає справжні цінності в житті.

Більшість клієнтів конгрес готелю це VIP-клієнти. Це має на увазі особливий, індивідуальний сервіс, потреби таких клієнтів в значній мірі відрізняються від звичайних. Ціна для них не так важлива, як комфорт і престиж (Додаток В) [45]. Ці клієнти не тільки заможні, а й вимогливі до реалізації. Їх цікавить можливість вибору будь-якої програми туру і окремих її складових таких як: найбільш відповідний готель, авіакомпанія, можливість оренди втомобіля або пересування на власному. Як правило, такі люди багато подорожують, тому слід пропонувати їм нові і неординарні ідеї відпочинку. Готель планується в мінамалістичном але в одночас вишуканом стилі, ресторан та бари виглядають в європейськом стилі з коштовним посудом та вишуканими меблями.

## 1.4. Організаційний дизайн.

Організаційний дизайн - є творчим методом, процесів і результатів проектування підприємства, його процесів і систем, орієнтований на досягнення як найповнішої відповідності створюваних структур, процесів і середовища можливостям і потребам зацікавлених сторін (стейкхолдерів). У той же час, він є творчою діяльністю, метою якої є визначення формальних якостей підприємства. Ці якості включають і зовнішні ознаки, але головним чином ті структурні та функціональні взаємозв'язки, які перетворюють підприємство на єдине ціле як з погляду споживача, так і з погляду власників, інвесторів і менеджменту (рис. 1.4).

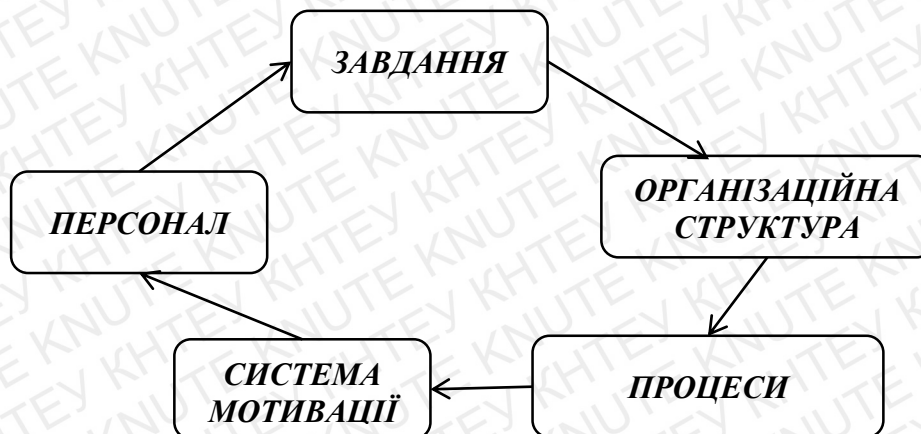


Рис. 1.4. Організаційний дизайн корпоративного готелю

Основні служби готелю:

1. Служба управління номерним фондом (Room division).
2. Адміністративна служба (Administration Department).
3. Служба організації харчування (Food and Beverage Department).
4. Комерційна служба (Sales and Marketing Department).
5. Інженерно-технічна служба (Technical Department).

Так само в готелі є всілякі додаткові служби: кіоск квітів, пункт обміну валют, кіоски аптечних товарів, оренда автотранспорту. Штат співробітників цих підрозділів не входить в персонал готельного підприємства, а є орендарями.

Служби готелю діляться з фінансовою ознакою на центри прибутку (ресторан, бар, служба прийому і розміщення та інші.) І центри підтримки (секретаріат, бухгалтерія, відділ навчання, рекламний відділ і інші).

Найбільшою службою по числу співробітників є служба управління номерним фондом. У ній трудитиметься 50% співробітників готелю. Персонал стійки прийому і розміщення, фахівці відділу бронювання, співробітники телефонної станції, службовці бізнес - центру, персонал об'єднаної сервісної групи (відділ порт'є). Цю службу очолюватиме керівник (Front Office Manager).

Співробітники служби прийому і розміщення здійснюватимуть бронювання номерів, реєстрації та розміщення гостей за номерами, прийом гостей. Співробітники цієї служби є першими і останніми, хто зустрічає та проводить гостей, постійно знаходяться в контакті з ними. Також до служби входять: кур'єр, паркувальники автомашин, гардеробники і інші.

Господарська служба, здійснює обслуговування гостей в номерах, надає побутові послуги клієнтам, підтримує необхідний санітарно-гігієнічний стан громадських приміщень і гостьових кімнат.

Адміністративна служба включає в себе: відділ кадрів, розрахункову частину, секретаріат. Всі фінансові питання готелю вирішуватиме бухгалтерія. До складу цього підрозділу входять: головний бухгалтер, заступник головного бухгалтера [43].

Відділ кадрів займатиметься вирішенням питань розстановки персоналу, організацією навчання та підвищенням кваліфікації.

Служба харчування забезпечуватиме харчуванням клієнтів в ресторанах, кафе, барі: проводитиме обслуговування заходів, банкетів: нестиме відповідальність за приготування їжі, зберігання напоїв і продуктів: за прибиранням приміщень на кухні, миття посуду: займатиметься прийомом замовлень і доставкою їжі в номери. Служба включатиме в себе: відділ банкетного обслуговування, відділ обслуговування бару, кейтеринговий відділ, службу обслуговування на поверхах, службу стюардингу, їдальню для персоналу, відділ ресторанного обслуговування, кухню. Очолюватиме службу організації харчування менеджер. Склад служби: шеф - кухар, бармени,

офіціанти, метрдотелі, кухарі, касири в ресторанах і кафе, персонал робітничій їдальні, прибиральники, і т.д.

Комерційна служба розглядатиме питання стратегії продажів, відповідатиме за завантаження готелю, проводитиме дослідження ринку, відповідатиме за висновок корпоративних договорів, здійснюватиме інформаційно-рекламну діяльність готелю.

Інженерно - технічна служба стежитиме за справністю технічного обладнання в готелі.

В готелі не можливо виділити не одну службу, яка була б головною. Всі служби є однаково важливими і потрібними. Кожна вносить свій певний внесок і успіх в розвиток готелю. Для якісного обслуговування клієнтів в готелі, всі служби повинні між собою бути тісно пов'язані і співпрацювати. Для цього керівництво готелю мотивує своїх співробітників бонусами, кар'єрним зростанням, преміями, додаткові вихідні, а також корпоративним відпочинком.



## РОЗДІЛ II

### АРХІТЕКТУРА ТА ДИЗАЙН

#### 2.1. Екстер'єр та інтер'єр.

Сучасні відвідувачі готельних підприємств готові навіть заплатити більше коштів, але проживати у цікавому та стилізованому приміщенні, які спеціалізуються на обслуговуванні на певному сегменту ринку споживачів. У конгрес-готелі туристи зможуть розміститись у номерах з сучасним технологічним оснащенням. Проектований готель буде виконаний у стилі лофт і мінімалізм (рис. 2.1).



Рис 2.1. Конгрес- готель

Відмінні риси лофт в інтер'єрі:

- *планувальні рішення.* Відкрите планування, практично повна відсутність перегородок. Всі функціональні зони поділяються за допомогою різних видів зонування (колір, світло, легкі меблі або скляні перегородки).
- *матеріали і текстури.* Груба місцями оббита штукатурка, необроблений бетон і цегляна кладка. Відкриті конструктивні елементи та інженерні комунікації: балки, колони, ферми, труби, є неповторним елементом лофтового інтер'єру.

- *Кольори.* В інтер'єрі в стилі лофт переважно використовуються тьмяні, «вигорілі», «витерті» кольору, що викликають асоціації з виробництвом, будівництвом, горищем. Кольори бетону, цегли, міді, металу, зістареної деревини контрастують з білим і іншими світлими кольорами холодного спектру, іноді присутні точкові краплення яскравих кольорів у вигляді елементів декору.
- *Стіни і підлога.* В інтер'єрі лофт повинні виглядати так ніби вчора вивезли верстати, обладнання. Неоднорідні поверхні, грубі фактури, що виступають конструкції. Для підлоги характерна текстура бетону, але для створення теплоти, затишку і практичності також використовують зістарену паркетну дошку або керамічну плитку.
- *Вікна.* Вікна великі, в ідеалі, панорамні майже на всю стіну, не обтяжені шторами і гардинами та іншим текстильним оздобленням. Колір рам, в основному, зістареної деревини, темно-коричневий або чорний.
- *Стеля.* Високі стелі є невід'ємною частиною стилю лофт. Чим більше світла і простору буде в такому приміщенні, тим краще. Стеля необроблена, бетонна, можлива обробка деревиною, але обов'язково з будь-якими відкритими конструктивними елементами (вентиляційні труби, балки).
- *Меблі.* В першу чергу, повинні бути функціональними і лаконічними. У стилі лофт використовується мінімальна їх кількість, розміщуючи уздовж стін, щоб уникнути відчуття «порожнього» не заселеного житла. Меблі по стилю можуть бути практично будь-які. Найбільш вдало в інтер'єрі виглядає поєднання меблів протилежних стилів і фактур.
- *Освітлення.* Характерне використання різнопланових джерел освітлення, крім основної функції відіграють роль сполучного елемента інтер'єру. За допомогою великої кількості світильників простір зонуватиметься, підкреслюючи кожен житлову зону або, навпаки, об'єднуювати приміщення. При виборі освітлювального обладнання необхідно керуватися матеріалами з яких вони виготовлені. Схвалюється метал, дерево, бетон, скло.
- *Декор.* Вінтажні рекламні постери, сміливі графіті, чорно-білі фотографії, картини, вказівні знаки, оригінальні статуетки, скульптури і вази.

Елементи декору на ваш смак, вони підкреслять індивідуальність та унікальність інтер'єру. Правильно підібраний декор зробить простір цілісним, наповненим і живим.

*Основні риси запропонованого стилю типу мінімалізм:*

- світлий об'ємний простір, всі деталі мають суто функціональне призначення;
- мінімальний поділ на приміщення, превалює умовне зонування світлом, формою, текстурою;
- різноманітне багаторівневе освітлення;
- колірна гамма переважно світла (білий, відтінки сірого) контрастує з чорним, сірим, кольорами натурального дерева. Другий варіант колористичного сценарію – гра напівтонів, без кричущих акцентів;
- домінують глясові фактури, скло, метал, часто використовуються матеріали з грубою фактурою: камінь, цегла, бетон або штукатурка;
- прості форми в меблях, відсутність декору;
- великі вікна з легкими шторами, а деякі номери і взагалі без них, лише сонцезахист у вигляді ролет або жалюзі;
- обрано один домінуючий колір - з білих або сталевих відтінків.

Інтер'єр може бути яскравим, якщо сталеві і білі стіни прикрасити барвистими картинами або вибрати меблі з яскравими вставками. Вигнуті, незвичайні форми багатофункціональних меблів - ось що повинно бути присутнім в дизайні стилю футуризм. Використовуючи неонові лампи і світлодіоди ми домоглися зонування простору і його розширення.

- основні кольори готелю – білий та чорний. Також присутні елементи синього кольору завдяки окремим предметам або підсвітці, яка буде створювати сині відтінки, що подібні до космічного стилю. Інтер'єр складений з використанням тільки сучасних матеріалів - високоміцний пластик, мармур, багат шарове скло різних відтінків, металізовані поверхні [1].

Функціональні зони окремих груп приміщень конгрес-готелю залежать від місткості а також умов експлуатації. Розрізняють такі групи житлових та нежитлових приміщень визначимо площу та склад приміщень (табл. 2.1).

## Загальний склад та площа приміщень готелю

№	Найменування приміщення	Площа, м2
<b>Приймально-вестибюльні</b>		<b>170</b>
1	Вестибюль	90
2	Служба прийому та реєстрації	20
3	Пункт зв'язку	8
4	Кімната чергового персоналу	7
5	Службовий санітарно-технічний блок	9
6	Швейцарська і приміщення носильників	10
7	Камера схову	10
8	Приміщення охорони	6
9	Медпункт	10
<b>Приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення</b>		<b>117</b>
1	Тренажерна зала	70
2	Сауна	35
3	Масажний кабінет	12
<b>Приміщення культурно-дозвільного призначення</b>		<b>60</b>
1	Конференц-зал	60
<b>Житлові приміщення</b>		<b>930</b>
1	Номери апартаменти	190
2	Номери люкс	100
3	Номери стандарт одномісний	140
4	Номери стандарт двомісний	500
<b>Приміщення поверхового обслуговування</b>		<b>124</b>
1	Хол	60
2	Приміщення старшої покоївки	12
3	Комора брудної білизни	6
4	Комора прибирального інвентаря	6
5	Площадка розбирання брудної білизни при білизнопроводі	6
6	Кімната побутового обслуговування	6
7	Приміщення для зберігання візків покоївок	12
8	Приміщення чищення взуття	6
9	Санвузол персоналу (унітаз, умивальник, душ)	4
<b>Господарсько-виробничі</b>		<b>72</b>
1	Перукарня	30
2	Хімчистка	14
3	Ремонт взуття	8
4	Ремонт ювелірних виробів	10
5	Майстерня	10
<b>Складські приміщення</b>		<b>80</b>
1	Склад для білизни та інвентарю	10
2	Склад для мийних хімічних засобів	10
3	Склад для меблів та обладнання	50
4	Склад для запасних деталей та пристроїв	10
<b>Адміністративно-побутові</b>		<b>50</b>
1	Кабінет директора	18

2	Бухгалтерія	10
3	Відділ кадрів	10
4	Відділ постачання	12
<b>Технічні приміщення</b>		<b>30</b>
1	Інженерно-технічний відділ	12
2	АТС	8
3	Електрощитова	5
4	Бойлерна	5
<b>Разом площа закладу без приміщень ресторану</b>		<b>5120</b>

Таким чином, ми розрахували попередню потребу в площі під основні готельні та допоміжні приміщення, за винятком приміщень ресторану, які будуть розраховані в наступному підрозділі. Загальна площа приміщень готелю становить 1633 кв. м.

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

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

$$S_p = S_k * K_1 \quad (2.1)$$

де  $S_k$  – корисна площа закладу

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

$$S_p = 1852 * 1,12 = 2074,24 \text{ м}^2.$$

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

$$S_{заг} = S_p * k_2, \quad (2.2)$$

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

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

$$S_{\text{заг}} = 5120 * 1,1 = 5632 \text{ м}^2.$$

Визначення поверховості будівлі

Кількість поверхів залежить від таких факторів:

- містобудівні умови (площа земельної ділянки та її конфігурація, тип закладу за способом розміщення тощо);
- тип та потужність закладу.

Площа поверху будівлі ( $S_n$ ) визначається за формулою:

$$S_{\text{пов}} = \frac{S_{\text{заг}}}{n} \quad (2.3)$$

де  $n$  - кількість поверхів.

$$S_{\text{пов}} = 5632/2 = 1126,4 \text{ кв. м.}$$

До групи житлових приміщень входять житлові кімнати, приміщення поверхового обслуговування, приміщення громадського призначення. Номерний фонд проєктованого закладу розміщення представимо у вигляді [2] табл. 2.2.

Таблиця 2.2

### Характеристика номерного фонду конгрес-готелю на 120 номерів

№ з/п	Тип номеру	Характеристика	Кількість місць	Кількість номерів
1.	Апартаменти з вітальнею	Номер з двох житлових кімнат та повного санвузла, містить такі кімнати: спальня, вітальня, повний санвузол містить умивальник, душ і унітаз	2-3	12
2.	Люкс (люкс видовий)	Номер з двох житлових кімнат та повного санвузла, містить такі кімнати: спальня, вітальня, повний санвузол містить умивальник, душ і унітаз	2	50
3.	Стандарт (одномісний)	Номер оснащений одним односпальним ліжком та оснащений повним санвузлом	1	35
4.	Стандарт (двомісний)	Номер оснащений одним двоспальним ліжком та оснащений повним санвузлом	2-3	10
5.	Для інвалідів	Номер оснащений спеціальними держателями І меблі знаходяться нище	2	13
	<b>Разом</b>			<b>120</b>

Оснащеність номерів меблями та інвентарем надаємо у вигляді табл. 2.3.

– 2.6

Таблиця 2.3

### Паспорт готелю

Адреса підприємства	07300, м. Київ
Категорія відповідно до рівня комфорту	5*
Кількість номерів	120
Кількість місць	219
Кількість поверхів	5
Заклади харчування	2 ресторани, лобі-бар, бар
Типи номерів	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Стандарт одномісний (35)</li> <li>- Стандарт двомісний (10)</li> <li>- Люкс (видовий) (50)</li> <li>- Апартаменти з вітальною (12)</li> <li>- Для інвалідів-(13)</li> </ul>
Кількість поверхів	2, головний корпус – 3
Заклади харчування	2 ресторани, лобі-бар, бар
Додаткові послуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Стоянка авто</li> <li>- Хімчистка</li> <li>- Бібліотека</li> <li>- Міжміський і міжнародний телефонний зв'язок</li> <li>- Камера зберігання</li> <li>- Ігри AR</li> <li>- Перегляд AR-фільмів</li> <li>- AR-атмосфера</li> <li>- Віртуальний фітнес-зал, йога</li> <li>- Віртуальний помічник</li> <li>- Басейн</li> </ul>

Територію зорганізували максимально зеленою, освітленою та провітрюваною, де розмістили альтанки з натурального дерева та фонтан, також було облаштовано зелене паркування. Актуалізувати інтер'єр та зовнішній вигляд комплексу вдалося за рахунок використання поєднання деревини з кам'яною фактурою та металом, а також міді та світильників ручної роботи в інтер'єрі. Таке рішення дозволило створити атмосферу затишку та преміальності. Лобі перестало обмежуватися обслуговуванням виключно клієнтів готелю, отримавши можливість працювати як самостійний заклад для вечірніх заходів. Зрештою вийшло цілісне та сучасне рішення, яке вдихнуло нове життя у готельно-ресторанний комплекс [1].

Отже готель буде виконаний в стилі лофт, площа всього готелю буде 5120 м.кв. Розроблена оснащеність всього готелю та його території.

## **2.2. Дизайнерське рішення номера готелю.**

Лофт – один із найпопулярніших та найрозповсюдженіших стилів у дизайні інтер'єру. Його використовують для оформлення квартир чи будинків, шикарних ресторанів чи затишних кафе, великих офісів чи невеличких магазинів. Лофт сформувався ще на початок минулого століття і досі залишається актуальним. Лофтове оформлення – це відтворення богемних квартир, галерей чи ресторанів, які були створені у покинутих промислових будівлях Нью-Йорку 30-40-х років минулого століття. Через фінансову кризу власники заводів та фабрик закривали свої підприємства. Місцева богема Манхеттену викупила їх території, дала історичним будинкам нове життя. Номерний фонд також виконаний в стилі лофт (Додаток Г).

Сьогодні стиль лофт повторює головні риси старого:

- використання текстур та частин старих будівель у якості декору. Це може бути відкрита цегляна кладка, величезні вентиляційні труби, масивні металеві сходи. Також увагу приділяють старій керамічній плитці. Кожен скол чи потертість – уже частина дизайну;

- головні кольори – це різні відтінки коричневого, сірого, бурого. Простіше кажучи, використовується кольорова гамма промислових приміщень з історією;

- матеріали – цегла, бетон, камінь, дерево, метал. Усі вони можуть мати природні ознаки часу. Також дерево штучно зістарюють, додають йому фактури та історії.

- для декору використовують яскраві картини, плакати, предмети мистецтва;

- меблі часто виготовляють зі старих речей. До приклада, велика швейна машинка Зінгер легко перетворюється на стіл, а металевий сейф – на шафу для книг. Усі речі отримують нове життя, бо вони – частина історії;



- враховуючи те, скільки фактурних деталей зберігає лофтовий дизайн, варто зберігати відкритий простір.
- прилади освітлення – завжди цікаві та оригінальні. Це можуть бути світильники з дерева, лампи з металу, бра з коркового дерева тощо. Усе світло – м'яке, жовтувате, лагідне.

Лофт у будь-якому приміщенні – це особлива атмосфера, у якій приємно знаходитися. Усе тут нагадує про історію приміщення, але не втрачає зв'язку із сучасністю (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Оснащення номеру типу люкс

Використовуючи нормативи ДБН були проведені розрахунки норми площі приміщень до встановлених вимог положення та території готельного підприємства. Підібрані матеріали і дизайн який підходить даному конгрес-готелю та підбрали оснащення яке має бути в кожному номері. А також розроблено дизайн кімнати готельного номеру класу люкс.

## РОЗДІЛ III

### ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОПОЗИЦІЯ ПРОЕКТУ

#### 3.1. Цінова політика. Фінансові результати проекту

Для визначення обсягів діяльності готелю насамперед необхідно обґрунтувати планові обсяги реалізації послуг з тимчасового розміщення (проживання).

*Планування обсягу реалізації послуг з тимчасового розміщення (проживання)* передбачає обґрунтування кількості місць для гостей та місце-днів реалізації у плановому періоді. Заплановані обсяги діяльності засобу розміщення визначають у виробничо-експлуатаційній програмі.

Під час розроблення експлуатаційної програми засобу розміщення визначають такі показники:

- ✓ плану кількість номерів певного типу і категорії в експлуатації;
- ✓ плану пропускну спроможність;
- ✓ плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду.

#### *Завантаженість номерного фонду готелю*

Обґрунтування обсягу реалізації послуг ( $Q_{\text{пл}}$ , людино-днів) з тимчасового розміщення (проживання) на плановий період рекомендується здійснювати методом прямих розрахунків з урахуванням планової пропускну спроможності (ПС) окремих типів і категорій номерів засобу розміщення та планового коефіцієнта їх завантаженості (0,6–0,8) у різні сезони за такими формулами:

$$ПС = \sum_{i=1}^n N_i \cdot M_i \cdot D, \quad (3.1)$$

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

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

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

$$Q_{\text{пл}} = ПС \cdot K_{s,i}, \quad (3.2)$$

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

Слід також враховувати, що з урахуванням фактору сезонності та специфіки функціонування готелю, деякі підприємства можуть реалізовувати номери для наприклад, на півдоби або номери на годину. Це надає можливість готелю зменшувати нерівномірність завантаження номерного фонду і, тис самим збільшувати результативність господарської діяльності. Відповідно, це надасть можливість проєктованому готелю раціонально використовувати номерний фонд (ф.3.3)[18]

$$PC = \sum_{i=1}^n N_i \cdot M_i \cdot D \times 24/n, \quad (3.3)$$

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

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

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

$n$  – мінімально можливий період часу розміщення в готелі.

Наявність фактора сезонності у діяльності суб'єктів готельного бізнесу зумовлює при проєктуванні готелю превентивно планувати раціональне використання номерного фонду готелю (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Розрахунок пропускну́ї спроможності готелю на 120 номерів:**

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			
			міжсезоння	високий сезон	сезон	міжсезоння	високий сезон	Сезон	міжсезоння	високий сезон	сезон	разом
Апартамент з вітальнею	12	32	110	130	125	0.6	0.8	0.7	2437	7311	4874	14624
Номер Стандарт одномісний	35	35	110	130	125	0.6	0.8	0.7	2372	7117	9490	18980

Люкс	50	100	110	130	125	0.6	0.8	0.7	7000	11000	10325	28325
Номер для інвалідів	13	26	110	130	125	0.6	0.8	0.7	1000	3500	2239	6739
Стандарт двомісний	10	26	110	130	125	0.6	0.8	0.7	6417	8600	7200	22 217
<b>Разом</b>	<b>120</b>	<b>219</b>				<b>0.6</b>	<b>0.8</b>	<b>0.7</b>	<b>19226</b>	<b>37528</b>	<b>34128</b>	<b>90885</b>

*Доходи* – збільшення економічних вигод закладів у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які зумовлюють зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунок внесків власників).

*Доходи готелю* – це економічний показник, що характеризує загальну суму виручки, яку заклад отримує у результаті надання комплексу послуг для гостей у різних структурних господарських підрозділах підприємства.

Основну частину доходів готелю забезпечують *доходи від основної (операційної) діяльності* засобу розміщення. Доходи від операційної діяльності ( $D(B)_{од}$ ) готелю поділяють на чотири основні групи за джерелами походження (рис. 3.7):

- ✓ дохід від продажу номерів/місць (плата за проживання) ( $D_{нф}$ );
- ✓ дохід закладів готельного господарства та торгівлі (товарооборот) ( $D_{зрг}$ );
- ✓ доходи інших господарських підрозділів спеціального призначення залежно від типу готелю ( $D_{ігп}$ );
- ✓ інші операційні доходи ( $D_{інд}$ ).

Таким чином, дохід від операційної діяльності готелю розраховують за формулою

$$D(B)_{од} = D_{нф} + D_{зрг} + D_{ігп} + D_{ін} \quad (3.4)$$

Дохід проектного готелю розраховується виходячи із інформації щодо

- визначення тенденцій зміни розміру доходу в розрізі видів доходу;
- визначення впливу на розмір доходу цінового фактору в розрізі видів доходу;
- визначення рівня доходу, що дасть змогу отримувати очікуваний рівень прибутку, враховуючи покриття змінних та постійних витрат;

- визначення рівня прибутковості, яку забезпечує поточний рівень доходу;
- розрахунок втрат доходів, що були спричинені нетиповими факторами в роботі готелю;
- визначення впливу фактору сезонності, дня тижня на доходи;
- визначення послуг готелю, що є пріоритетними та формують основу доходу;
- оцінка резервів доходу по центрах доходу, групах послуг, напрямках бізнесу

Для розроблення цінової політики готелю, що створюється, необхідно провести маркетингові дослідження місткості конкретного ринку готельних послуг, динаміки кон'юнктури ринку, цін аналогічних готелів на території України, визначити відповідність цін середньоєвропейській практиці.

Можливості готелю щодо реалізації послуг та отримання цільових доходів і прибутку зумовлюються місткістю ринку, станом конкуренції, динамікою кон'юнктури ринку, еластичністю попиту на послуги від ціни.

У процесі планування доходів готелю необхідно визначити ціну реалізації:

- ✓ послуг з тимчасового розміщення (проживання) у готелі;
- ✓ послуг закладу ресторанного господарства;
- ✓ інших послуг.

Приклад оформлення результатів розрахунків планового обсягу реалізації послуг готелю подано у табл. 3.2, інформаційним забезпеченням якої є результати попередніх

*Таблиця 3.2*

### **Кількість замовлених послуг конгрес-готелю**

Показники	Міжсезоння	Високий сезон	Сезон	Разом за рік
1. Обсяг реалізації послуг засобу розміщення, людино-доби	19 226	37 528	34 128	90 885
2. Планова структура замовлень послуг ЗРГ, %				
2.1. Сніданки	100	100	100	

*Продовження табл. 3.2*

2.2. Вільний вибір страв	30	50	40	
3. Планова кількість замовлених послуг ЗРГ (3=1*2)				
3.1. Сніданки	19 226	37 528	34 128	90 885
3.2. Вільний вибір страв	5768	18764	13 652	38 184

Основним доходом готелю є оплата за житло , тому розпишімо ціну за номери в таблиці 3.3 та в 3.4 таблицях визначено плановий дохід .

Під час формування цін пропонується застосовувати такі методи ціноутворення (табл. 3.3).

*Витратний метод*, за яким ціну визначають шляхом планування повних витрат та нормативного рівня рентабельності або планування основних змінних витрат (наприклад у закладі ресторанного господарства) та рівня націнки ресторанного господарства.

*Дохідний метод*, за яким ціну визначають, виходячи з розміру цільового прибутку та цільового рівня рентабельності (наприклад середньогалузевого).

*Аналоговий метод*, за яким ціну визначають як аналог цін прямих конкурентів або лідерів на ринку готельних послуг.

Таблиця 3.3

### Ціни номерного фонду готелю на 120 номерів

Категорія номерів	Ціна за місце у номері		
	Міжсезоння	Високий сезон	Сезон
Апартамент з вітальною	7000	8000	7500
Стандарт одномісний	6500	7000	6700
Люкс	3000	3800	3500
Стандарт двомісний	2700	3000	3500
Номер для інвалідів	2300	2500	2100

Основним джерелом отримання доходів готелю є *дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення (проживання)*, які розраховують за формулою:

$$D_{\text{нф}} = \sum_{i=1}^n N_i M_i ДК_{zi} Ц_i, \quad (3.5)$$

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

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

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

$K_{zi}$  – коефіцієнт завантаження номерів  $i$ -ї категорії;

$C_i$  – ціна за номер (місце)  $i$ -ї категорії за добу, грн.

Плановий дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення гостей (продажу номерів) у готелі рекомендовано розраховувати за формою табл. 3.4

Таблиця 3.4

### Планування доходів (виручки) від продажу номерів у конгрес-готелі

	Кількість і місткість номерів		Плановий обсяг реалізації послуг (Qпл) людино-Діб			Ціна за номер за добу, грн			Дохід (виручка) від реалізації послуг, тис. грн		
	Міжсезоння	Високий сезон	Сезон	Разом	Міжсезоння	Високий сезон	Сезон	Міжсезоння	Високий сезон	Сезон	Разом
Апартаменти з вітальнею	2437	7311	4874	14624	7000	8000	8500	19000	27500	22300	68800
Люкс	2372	7117	9490	18980	6500	7000	6700	17340	24230	20100	61670
Люкс (видовий)	7000	11000	10325	28325	3000	3800	3500	7900	13400	11000	32300
Номер стандарт одномісний	2372	7117	9490	18980	2700	3000	3500	19000	27500	22300	68800
Номер стандарт двомісний	6417	8600	7200	22217	2300	2500	2100	6500	10050	9140	25690
Номер для інвалідів	1000	3500	2239	6739	2500	2500	2100	4340	6700	5200	16240
<b>Разом</b>	21598	44645	43618	109865	24000	26800	26400	74080	109380	90040	<b>273500</b>

Тобто ми дізналися, що приблизний дохід з номерного фонду буде -273500 тис. грн.

Для визначення доцільності а також функціональності проєктованого конгрес-готелю проведемо розрахунки отримання доходів від департаменту F&B (табл. 3.5).

**Планування доходів від реалізації продукції та послуг  
конгрес- готелю 2022 рік**

Показники	Міжсезоння	Високий сезон	Сезон	Разом за рік, тис.грн
<b>1. Планова кількість замовлених послуг харчування готелю, од.:</b>				
1.1. Сніданки	45 504	63 200	53 088	161 792
1.2. Вільний вибір страв	9 100,8	25 280	15 926,4	50 307,2
<b>2. Планова ціна послуг харчування готелю, грн:</b>				
2.1 Сніданки	200	240	200	
2.2. Вільний вибір страв	280	320	280	
<b>3. Доходи від реалізації продукції послуг харчування готелю, тис. грн:</b>				
3.1. Сніданки (входить у вартість проживання)	22 752	37 920	26 544	87 216
3.2. Вільний вибір страв	6 370,56	20 224	11 148,48	37 743,04
<b>Разом доходи від реалізації послуг харчування конгрес-готелю, тис.грн</b>	<b>29 122,56</b>	<b>58 144</b>	<b>37 692,48</b>	<b>124 956</b>

З проведених розрахунків бачимо, що в проєктованому готельному підприємстві планується отримати дохід від реалізації послуг харчування становитиме 124 956 тис.грн.

Проєктований конгрес-готель також дає можливість для своїх споживачів орендувати повністю приміщення для віп-споживачів, котрі бажають орендувати приміщення для будь-яких цілей. І саме тому проведемо приблизний розрахунок вартості оренди приміщень, що надають додаткові послуги (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

**Орієнтовна вартість оренди окремих приміщень що надають додаткові послуги в готелі**

Приміщення	За добу, тис.грн	За рік, тис.грн.
1. Перекурський салон і Barbershop	2,0	730
2.Комплексний приймальний пункт (хімчистка, ремонт, прасування)	1,8	657
3.Каси квитків на транспорт	1,0	365
4.Спа-салон	10,0	3650
5.Ігрова кімната	12,0	4380
6.Фітнес-кімната	15,0	5475
7. Конференц-зал (50 люд.)	20,0	7300
8.Конференц-зал (25-30 люд.)	15,0	5475
9.Басейн	11,0	4015
10. Кімната для переговорів	4,0	1460
<b>Всього</b>	<b>91,8</b>	<b>33507</b>



Частиною доходу є оренда кімнати переговорів, спа та фітнес кімнат становить 33507 тис.грн. Визначимо склад основних засобів конгрес-готелю та первісну вартість (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

### Склад та первісна вартість основних засобів готелів

Групи	Первісна вартість, тис.грн.
1. Будівлі	769 210
2. Обладнання, транспортні засоби, меблі	230 763
3. Інші	38 460,5
<b>Разом</b>	<b>1 038 433,5</b>

Отже з проведених розрахунків бачимо, що склад та первісна вартість основних засобів даного проектного конгрес готелю становить 1 038 433,5 тис.грн. Окрім доходів будь-які підприємства мають відповідно витрати та певні ризики, що ми і розрахуємо.

### ВИТРАТИ

Для виконання розрахунків у витрат необхідно оцінити вартість необоротних активів, об'єднавши їх за такими видами основних засобів:

- будівлі, споруди визначаються як загальні капітальні витрати на будівництво;
- машини, обладнання, транспортні засоби, меблі визначаються у розрахунку 25–30% вартості капітальних витрат на будівництво;
- інші визначаються у розрахунку 5–10% вартості капітальних витрат на будівництво.

Оцінку вартості основних засобів студенту необхідно здійснити у такій послідовності:

- визначити склад та кількість необхідних для готелю основних засобів;
- розрахувати первісну вартість необхідних основних засобів;
- зарахувати основні засоби, що проектують для закупівлі, до відповідної групи для нарахування суми амортизації за рік загалом;
- визначити річну суму амортизації у готелі загалом.

Вартість придбання основних засобів (табл. 3.8) та інших необоротних матеріальних активів за умови детального визначення переліку основних засобів у

структурних господарських підрозділах готелю (індивідуальне завдання керівника випускного кваліфікаційного проекту) визначається під час проходження *виробничої та перед дипломної практики*. Джерелом інформації є прайс-листи підприємств із продажу обладнання та оснащення для готелів, ЗРГ, структурних підрозділів, що потребують спеціального устаткування (н-д, конгрес-центр, SPA-салон тощо).

Таблиця 3.8

**Розрахунок суми амортизації за видами основних засобів  
конгрес-готелю на 2022 рік**

Групи	Первісна вартість, тис. грн.	Термін корисного використання, роки	Річна сума амортизації основних засобів, тис.грн.
Будівлі, споруди	1 538 420,00	30	51 280,66
Машини, обладнання, транспортні засоби, меблі	461 526,00	5	92 305,2
Інші	76 921,00	4	19 230,25
Разом амортизаційні відрахування	2076867,00		162 816, 11

Значною частиною розходів є заробітна плата робітників. Планування фонду основної заробітної плати персоналу на 2022 рік дивитися в Додаток Е.

Склад поточних витрат конгре-готелю регулюється відповідними стандартами (положеннями) бухгалтерського обліку і тому витрати ми поділяємо за певними калькуляційними статтями (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

**Планування поточних витрат на експлуатацію на 2022 рік**

Витрати	Обсяг витрат у натуральних показниках	Тарифи за умовну одиницю, грн.	Поточні витрати за рік, грн.
1.Витрати електроенергії, кВт/год	90650,52	1,98	179,48
2.Витрати на опалення, Гкал	2811,9	1841,6	5178,3
- Вода Холодна	9526	15,79	150,41
- Вода Гаряча	2342	97,54	228,43
<b>Разом</b>	105330.42		<b>618 800,76</b>

Тобто на комунальні послуги готельне підприємство буде витратити приблизно 618800 грн. в рік.

В конгрес-готелі обов'язково персонал повинен носити брендovanу уніформу, щоб відповідати вимогам даного підприємства та мати гарний зовнішній вигляд, відповідно є певні витрати і на виготовлення спеціального одягу (табл. 3.10).

Таблиця 3.10

### Розрахунок вартості спеціального одягу персоналу в готелі на 2022 рік

Група персоналу	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.
Адміністративно-управлінський персонал	20	1	1500	30
Оперативно-виробничий персонал	90	2	1000	180
<b>Разом</b>	<b>110</b>			<b>210</b>

Відповідно проведених розрахунків, бачимо що витрати на робочу уніформу на рік для персоналу становлять – 210 тис.грн. Проводимо розрахунок поточних витрат готельного підприємства за такими калькуляційними статтями (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

### Планування поточних витрат готелю на 120 номерів на 2022 рік

Найменування статті	Склад витрат за статтями, тис. грн.
Стаття 1. Собівартість продукції власного виробництва та закупних товарів (ЗВ)	17016,3
Стаття 2. Витрати на оплату праці (ЗВ)	20 208
Стаття 3. Відрахування на соціальні заходи та медичне страхування (ЗВ)	4 445,76
Стаття 4. Амортизаційні відрахування. (ПВ)	162 816,11
Стаття 5. Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів (ЗВ)	5736,62
Стаття 6. Вартість витрачених малоцінних, швидкозношуваних предметів. (ПВ)	450
Стаття 7. Витрати на оренду основних засобів, інших необоротних активів (ПВ)	–
Стаття 8. Податки, збори, інші передбачені законодавством обов'язкові платежі (ПВ)	123,7
Стаття 9. Витрати на транспортування. (ЗВ)	–
Стаття 10. Витрати на охорону ЗРГ (ПВ)	262,2
Стаття 11. Витрати на предмети гігієни (ЗВ)	27 265,5
Стаття 12. Інші адміністративно-управлінські витрати (ЗВ)	–
Стаття 13. Інші поточні витрати діяльності (ПВ)	205
Стаття 14. Фінансові витрати (ПВ)	–
Стаття 15. Витрати на роботу наукової бази (ЗВ)	333
<b>Разом поточні витрати</b>	<b>238 862,19</b>
- умовно-постійні	<b>163 857,01</b>
- умовно-змінні	<b>75 004,88</b>

Щоб підтримувати кімнати в гарном стані, не виникали поломки та різні неприємності, потрібно замовляти предмети гігієни і багато інших витрат що складають 238 862 тис.грн.

Подальший розрахунок даного проектованого готелю, можна здійснювати лише за умови досягнення точки беззбитковості, тобто перевищення маржинального доходу над постійними витратами підприємства (табл. 3.12).

Таблиця 3.12

### Планування маржинального прибутку

Показники	Результат, тис.грн.
<b>1. Доходи від операційної діяльності, у тому числі:</b>	<b>436 955</b>
1.1. Дохід від реалізації послуг з тимчасового розміщення	273 500
1.2. Дохід від реалізації послуг харчування	124 956
1.3. Інші операційні доходи	38 499
2. Податок на додану вартість	87 391
<b>3. Чистий дохід</b>	<b>349 564</b>
4. Умовно-змінні витрати, у тому числі	<b>75 004,88</b>
4.1. Собівартість продукції ЗРГ	17016,3
4.2. Інші змінні витрати	57 988,58
<b>5. Маржинальний прибуток</b>	<b>361 950,12</b>
6. Постійні витрати	<b>163 857,01</b>
<b>7. Прибуток</b>	<b>198 092,81</b>

*Чистий прибуток* характеризує розмір чистого прибутку, що відповідає цільовим параметрам діяльності готелю.

Під час проектування готельного підприємства були закладені деякі цільові параметри прибутку. Певні розрахунки наведені у табл. 3.13.

Таблиця 3.13

### Основні результати діяльності конгрес-готелю на 2022 рік

№ з/п	Стаття	Разом за рік, тис.грн.
1	Доходи від операційної діяльності	436 955
2	Умовно змінні витрати	75 004,88
3	Умовно постійні витрати	163 857,01
4	Фінансові результати (прибуток) від звичайної діяльності до оподаткування	198 092,81
5	Податок на прибуток, 18%	35 656,56
<b>6</b>	<b>Чистий прибуток – можливий</b>	<b>162 436,25</b>
7	Рентабельність реалізації, %.	37,17%
<b>8</b>	<b>Чистий прибуток – цільовий (10%)</b>	<b>43 695,5</b>
<b>9</b>	<b>Чистий прибуток – плановий</b>	<b>162 436,25</b>

Загальними факторами, які впливають на рентабельність та прибуток конгрес-готелю, є: обсяг та структура ресурсного потенціалу готелю, обсяг наданих послуг, цінова політика підприємства, вартість основних засобів, обсяг та структура доходів від реалізованих послуг, матеріальне стимулювання працівників та різноманітні витрати.

### 3.2. Термін окупності проекту. Ризики проекту.

Розрахунок основних показників діяльності конгрес-готелю (табл. 3.14).

Таблиця 3.14

#### Планування основних результатів діяльності готелю

Рік	Дохід від операційної діяльності		Чистий прибуток		Амортизаційні відрахування, тис. грн.
	тис. грн.	Середньорічні темпи зростання, %	тис. грн.	Рівень рентабельності, %	
1-й рік	436 955	2	<b>162 436,25</b>	37,17	<b>162 816, 11</b>
2-й рік	445 694,1	4	165 566,5	37,17	<b>159 559,8</b>
3-й рік	454 433,2	6	168 912,8	37,17	<b>156 303,5</b>
4-й рік	463 172,3	8	172 161,1	37,17	<b>149 790,9</b>
5-й рік	471 911,4	10	175 409,5	37,17	<b>146 534,5</b>
6-й рік	480 650,5	12	178 657,8	37,17	<b>143 278,2</b>
7-й рік	489 389,6	14	181 906,1	37,17	<b>140 021,8</b>
8-й рік	506 867,8	16	188 402,8	37,17	<b>136 765,5</b>
9-й рік	515 606,9	18	191 651,0	37,17	<b>133 509,21</b>
10-й рік	524 346	20	194 899,4	37,17	<b>130 252,9</b>
<b>Разом за 10 років</b>	<b>4 789 026,8</b>		<b>1 780 003,25</b>		<b>1 328 962,5</b>

Основні результати діяльності проєктований конгрес-готель за 10 років становитимуть – 1 328 962,5 тис. грн.

У процесі проведення оцінки основних витрат цього бізнес проєкту та чистого грошового потоку дані показники повинні бути приведені до теперішньої вартості, тобто дисконтовані.

## Оцінювання чистого приведеного доходу за інвестиційним проектом

Рік	Капітальні витрати по проекту по роках, тис. грн., ІВ	Чистий прибуток по роках та амортизаційні відрахування, ЧП, грн.	Кумулятивний грошовий потік за проектом, грн.	Дисконтований грошовий потік за проектом, грн.	Чистий приведений дохід, грн., ЧПД
1	<b>1 038 433,5</b>	325 252,36	325 252,36	309 764,2	1 913 646,5
2		325 126,3	414 745,24	294 899,1	
3		325 216,3	739 961,54	280 934,1	
4		321 952	1 061 913,54	26487 0,7	
5		321 944	1 383 857,54	252 251,5	
6		321 936	1 705 793,54	240 233,6	
7		321 927,9	2 027 721,44	228 788,1	
8		325 168,3	2 352 889,74	220 086,7	
9		325 160,21	2 678 049,95	209 601,2	
10		325 152,3	3 003 202,25	199 615,3	
<i>Разом</i>	1 038 433,5	3 238 835,67	15 693 387,1	2 501 044,5	

Індекс дохідності дозволяє зіставити обсяги інвестиційних витрат з майбутнім грошовим потоком за проектом. Для реалізації може бути прийнятий лише той інвестиційний проект, який має індекс дохідності якомога більший за одиницю.

$$ІД = 2\,501\,044,5 / 1\,038\,433,5 = 2.4(\text{од.}) \quad (3.6)$$

Отже, робимо висновок, що інвестиційний проект може бути досить реалізованим, адже він відповідає встановленим економічним критеріям ефективності.

Індекс рентабельності у процесі оцінки ефективності інвестиційного проекту відіграє допоміжну роль. Індекс рентабельності розраховується за формулою

$$ІР = ЧП / ІВ * 100\%. \quad (3.7)$$

ЧП - середньорічний чистий прибуток за період експлуатації інвестиційного проекту;

ІВ - інвестиційні витрати за реальним інвестиційним проектом.

Середньорічний прибуток (без амортизації) за період експлуатації проекту розраховується таким чином:

$$\text{ЧП} = 1\,780\,003,25/10 = 178\,000,325 \text{ тис. грн}$$

Індекс рентабельності інвестиційного проекту:

$$\text{IP} = 178\,000,325 / 1\,038\,433,5 * 100 = 17,1\%$$

Рівень рентабельності розробленого інвестиційного проекту = 17,1%

Період окупності є один з найбільш розповсюджених показників оцінки ефективності інвестиційного проекту. Показник періоду окупності розраховується за формулою :

$$\text{ПО} = \text{ІВ} / \text{ЧГП р},$$

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

ЧГПр.- середньорічна сума чистого грошового потоку за період експлуатації проекту.

Показник періоду окупності проекту складає:

$$\text{ПО} = 1\,038\,433,5 / (1\,913\,646,5/10) = 5,4 \text{ роки.}$$

Період окупності інвестиційного проекту, тобто час, необхідний для отримання такої суми дисконтованого чистого грошового потоку, який дасть змогу окупити всі капітальні витрати, становить 5 років та 4 місяці. Індекс рентабельності інвестиційного проекту становить 17,1%. Проектований готель є досить рентабельним.

## ВИСНОВКИ

Обслуговування у готелі – це система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту, що задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей. З кожним роком ці запити і вимоги до послуг підвищуються. При чому чим вище культура і якість обслуговування гостей – тим вище імідж готелю, тим привабливіший він для клієнтів і, тим успішніше його діяльність. Номера готелів повинні бути забезпечені буклетами готелю, фірмовим поштовим папером, конвертами, переліком додаткових послуг, довідником телефонів служб, пам'яткою протипожежної безпеки мовами основних гостей готелю і англійською мовою.

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

В роботі був спланований конгрес-готель в м. Києві місткістю 120 номерів. За результатами розрахунків було визначено, що даний проект є ефективним з рентабельністю інвестицій 17,1 % і терміном окупності 5 років та 4 місяці, що є хорошим показником.

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

Також можна зазначити, що проєктований готель повністю впорався з завданням випускної кваліфікаційної роботи, а саме:

1. У роботі було визначено концептуальні засади діяльності та розроблено загальну концепцію готельного продукту, концепцію дизайну, сервісу підприємства, визначено конкурентні переваги проєктованого готелю. Завдяки доцільності розміщення та ціновому сегменту було визначено основні фінансові операції та рівень рентабельності. Проєктований готель є конкурентоспроможним серед інших готелів даної категорії.



2. Розроблено заходи з охорони праці, техніки безпеки, протипожежної безпеки, охорони навколишнього середовища та цивільного захисту проектового конгрес-готелю. Отже, проєктований готель відповідає усім сучасним вимогам проєктування та будівництва.

3. Розроблено прогноз результатів фінансової діяльності підприємства виходячи з потреб забезпечення необхідного соціального і виробничого розвитку. Окреслено усі можливі ризики реального інвестиційного проєкту.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. ДБН В.2.2-11-2002. Підприємства побутового обслуговування.
2. ДБН В.2.2-15-2005. Житлові будинки. Основні положення.
3. ДБН В.2.5-23-2003. Проектування електрообладнання об'єктів цивільного призначення.
4. ДБН В. 1.1-7-2002. Захист від пожежі. Пожежна безпека об'єктів будівництва.
5. СанПіН 42-123-577-91. Санітарні правила для підприємств громадського харчування, включаючи кондитерські цехи і підприємства, що виробляють м'яке морозиво (СанПіН).
6. ВБН В 2.5-78.11.01-2003. Системи сигналізації охоронного призначення.
7. ДСТУ Б А.2.4-2-95. Система проектної документації для будівництва. Умовні графічні позначення і зображення елементів генеральних планів та споруд транспорту.
8. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги.
9. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів.
10. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація.
11. ДСТУ 4527:2006 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення.
12. ДСТ 30523-97. Послуги громадського харчування.
13. Методичні рекомендації по формуванню собівартості продукції, робіт, послуг у промисловості : затв. Наказом Державного комітету промислової політики України 02.02.01 р.№47.
14. Законодавство України про охорону праці : зб. нормат. док. : у 3-х т. — К. : Основа, 2006 р.
15. Збірник нормативних документів з безпеки життєдіяльності. — К.: Основа, 2004. — 875 с.
16. Азарова А.О. Оцінка ефективності інвестиційних проектів / А.О.

Азарова, Д.М. Бершов // Фінанси України. - 2004. - №9. - С.52-53

17. "Азбука ресторатора: Все, что нужно знать, чтобы преуспеть в ресторанном бизнесе" Дождикова Е., Фильчева С. Год выпуска: 2006  
Изд-во: ВВРГ.

18. Аналіз вигід і витрат. Концепції і практика. Пер. з англ. / Ентоні Е. Боардмен, Девід Х. Грінберг, Ейдан Р. Вайнінг, Девід Л. Ваймер. - К.: Видавництво «АртЕк», 2003. - 568 с.

19. Бланк І.О. Гуляєва Н.М. Інвестиційний менеджмент. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. —610 с.

20. Бланк И.А. Управление торговым предприятием. / И.А. Бланк. - М.: Ассоциация авторов и издателей. Тандем. Изд-во ЭКМОС, 2004. – 361 с.

21. Вачевский М.В. Маркетинг у сферах послуг. — К. : Хвиля-прес, 2004. — 386 с.

22. Гандзюк М.П., Желібо Є.П., Халімовський М.О. Основи охорони праці : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. М.П. Гандзюка. — 2-ге вид. — К.: Каравела, 2005. — 390 с.

23. Гогіташвілі Г.Г., Лапін В.М., Основи охорони праці. — Львів : Новий світ-2000. — 2005. — 232 с.

24. Грищук М.В. Основи охорони праці : підруч. для студ. вищ. навч. закл. — К. : Кондор, 2007. - 238 с.

25. Джон Джеймс, Дэн Болдуин "Управление рестораном" Изд-во: "ТК Велби" Год выпуска 2018.

26. Каломина, С.Т. Сфера торговли и общественного питания / С.Т. Каломина // Мир рынка. - 2006. - №1. – С.22 – 29.

27. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми. — К. : КНЕУ, 2002. — 245 с.

28. Кудимова, М.В. Уважение к клиенту начинается с уважения к себе / М.В. Кудимова // «5 звезд». – 2015. - №6. – С.5 – 11.

29. Лесенко Г.Г. Довідник з охорони праці для керівників та спеціалістів. — К. : Основа, 2008. — 288 с.

30. Литвиненко Т.Є. Особливості організації дипломатичних прийомів :

конспект лекції. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. — 85 с.

31. Мазаракі А.А., Мошек Г.Є. та ін. Менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. — К. : Атика, 2007. — 564 с.

32. Мазаракі А.А. та ін. Проектування закладів ресторанного господарства: навч. посібник. — К. КНТЕУ, 2008. — 307 с.

33. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства : підруч. для ВУЗів / за ред. Н.О. П'ятницької. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. — 632 с.

34. Пересічний М.І., Корзун В.Н., Кравченко М.Ф., Григоренко О.М. Харчування людини і сучасне довкілля: теорія і практика : монографія. К. : КНТЕУ, 2003. -526 с.

35. Пересічний М.І., Федорова Д.В. Проблеми оцінювання конкурентопридатності кулінарної продукції // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — 2006. — № 3. — С. 95-103.

36. Радченко Л. А. Организация производства на предприятии общественного питания: Учебник. Изд. 4-е, доп. и перераб. — Ростов н/Д: Издательство «Феникс», 2005. — 352с. (Серия «СПО»)

37. "Рестораны, клубы, бары: планирование, дизайн, управление. Изд.2" Лоусан Ф.; Год выпуска: 2004; Изд-во: Проспект.

38. Ромат Е.В. Основи реклами : навч. посіб. — К. : Студцентр, 2006. — 288 с.

39. Семькин, И. Хороший официант - как бриллиант. / И. Семькин // Вестник культуры. — 2006. - №12. — С.8 — 19.

40. Смолін І.В. Стратегічне планування розвитку організацій. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — 2004. — 326 с.

41. Чаюн І.О., Богославець Е.М., Стасюк Л.Л, та ін. Економіка підприємства : підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. — К., 2005.— 568 с.

42. Шаповал С.Л. Еромадське будівництво : курс лекцій. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. — 208 с.

43. Мазаракі А.А. Проектування закладів ресторанного господарства навч.посіб. КНТЕУ, 2008. — 307 с.

44. Шаповал С.Л. Основи будівництва : навч. посіб. / за ред. А.А.Мазаракі — К. : Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2007. — 186 с.
45. Готельна справа. О.В.Арпуль, А.Г.Абрамова, Ю.А.Мирошник, О.В.Собін. Видавництво «Кондор». 2021р.
46. Готельна справа: навчальний посібник. Левицька І.В., Корж Н.В., Онищук Н.В. Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2015. 580 с.

**ДОДАТКИ**

Стаття



Ім'я користувача:  
приховано налаштуваннями конфіденційності

Дата перевірки:  
01.12.2021 21:31:23 EET

Дата звіту:  
01.12.2021 21:32:13 EET

ID перевірки:  
1009462565

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

ID користувача:  
100008071

Назва документа: Харук О.І. ГРД 6м

Кількість сторінок: 42 Кількість слів: 8657 Кількість символів: 64135 Розмір файлу: 1.68 MB ID файлу: 1009477139

62 слова позначені як "вилучені" та не враховуються у підрахунку слів

**18.9%**  
**Схожість**

Найбільша схожість: 6.66% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1009428722)

8.9% Джерела з Інтернету

126

Сторінка 41

15.1% Джерела з Бібліотеки

21

Сторінка 45

**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

14

*Перевірка на плагіт*

**ДОДАТОК В**

**Коктельна карта ресторану**



Апероль-шприць	220 грн
Міміза	150грн
Мохіто	195грн
Куба-лібре	170грн
Хьюго	195 грн
Джин-тонік	220 грн
Маргарита	220грн
Піна-колада	195 грн
Фреші	
Апельсин	95 грн
Грейпфрут	95грн
Морква	70 грн
Яблуко	70 грн
Ананас 250мл	160 грн
Селера 50 мл-	50 грн
Кава	
Еспрессо	50 грн
Американо	52 грн
Лате	70 грн
Капучино	70 грн
Флет-вайт	80 грн

*Продовження Додатку В*

**Винна карта***Білі вина (Франція)*Шаблі Гран Крю Бугро  
3 800

Сансер Блоан 1 900

*Червоні вина (Іспанія)*

Кампо В'єхо Гран Резерва 1 420

Кюне Рібера Дель Дуеро 900

*Червоні вина (Франція)*

Шато Кос Д'Естурнель 17 000

Кот-Роті 5 500

Шатонєф дю Пап 2 400

*Шампанське*

Крістал Луї Родерер 15 000

Дом Періньон -8500

Імперіал Розе -3100



*Рис. Головний ресторан європейської та азійської кухні*



*Рис. Лобби-бар*



*Рис. Реєнція*



Рис. Дизайн готельного номеру типу люкс

## Планування фонду основної заробітної плати персоналу на 2021 рік

Посада	Кількість посадових одиниць	Посадовий оклад, грн	У розрахунку на рік, тис.грн			
			Сума тарифної частини ФОП	Доплати за майстерність	Надбавки за інтенсивність праці	Разом фонд оплати праці
<b>Адміністративно-управлінський персонал</b>						
Директор	1	30000	360		54	414
Заступник директора	1	25000	300	60	45	345
Менеджер відділу харчування	1	15000	180		27	207
Головний інженер	1	18000	216		32,4	248,4
Секретар керівника	1	13000	156		23,4	179,4
Менеджер відділу прийому та розміщення	1	14000	168		25,2	193,2
Менеджер відділу культурно-дозвіллевого та оздоровчого призначення	1	15000	180		27	207
Бухгалтер	1	20000	240	60	36	276
Фахівець з бронювання та продажу	1	15000	180		27	207
Фахівець з маркетингу	1	14000	168		25,2	193,2
Фінансист	1	16000	192		28,8	220,8
Касир	1	13000	156		23,4	179,4
Касир ЗГР	1	15000	180		27	207
Метродотель	3	14000	504		75,6	579,6
Адміністратор	3	15000	540		81	621
Завідувач виробництвом	1	14000	168		25,2	193,2
Разом виробничий персонал	20	266000	3888	120	583,2	4471,2
<b>Служба ресторанного господарства</b>						
Шеф кухар	1	20000	240	100	36	276
Кухар 5 розряду	4	16000	768	60	115,2	883,2
Кухар 4 розряду	5	14000	840		126	966
Офіціант 5 розряду	10	12000	1440		216	1656
Офіціант 4 розряду	10	10000	1200		180	1380
Бармен-касир	5	10000	600		90	690
Працівник пральні та хімчистки	4	10000	480		72	552
Мийник столового посуду	3	7000	252		37,8	289,8
Мийник кухонного посуду	3	7000	252		37,8	289,8
Прибиральник торговельних залів	4	9000	432		64,8	496,8
Адміністратор	2	12000	288		43,2	331,2
Разом виробничий персонал	51	127000	6792	160	1018,8	7810,8
<b>Оздоровчий центр</b>						
Адміністратор	1	12000	144		21,6	165,6
Масажист	2	8000	192		28,8	220,8
Тренер	2	8000	192		28,8	220,8
Медсестра	1	8000	96		14,4	110,4
Разом виробничий персонал	6	36000	624		93,6	717,6
<b>Салон Краси</b>						
Адміністратор	1	12000	144		21,6	165,6
Перукар	1	10000	120		18	138
Майстер з манікюру	1	7000	84		12,6	96,6
Разом виробничий персонал	3	29000	348		52,2	400,5
<b>Інженерно-технічна служба</b>						
Інженер-програміст 1 категорії	1	20000	240		36	276

Головний інженер	1	15000	180	60	27	207
Інженер з пожежної безпеки	1	12000	144		21,6	165,6
Слюсар-сантехнік 6 розряду	1	9000	108		16,2	124,2
Разом виробничий персонал	4	56000	672	60	100,8	772,8
Відділ матеріально-технічного постачання						
Вантажник	4	7000	336		50,4	386,4
Завідувач продовольчим складом	1	10000	120		18	138
Товарознавець	1	11000	132		19,8	151,8
Експедитор з перевезення вантажів	2	9000	216		32,4	248,4
Прибиральник	1	8000	96		14,4	110,4
Разом виробничий персонал	9	45000	900		84,6	984,6
Служба безпеки						
Менеджер з охорони	1	10000	120		18	138
Начальник служби охорони	1	12000	144		21,6	165,6
Інспектор з режиму	1	10000	120		18	138
Працівники охоронної служби	5	8000	480		72	552
Разом виробничий персонал	8	40000	864		129,6	993,6
Автомобільне господарство						
Водій першого класу	1	13000	156		23,4	179,4
Водій	1	10000	120		18	138
Разом виробничий персонал	2	23000	276		41,4	317,4
Пральня/ хімчистка						
Завідувач пральною /хімчисткою	1	13000	156		23,4	179,4
Прасувальниця	2	10000	240		36	276
Оператор пральних машин	4	9000	432		64,8	496,8
Апаратник хімічної чистки одягу	3	9000	324		48,6	372,6
Разом допоміжний персонал	10	41000	1152		172,8	1324,8
Служба управління номерним фондом, господарського забезпечення та обслуговування готелю						
Завідувач господарством	1	14000	168		25,2	193,2
Консьєрж	2	10000	240		36	276
Старша покоївка	1	11000	132		19,8	151,8
Покоївка	10	8000	960		144	1104
Швейцар-носій	4	8000	384		57,6	441,6
Комірник	1	10000	120		18	138
Прибиральник службових приміщень	1	8000	96		14,4	110,4
Разом допоміжний персонал	20	69000	2100		315	2415
Всього по готелю	133	732000	17616	340	2592	<b>20 208</b>