

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна  
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу  
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

**ДО ЗАХИСТУ**  
завідувачка кафедри міжнародної  
електронної комерції та готельно-  
ресторанної справи  
доц. Данько Н.І.

---

## **Кваліфікаційна робота бакалавра**

на тему: «Проектування бутік-готелю у рекреаційній зоні»

Виконав:  
студент 4 курсу, групи УГР-41  
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа  
ОПП «Готельно-ресторанна справа»  
Хачхарджи Іван Іванович  
Керівник:  
к.пед.н., доц. Парфіненко Т.О.

---

Рецензент:  
д.е.н., проф. Оболенцева Л. В.

---

**Підсумкова оцінка:**  
за шкалою ЗВО: \_\_\_\_\_  
кількість балів: \_\_\_\_\_  
Голова Екзаменаційної комісії

---

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Харків – 2024 року

**Міністерство освіти і науки України**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**імені В.Н. КАРАЗІНА**

**Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу**  
**Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи**

**ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА**

Студента Хачхарджи Івана Івановича

Курсу IV групи УГР-41

Тема дипломної роботи «Проектування бутік-готелю у рекреаційній зоні»

затверджена наказом від 12.04.2024 року № 4002-5/809

1. Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Теоретичні аспекти розвитку готельної індустрії	20.04.2024	
Розробка проєкту бутік-готелю у рекреаційній зоні	15.05.2024	
Оцінка економічної ефективності інвестицій у відкриття бутік-готелю	25.05.2024	

2. Термін подання дипломної роботи на кафедру 15.05.2024 р.

3. Термін та результати попереднього захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 17-20.05.2024 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ:

к.пед.н., доцент Тетяна ПАРФІНЕНКО

Дата видачі завдання 01.12.2023 р.

Завдання прийняте до виконання

Іван ХАЧХАРДЖИ

Завідувачка кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи, доцент,

к.е.н., доцент Наталія ДАНЬКО

## **АНОТАЦІЯ**

**Хачхарджи І.І.** Проектування butik-готелю у рекреаційній зоні.

У роботі проведено дослідження ринку готельних послуг у селищі Брюховичі, яке входить до складу Львівської міської об'єднаної територіальної громади. Проаналізовано внутрішнє та зовнішнє середовища, конкурентів та обґрунтовано концепцію діяльності підприємства. Розраховано площу приміщень різного функціонального призначення та визначено інженерно-будівельне рішення об'єкта. Проведена оцінка капітальних вкладів, окупності інвестиційного проекту

## **ANNOTATION**

**Khachharji I.I.** Designing a boutique hotel in a recreation area.

In the work, a study of the market of hotel services in the village of Bryukhovychi, which is part of the Lviv city united territorial community, was carried out. The internal and external environment, competitors were analyzed and the concept of the company's activity was substantiated. The area of premises of various functional purposes was calculated and the engineering and construction solution of the object was determined. An assessment of capital contributions and the payback of the investment project was carried out.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	5
1.1. Сучасні тенденції розвитку готельної індустрії.....	5
1.2. Сутність та специфічні ознаки butik-готелів.....	13
1.3. Етапи проектування готельних підприємств .....	19
Висновки до розділу 1.....	23
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ БУТІК-ГОТЕЛЮ У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ЗОНІ.....	24
2.1. Обґрунтування місця проектування .....	24
2.2. Маркетингове дослідження місця забудови .....	26
2.3. Концептуальні засад діяльності .....	31
2.4. Організація сервісно-виробничого процесу .....	34
Висновки до розділу 2.....	48
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ОКУПНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ.....	49
3.1. Розрахунок витрат на будівництво.....	49
3.2. Розрахунок поточних витрат.....	52
3.3. Планування операційного прибутку та визначення окупності інвестиційного проєкту.....	57
Висновки до розділу 3.....	61
Висновки.....	62
Література .....	65
Додатки .....	69

## ВСТУП

Розвиток туристичної сфери, безпосередньо впливає на формування інфраструктури готельного бізнесу. Нині оцінка привабливості готелю не обмежується його категоризацією. Сучасний гість засобів розміщення під час подорожі потребує отримання вражень й нових емоцій не тільки від екскурсій, але й від умов проживання. Це й зумовило появу нестандартних, ексклюзивних готелів, які дотримуються певної концепції, тому і називаються концептуальними. До такого типу готелів можна віднести butik-готелі, які останнім часом набувають все більшої популярності як в Україні так і в усьому світі. Але при цьому малодослідженими залишаються питання якості, та конкурентоспроможності послуг, що надаються butikовими готелями. На цьому тлі проектування butik-готелю у рекреаційній зоні Львівської області потребує посиленої уваги як до переліку послуг так і до прогнозування їх фінансової ефективності.

Предмет дослідження кваліфікаційної роботи є проектування butik-готелю у рекреаційній зоні та планування сервісно-виробничого процесу.

Об'єктом дослідження є проєкт butik-готелю у рекреаційній зоні у селищі Брюховичі.

Мета роботи – проектування butik-готелю у рекреаційній зоні.

Теоретичні засади кваліфікаційної роботи складають наукові праці вітчизняних та зарубіжних дослідників (монографії, підручники, навчальні посібники, збірники, періодичні видання), нормативно-правова документація (закони України, ДБН, СНіП, СанПіН, ДСТУ, ГОСТ, тощо) та довідники. Під час написання проєкту використовувались Інтернет джерела та статистичні дані селища Брюховичі.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

- визначити тенденції готельної індустрії;
- з'ясувати сутність та специфічні ознаки butik-готелів;
- проаналізувати основні етапи проектування;

- обґрунтувати ефективність проектування бутік-готелю у рекреаційній зоні;
- провести маркетингове дослідження місця забудови бутік-готелю ;
- визначити концепцію проєктованого закладу;
- змодельовати сервісно-виробничий процес бутік-готелю;
- розрахунок кошторису будівництва;
- оцінити ефективність економічних інвестицій проєкту.

Під час написання бакалаврської кваліфікаційної роботи було використано ряд наукових методів. Серед яких можна видалити методи: аналізу, синтезу, індукції, дедукції групування, моделювання та опису. Крім того, розв'язання деяких завдань потребувало комбінованого використання методів, що дозволили забезпечити обґрунтованість висновків і практичних рішень.

Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків; містить 73 сторінок тексту, 1 рисуноків, 26 таблиць, 3 додатків. Список джерел включає 35 найменувань літератури.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМТСТВ**

### **1.1. Сучасні тенденції розвитку готельної індустрії**

На сучасному етапі суспільних перетворень готельний бізнес перебуває у складній ситуації. У 2017 році в Україні кількість готелів та подібних засобів розміщення становила 4432 одиниці, зокрема: 3392 одиниці були представлені приватними підприємствами [14].

У 2018 році кількість закладів розміщення зросла до 4985 одиниць [14]. Така ситуація змушує власників готелів розробляти і впроваджувати різні заходи, які дозволять їм не тільки втриматися на плаву, але й зайняти лідируючі позиції на цьому ринку. Саме невизначений стан ринку готельного бізнесу в нашій країні вимагає від суб'єктів гостинності активного вдосконалення та реалізації положень управлінської політики, спрямованої на забезпечення розвитку та отримання необхідного доходу.

Управлінська діяльність у готельному бізнесі є найважливішою функцією і має забезпечувати постійне, стабільне, конкурентоспроможне функціонування та розвиток системи управління на ринку готельних послуг з урахуванням внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. В основі такої діяльності лежить маркетинговий підхід, який, у свою чергу, передбачає проведення комплексних маркетингових досліджень і створення на їх основі стратегій і програмних заходів для забезпечення економічної ефективності готельного бізнесу та підвищення рівня задоволення потреб потреби кінцевого користувача. Для цього необхідно: вивчити тенденції розвитку готельного бізнесу, сучасні тенденції політики просування готельного продукту на ринку; оцінити ефективність фінансових інструментів просування готельних послуг; узагальнити наявний досвід реалізації маркетингової політики в готельному бізнесі, а також сформулювати

максимальний набір інструментів для фінансування розвитку індустрії гостинності.

У загальному розумінні термін «гостинність» визначається як повага до гостя, але економічний зміст цього визначення складніший. У зв'язку з цим у фахівців існують певні розбіжності в розумінні змісту індустрії гостинності. На думку Дж. Волкера, індустрія гостинності поєднує в собі туризм, готельно-ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і зустрічей [34]. Відповідно до словника Merriam-Webster, «індустрія гостинності — це сфера підприємництва, що складається з таких послуг, заснованих на принципах гостинності, що характеризується дружнім або ввічливим ставленням до гостей» [35]. Багато зарубіжних дослідників сходяться на думці, що індустрія гостинності – це спільна діяльність різних галузей, що працюють для досягнення мети задоволення різних потреб туристів. Отже, індустрія гостинності є організаційно значущою, більш складною сферою діяльності, яка зосереджена на задоволенні попиту не лише туристів, які фактично подорожують, але й клієнтів, які проживають у місцевих підприємствах розміщення [31].

Є. Зін зазначав, що «індустрія гостинності» є частиною соціальної інфраструктури регіону, яка створює сприятливі умови для переміщення та розвитку населення. «Готельний бізнес» означає діяльність, яка пропонує власні послуги та переваги, які забезпечують необхідні фізичні умови проживання для туристів. Так Марсель Готьє пояснює суть готельної індустрії. Він також додає, що це стосується послуг, які потрібні туристам під час ділових або сімейних поїздок за межами постійного місця проживання.

Сьогодні готельний бізнес представляє одну з динамічних сфер економіки, яка швидко розвивається та стимулює розвиток різних галузей економіки. Тенденції розвитку галузі гостинності відображають стійкі практики, персоналізований досвід, цифрову інтеграцію, що є життєво важливими для адаптації до змін ринку та очікувань гостей. Врахування цих тенденцій допомагає компаніям підвищити задоволеність гостей, операційну

ефективність і залишатися конкурентоспроможними в динамічному середовищі. Розуміння та впровадження цих тенденцій є ключовим фактором зростання та стійкості індустрії гостинності.

Термін «тенденція» описує зміну поведінки або більш загальну зміну ситуації. Зважаючи на це, тенденції гостинності можуть включати зміни в поведінці клієнтів, нові способи надання гостинних послуг або загальні кроки до впровадження нових технологій гостинності. Зазвичай на тенденції впливає низка різних факторів.

Наприклад, розвиток таких технологій, як штучний інтелект, призвів до тенденції, коли машинне навчання використовується більш регулярно, а технологія штучного інтелекту частіше розгортається для обслуговування клієнтів. Тим часом поява технології віртуальної реальності змінила те, як багато компаній гостинності рекламують свою продукцію.

Часто глобальні події також можуть впливати на тенденції гостинності. Хорошим прикладом цього є пандемія COVID-19, яка змусила гостинний бізнес більше зосередитися на гігієні, чистоті, безпеці та місцевих ринках. Так само занепокоєння зміною клімату змусило компанії зосередитися на екологічно чистих рішеннях.

Таблиця 1.1

Фактори, що впливають на тенденції гостинності

Фактор	Опис впливу	Результати розвитку гостинності
Досягнення в технології	Впровадження ШІ та машинного навчання для покращення обслуговування клієнтів і ефективності роботи.	Використання чат-ботів, персоналізації на основі ШІ, автоматизованих процесів і розширеної аналітики даних.
Соціальні медіа та цифрове підключення	Вплив соціальних мереж на очікування клієнтів і процеси прийняття рішень.	Підвищена увага до управління онлайн-репутацією, маркетингу в соціальних мережах і цифрової взаємодії з гостями.

## Продовження таблиці 1.1

<b>Глобальні події</b> (наприклад, пандемія COVID-19)	Підвищена увага до здоров'я, гігієни та місцевих ринків через глобальну кризу в галузі охорони здоров'я.	Впровадження суворих санітарних протоколів, безконтактні послуги та акцент на місцевому туризмі.
<b>Обізнаність про зміну клімату</b>	Зростаюча стурбованість впливом на навколишнє середовище призводить до екологічних ініціатив.	Запровадження екологічних практик, екологічних рішень для використання енергії та екологічних сертифікатів для готелів.
<b>Зміна поведінки клієнтів</b>	Зміни в уподобаннях і очікуваннях клієнтів, включаючи попит на персоналізований досвід.	Індивідуальне обслуговування гостей, програми лояльності та адаптивний дизайн у пропозиціях послуг.
<b>Економічні зрушення</b>	Економічні зміни впливають на моделі подорожей і звички витратити гроші.	Гнучкі моделі ціноутворення, бюджетні варіанти та розкішні умови для різноманітних економічних сегментів.

Різнманітна індустрія гостинності включає все: від готелів та інших типів розміщення, а також ресторани, бари, турагентів і туроператорів. У відповідь на зміну поведінки клієнтів через пандемію коронавірусу дуже важливо врахувати останні тенденції гостинності [7]. Проте більшість тенденцій виникли внаслідок більш загальних змін у поведінці споживачів. Розглянемо більш детально основні тенденції розвитку готельної індустрії:

*Відновлювана енергія.* Сучасні мандрівники та відвідувачі все більше зацікавлені в тому, щоб їх дозвілля не супроводжувалося високою екологічною ціною. У той же час підприємства сфери гостинності бачать переваги скорочення споживання енергії та переходу на відновлювані джерела енергії, де це можливо.

Сьогодні зменшення відходів, скорочення споживання енергії та впровадження зеленої енергії може допомогти підприємствам гостинності стати ефективнішими та залучити екологічно свідомих споживачів. Готелі

можуть використовувати п'ять відновлюваних джерел енергії: сонце, вітер, комбіноване опалення та електроенергію, геотермальну енергію та біопаливо. Обмеження фінансування та простору створюють проблеми, але індустрія гостинності визнає відповідальність за навколишнє середовище та потенціал економії коштів на тлі коливань ринку енергії.

*Штучний інтелект.* Штучний інтелект відіграє кілька ролей в індустрії гостинності, але головною з них є покращення обслуговування клієнтів. Одним із прикладів є чат-боти на основі штучного інтелекту, які можна використовувати для онлайн-взаємодії з клієнтами, усуваючи тривалий час очікування та забезпечуючи швидкі, розумні відповіді на запитання. Згідно з дослідженням *AI In Hospitality Market*, проведеним *We Market Research*, прогнозується, що глобальний AI на ринку гостинності зростатиме на 60% до 2033 року.

Однак існують і додаткові способи використання технології штучного інтелекту. Наприклад, деякі готелі запровадили штучний інтелект і голосове керування обслуговуванням клієнтів або центри туристичної інформації у своїх готелях. Тим часом ШІ також може сортувати дані, автоматично коригувати процеси тощо.

*Чат-боти.* Чат-боти — це ще одна з основних тенденцій гостинності, яка пов'язана з обслуговуванням клієнтів, і вони можуть бути особливо корисними для надання швидких відповідей на запитання, навіть коли персонал недоступний. У багатьох випадках це може призвести до вирішення проблеми при першому контакті, але чат-бот також може збирати інформацію та передавати її представнику, якщо потрібно.

Працівникам індустрії гостинності потрібно впоратися зі збільшенням кількості запитань клієнтів щодо коронавірусу та обмежень у закладах розміщення та ресторанах. Чат-боти за лічені секунди зможуть відповісти на найбільш фундаментальні питання в цій сфері, допомагаючи зменшити рівень стресу для всіх учасників.

*Гостинність за допомогою ChatGPT.* ChatGPT захопив світ гостинності штурмом, створюючи деякі з найінтригуючіших тенденцій гостинності. До них входять створені на замовлення чат-боти для готелів, ресторанів та інших підприємств, що дозволяє їм цілодобово пропонувати багатомовне обслуговування клієнтів.

ChatGPT може аналізувати дані, щоб розробляти ефективніші маркетингові кампанії, робити прогнози та створювати персоналізовані враження, щоб гості відчували себе цінними.

Таблиця 1.2

## Використання ChatGPT у готельній індустрії

<b>Випадок використання</b>	<b>опис</b>	<b>Переваги</b>
<b>Чат-боти підтримки клієнтів</b>	Впровадження чат-ботів для миттєвої допомоги клієнтам. Відповіді на часті запитання та обробка рутинних запитів.	Доступність 24/7, покращення оперативності обслуговування клієнтів. Зменшення навантаження на персонал і підвищення ефективності.
<b>Допомога в бронюванні</b>	Боти на основі ChatGPT допомагають гостям у процесі бронювання. Надання інформації про наявність номерів, ціни та зручності.	Спрощення процедур бронювання для бездоганного досвіду. Підвищення рівня конверсії бронювань і доходу.
<b>Послуги мовного перекладу</b>	Впровадження чат-ботів для мовного перекладу в реальному часі. Подолання мовних бар'єрів для більш інклюзивного та гостинного досвіду.	Поліпшення спілкування з іноземними гостями. Розширення охоплення різноманітної глобальної аудиторії.

*Голосовий пошук і голосове керування.* Використання голосового пошуку стає все більш поширеним серед клієнтів, які шукають і бронюють готелі та ресторани. Отже, потрібно відреагувати на цю зміну в поведінці та зробити цих клієнтів більш лояльними. Це означає, чітку структуру вмісту веб-сайту, щоб він належним чином відображався в результатах голосового пошуку.

Окрім цього, голосове керування також може керувати пристроями в готельних номерах, покращуючи враження гостей. Наприклад, розумні динаміки можуть надавати гостям відповіді на запитання та відповідати на голосові запити, щоб увімкнути світло та пристрої в кімнаті. Це також може зменшити кількість поверхонь, до яких торкаються гості.

*Роботи в налаштуваннях готелю та ресторану.* Автоматизація посідає високе місце в списку тенденцій гостинності, робототехніка є хорошим прикладом подальшого розвитку цього напрямку. Готелі, ресторани та подібні підприємства можуть використовувати роботів, щоб вітати клієнтів і надавати їм інформацію, а також вони можуть відігравати важливу роль у забезпеченні безпеки.

У готелі роботи використовувалися для обслуговування номерів, прибирання та інших домашніх робіт. Водночас ресторани потенційно можуть використовувати роботів для обслуговування страв. Це може бути особливо корисним, коли клієнти ресторану намагаються максимально скоротити тісні контакти з людьми.

*Тури віртуальної реальності.* Віртуальна реальність належить до найбільш захоплюючих тенденцій у сфері гостинних технологій, надаючи можливість потенційним гостям готелю чи відвідувачам ресторану відчувати навколишнє середовище, не виходячи з власного дому. Це може мати вирішальне значення для переміщення цих людей від етапу планування до візиту.

Віртуальні тури /360<sup>0</sup> можуть допомогти деяким клієнтам краще зрозуміти наявні зручності. Пропозиція цієї послуги також дає вам явну

перевагу над будь-якими конкурентами, які ще не використовують цю конкретну тенденцію гостинності, а веб-характер сучасних VR-турів означає, що вони мають бути легко доступними на багатьох пристроях, навіть без гарнітури VR.

*Безконтактні платежі.* Безконтактні платежі дозволяють гостям економити час на сортуванні готівки чи введенні свого PIN-коду. Поява таких речей, як Apple Pay і Google Pay, також усуває необхідність носити гаманець.

Пандемія коронавірусу збільшила попит на безконтактні платежі. Це викликано тим, що багато клієнтів і співробітників почуваються некомфортно, контактуючи з готівкою. Саме тому, безконтактні платежі вже сприймаються як необхідність, а не розкіш.

*Персоналізація.* Практично в усіх галузях потреба в персоналізації є важливою тенденцією, і індустрія гостинності не є винятком. Зростання інформації, головним чином, сприяє цьому. Тим часом багато гостей готелю хочуть, щоб до них ставилися як до окремих осіб, а не як до анонімних клієнтів.

Персоналізацію можна застосувати різними способами. Наприклад, у готелях клієнтам, які повертаються, можуть автоматично надаватися послуги, подібні до тих, що були в минулому. У той же час їх також може особисто зустріти співробітник після прибуття, використовуючи технологію GPS і дані бронювання. Крім того, із зростанням кількості смарт-пристроїв гості готелю також можуть використовувати власні пристрої та облікові записи на розважальних платформах.

*Здорова та органічна їжа та напої.* Раніше в індустрію гостинності часто включали ресторани швидкого харчування та бари, що продають солодкі алкогольні напої. Однак відбувся культурний зсув, коли люди стали більше усвідомлювати, що вони вносять у свій організм, що призвело до тенденцій здорової їжі та напоїв.

Для ресторанів це означало оновлення меню здоровішими варіантами, зокрема безглютеновими, безмолочними, нежирними, вегетаріанськими,

веганськими та органічними. Однак тенденція до здорової їжі та напоїв поширюється на готелі, послуги громадського харчування та навіть свята, з більш здоровими варіантами обслуговування номерів і здоровішими напоями, які продаються за ґратами.

*Wellness.* Wellness є одним із значущих напрямків гостинності сьогодні. Люди все більше піклуються про своє здоров'я та з ентузіазмом ставляться до профілактичної медицини та інших форм самообслуговування та все більше прагнуть поєднувати це з відпочинком і подорожами. Традиційні оздоровчі спа-центри популярні як ніколи, а партнерство з експертами та лікувальними центрами дозволяє підприємствам гостинного бізнесу пропонувати унікальні пакети послуг.

Використання природно-лікувальних чинників для зменшення стресу та покращення самопочуття є доволі популярним. У Spa-центрах віддають перевагу природним матеріалам і різноманітним системам циркуляції повітря, від відкритих просторів до сучасних штучних середовищ. Ця тенденція допомагає розвивати ринок в індустрії гостинності.

## **1.2. Концептуальні засади розвитку butik-готелів у світі**

Butik-готелі є захоплюючим сегментом ринку, особливо в багатьох європейських країнах. Нові інвестори прагнуть вийти на цей ринок, а готельєри швидко розширюються та розробляють нові концепції, щоб конкурувати в цьому секторі. Водночас спостерігається зростання споживацького попиту на засоби розміщення, де дизайн готелю продуманий до дрібниць: матеріал, текстиль, меблі, предмети декору та відповідають певній тематиці. Від butik-готелю гості очікують обслуговування вищого рівня і прагнуть отримати досвід замість продукту, який став товаром.

В перше, поняття «butik-готель» було запропоновано авторами К. Франчетті та С. Форсґрен, вони вважають, що butik-готель – це тип житла, що оздоблений сучасним дизайном і високотехнологічними зручностями [28]. На

думку І. Степаненко, бутик-готель – це зазвичай невеликий готель, що позиціонує себе як розкішний та ексклюзивний, часто оформлений в певному тематичному стилі, розрахований на обслуговування бізнес-еліти [9, с. 220].

Бутик-готелі ще називають «Готелями стилю життя» або «Дизайн-готелями», вони особливо подобаються діловим гостям, які хочуть почуватися особливими, подалі від натовпу та шуму. Але бутик-готелі можуть обслуговувати різні профілі клієнтів із певними напрямками, що робить їх досить популярними в останні роки завдяки цій характеристиці.

В ідеалі бутик-готелі мають в середньому 15-30 номерів, хоча вони також можуть містити до 10-60 номерів. Невелика місткість готелю дозволяє краще реагувати на будь-які зміни, оскільки обмежена місткість дозволяє швидко підвищити якість обслуговування та персоналізувати сервіс. У більшості випадків, великомасштабним готелям потрібно обслуговувати значну кількість гостей, і тому їм важко конкурувати з персональним обслуговуванням, яке надають невеликі бутики і можуть врахувати переваги кожного окремого гостя.

Бутик-готелі пропонують оригінальність з точки зору конструктивних особливостей, архітектурного дизайну, меблі, оздоблення та використані матеріали, вищий стандарт роботи та обслуговування, а також високоякісне індивідуальне обслуговування досвідченим або навченим персоналом. У дослідженні 2007 року Менді Аггетт звертає увагу на такі моменти щодо визначення бутик-готелі:

- мають менше 100 кімнат;
- розташовані в центрі міста чи селища;
- мають якісний ресторан на території;
- ціни на обслуговування порівнянні з цінами в готелях 3-4-5 зірок.
- мають особливий дизайн з акцентом на індивідуальне обслуговування;
- цікава будівля та має історичний вигляд;

- не є частиною великого ланцюга.

Крім того, бутик-готель може не відповідати стандартам бренду і, таким чином, власникам легше перетворити існуючу будівлю на дизайн-готель, який не має чітких вимог до підлоги та планування. Замість цього вони мають відповідати мінімальним розмірам номерів і певним FF&E стандарти, які встановлені більшістю брендів.

Сьогодні вже можна з певністю говорити, що сектор butikів перетворився з невеликої ніші на визнану категорію готелів. серед, якої виділяють три основні тенденції, що виникають у цьому секторі:

- The Boutique (отель Experience)
- Ресторани та бари
- Приватні клуби

Головна мета butik-готелів – створити теплу та дружню атмосферу в готелі, щоб туристи почувалися як вдома. Вони прагнуть підвищити задоволеність клієнтів, задовольняючи всі види потреб споживачів, надаючи високоякісні послуги. Таким чином, завдяки створенню лояльності споживачів, місце нерухомості на ринку розширюється. Відповідно до Закону про стимулювання туризму № 2634, butik-готелі визначаються як «об’єкти, які мають оригінальність з точки зору структурних особливостей, архітектурного дизайну, меблів, оздоблення та матеріалів; пропонує найвищі стандарти з точки зору експлуатації та обслуговування, а також висококваліфікований, досвідчений або навчений персонал, а також щонайменше 10 номерів, які мають певні якості та характеристики» [9].

Бутик-готелі — це підприємства, де встановлюються дружні стосунки між персоналом і клієнтами, пропонується особлива та автентична атмосфера, яка включає особливості регіону. Такі установи зазвичай починають працювати в сфері туризму через реставрацію історичних особняків [32]. Бутик-готелі побудовані відповідно до місцевої архітектури, не спричиняють незапланованого будівництва та бетонування, формують свою продукцію відповідно до вимог споживачів і, як правило, використовують відновлювані

джерела енергії (такі як вітрова та сонячна). В останні роки вони стали брендами [30].

Основними властивостями бутік-готілів є:

- аналіз цільової аудиторії,
- знайомство з постійними клієнтами та миттєво реагувати на їхні запити,
- пропонувати місцеві смаки,
- складати меню відповідно до побажань клієнтів,
- мати оригінальну кухню тощо.

Їх підхід до обслуговування полягає в тому, щоб туристи відчували себе особливими, пропонуючи індивідуальне обслуговування, тримаючи на першому місці задоволеність клієнтів і маючи можливість вимірювати ці показники (наприклад, через TripAdvisor і Tripbase). Клієнти, які шукають більш інтимний, малий сімейний бізнес, далеко від масового туризму та натовпу, віддають перевагу цим готелям.

Ці підприємства іноді пов'язані з природою, іноді розташовані в безлюдній бухті, а іноді працюють в середовищі, об'єднаному з історичними, культурними та природними пам'ятками, які можна відвідати навколо готелю. Крім того, ці підприємства мають поблизу море, річки, ліси, гори чи водоспади, не завдають шкоди навколишньому середовищу, природі, тваринам і людям, тобто мають рису «природженого еколога».

Бутік-готелі включені до списків «найкращих» або «найромантичніших» у найвідоміших і престижних світових туристичних виданнях, ці підприємства змушують людей відчувати себе казковими героями. Бутік-готелі розраховані на тих, хто хоче зупинитися у комфортних апартаментах, а не в кімнаті, хто шукає пильної уваги та турботи, а також на тих, хто хоче побалувати себе. Клієнти, які почувуються розгубленими у великих готелях і до них ставляться як до «іноземців» або «клієнтів», сьогодні віддають перевагу бутіковим готелям. Лояльність клієнтів у цьому типі готелів має першорядне значення.

Основна мета бутик-готелю полягає в першу чергу в тому, щоб зробити різницю, дотримуючись принципу виняткового обслуговування, і максимізувати прибуток, беручи до уваги цільову клієнтську базу [33]. Крім того, бізнес-послуги зможуть задовольнити потреби клієнта, а застосовані методи будуть в рамках абсолютно інноваційної системи обслуговування. У цьому контексті властивості бутик-готелів можна перерахувати наступним чином:

- вони втілюють особливості свого регіону. Побудовані у вигляді будівель або блоків відповідно до місцевої архітектури (бунгало або дерев'яні споруди з двома або трьома поверхами).
- використовуються в основному відновлювані джерела енергії (вітер і сонце). Вони мають екологічне маркування (greenkey, ecolabel тощо).
- між персоналом і клієнтами існують дружні стосунки. Зазвичай люди звертаються один до одного по імені.
- готель має унікальне розташування та автентичну атмосферу. Розташовані поблизу культурних, природних і археологічних об'єктів або в центрі.
- їхнє розуміння послуги передбачає хороший аналіз мети аудиторії, добре знайомство з постійними клієнтами та миттєве реагування на їхні запити. Номер кімнати, матеріали, що розміщуються в кімнаті, і меню визначаються перед поселенням клієнта.
- мають кухню з місцевими смаками та створюють меню відповідно до вимог клієнтів. Кухня відкрита для клієнтів, і вони можуть за нею спостерігати.
- мають сертифікати ISO (такі як ISO 22000, ISO 9000, ISO 10002, OHSAS 18001 та ISO 14000), а в управлінні готелем вони роблять акцент на впровадженні екологічного менеджменту [1].

- розглядають управління твердими відходами, енергоефективність (наприклад, тепло та світло), регіональну зайнятість та навчання на робочому місці важливі програми.

- створюють свої продукти та пропонують їх для продажу відповідно до споживчих тенденцій. Вони надають великого значення органічним продуктам (овочам і фруктам) і, якщо можливо, виробляють їх самі.

- зазвичай це історичні особняки, які були відреставровані для туризму. Будівлі будуються з перероблених або повторно використаних матеріалів.

- вони побудовані відповідно до місцевої архітектури та не викликають незапланованої забудови та бетонування.

- вони змушують туристів почуватися як вдома, пропонуючи індивідуальне обслуговування, і тримають задоволення клієнтів на першому плані. Таким чином вони хочуть створити лояльність клієнтів і збільшити частоту перебування клієнтів.

В останні роки в усьому світі зростає кількість butik-готелів, які приваблюють інвесторів і операторів [29]. Бутік-готелі сприяють легшому сприйняттю дисципліни компанії по відношенню до клієнта та ретельно продуманого сервісу.

Архітектурні та візуальні елементи привертають інтерес і сприйняття клієнта, а також компенсують будь-які потенційні недоліки бізнесу.

Основні переваги butik-готелів з точки зору бізнесу можна підсумувати наступним чином:

- здатні відповідати на різні очікування та вимоги клієнтів;
- пропонувати клієнтам привабливі можливості серед альтернативних варіантів відпочинку;
- ідея або тема візуально та фізично представлена через весь готель;
- пропонують різні враження, розширюючи уяву туристів;

- змушують туристів відчутти можливості, яких вони ніколи раніше не бачили або не відчували.

У світі є багато варіантів щодо бутик-готелів, переважно на курортах. Деякі з них пропонують такі послугу, як йога, гімнастика, балійський масаж, а також поєднують відпочинок із мистецтвом. Більшість бутик-готелів мають приватні причали на пляжі, страви, які поєднують різні кухні, а також такі види діяльності, як швидкісні катери, приватні човнові тури, водні види спорту, катання на водних лижах, велосипедні прогулянки, більярд і послуги масажу.

В усіх секторах туристичної індустрії є певний взаємозв'язок між особистими очікуваннями та сприйнятою послугою і чим менша між ними різниця тим вищою буде задоволеність клієнтів. З іншого боку, невдоволення клієнтів викликане занадто високими особистими очікуваннями або недостатньою оцінкою якості обслуговування. Очікування можуть бути виправдані залежно від гармонії між цими двома критеріями. У індустрії туризму задоволеність клієнтів досягається тоді, коли запропоновані послуги відповідають очікуванням споживачів, тоді як незадоволеність виникає, коли запропоновані послуги не відповідають очікуванням.

Зрозумівши, що концепція відпочинку не обмежується морем, піском і сонцем, сьогодні споживачі очікують інноваційних варіантів від різних закладів і підприємств, де вони хочуть зупинитися. В останні роки бутик-готелі, які створюють ці відмінності, тепер є бізнесом на туристичному ринку, який привертає попит. Прагнучи створити високий попит, пропонуючи широкий спектр альтернативних варіантів обслуговування, відмінності в обслуговуванні бутик-готелів включають:

- оцінку продуктів і послуг на основі попиту,
- різне ставлення до клієнтів,
- завчасне визначення особистості клієнта,

- встановлення теплого контакту з клієнтом, запам'ятовуючи клієнтів під час їхнього наступного візиту, відстежуючи їхні особливі події та пропонуючи незабутні послуги.

Крім того, у butik-готелях є деякі відмінності в послугах, які пропонуються в готелі, порівняно з іншими. Наприклад, набір для сніданку, що складається з органічних продуктів, приладів і механізмів, що працюють на енергії вітру та сонця, тепла, світла, енергії та поводження з твердими побутовими відходами. Водночас butik-готелі прагнуть максимально задовольнити клієнтів, прислухаючись до своїх клієнтів, намагаючись зрозуміти їх і творчо реагуючи на їхні нові потреби та мінливі очікування. Завдяки концепції обслуговування, яка задовольняє всі потреби клієнтів, не виходячи з помешкання, butik-готелі є підприємствами розміщення, які сьогодні користуються великим попитом.

Прихильниками butik-готелів найчастіше є клієнти, які в основному належать до вікової групи 35-55 років, а розподіл їхніх професій є таким: 17% інженерів, 16% викладачів і 12% працівників фінансового сектора. У тому ж дослідженні було виявлено, що з точки зору лояльності клієнтів клієнти віддають перевагу butikовим готелям у три-чотири рази над альтернативними варіантами, причому 28-29% з них обирають зупинитися в тому ж готелі, який вони відвідували раніше. У цьому дослідженні рекомендація друга відіграє важливу роль для 55% клієнтів, які обирають butik-готель. Індикаторами задоволеності клієнтів були частки клієнтів, які знову вибирали той самий готель (45,3%) і рекомендували його оточуючим (45,8%).

### **1.3. Основні етапи проєктування butik-готелю**

Етапи, пов'язані з плануванням готелю, включають баланс функціональних, планувальних та естетичних питань для задоволення потреб гостей, персоналу та власників [21]. Важливо ретельно спланувати всі кроки та процедури, враховуючи всі аспекти та потенційні ризики та інтегруючи їх у

стратегію . Розподіл правильного простору для кожної функції готелю має вирішальне значення разом із відповідною відстанню та доступом до взаємопов'язаних послуг . Процес планування готелю також включає в себе розгляд паркування автомобілів, уникнення заторів і усунення загальних недоліків дизайну . Крім того, планування готелю включає такі аспекти, як програмування об'єктів, аналіз витрат, плани забудови, номерів для гостей, громадських об'єктів і робочих зон поза домом . Нарешті, розробка бізнес-плану для готелю є важливою, враховуючи теоретичні аспекти та проектування готелю під керівництвом та наставництвом [16].

В цілому, процес проектування готельного комплексу прийнято ділити на 5 основних етапів:

1. Вибір місця розташування.
2. Розробка генерального плану.
3. Створення концепції будівель.
4. Розробка системи інженерних комунікацій.
5. Створення дизайну інтер'єру.

Пропонуємо розглянути кожний з них більш детально.

*1. Вибір міста розташування готельного підприємства.* На даному етапі потрібно ретельно проаналізувати територію, на якій планується будівництво готелю. При виборі місцевості необхідно звертати увагу на:

- площу території;
- рельєф місцевості;
- наявність комунікацій, що розташовані поблизу.

Місце будівництва має враховувати особливості міської забудови, туристичні потоки, розташування цікавих туристичних центрів і місцевих визначних пам'яток, об'єктів інфраструктури, щоб вони залишалися в пішохідній доступності.

*2. Розробка генерального плану.* На цьому етапі фахівці ретельно вивчають територію, а потім все вносять до плану архітектури та інженерних комунікацій. Розробка загального плану готельного підприємства включає

також планування внутрішньої та зовнішні частини готелю. При проектуванні зовнішньої частини важливо враховувати:

- господарські зони;
- облаштовані майданчики;
- шляхи для під'їзду до готелю та стоянки.

Проектування планування внутрішнього простору здійснюється з урахуванням зручності та комфорту не лише для гостей, але й для персоналу.

*3. Створення концепції будівель.* Концепція будь якого готелю має відобразитися в архітектурі, інтер'єрах, функціональній організації, переліку додаткових послуг та роботі персоналу. Крім того, концепція будівлі повинна органічно поєднуватися з навколишнім середовищем та забудовою.

*4. Техніко-економічне обґрунтування.* Проектування та будівництво готелів завжди містить цей етап, і він є найтривалішим та найскладнішим. Тут використовують багато розрахунків, розробляються конструктивні рішення, враховуються вимоги до пожежної безпеки й охорони, розраховується міцність будівлі та інші технічні моменти.

*5. Створення дизайну інтер'єру.* На даному етапі проектування готелю розробляється інтер'єри номерів, громадських зон, ресторанів та інших приміщень з урахуванням концепції готельного комплексу. Сучасні дизайнерські рішення при проектуванні готелів прагнуть створити функціональні та комфортні локації для гостей. Вони можуть використовувати різні стилі, матеріали та текстури.

## Висновки до розділу 1

Індустрія гостинності є однією з найперспективніших галузей економіки, яка швидко розвивається. Основними трендами сфери гостинності сьогодні виступають цифровізація, екологізація та оздоровлення. Використання сучасних технологій відкриває багато можливостей для готельних підприємств, таких як спрощення системи бронювання та розрахунків, урізноманітнення видів відпочинку, запровадження віртуальних турів, роботизація послуг, що дозволяє зменшення фізичного навантаження на персонал тощо. Крім того, слід зазначити, що велика кількість споживачів свідомо відносяться до власного здоров'я та збереження навколишнього середовища. Тому такі тренди сфери гостинності є найбільш популярними серед споживачів.

Нові тенденції у розвитку індустрії гостинності змінюють форму готелів, що пов'язано із завищеними очікуваннями гостей. До таких готелів можна віднести butik-готелі. Butik-готелі – це невеликі розкішні готелі, розташовані в найрізноманітніших місцях, які відрізняються унікальним убранням і вишуканою атмосферою. Вони пропонують гостям унікальний досвід і індивідуальне обслуговування, яке вони не можуть отримати в звичайних готелях.

Butik-готель не є окремою категорією готелю, його можна визначити за наступними характеристиками: розміром, відчуттям інтимності та індивідуальності, дизайном та архітектурою, декором, увагою до естетики, оригінальністю, місцем розташування, місцевим колоритом, персоналізованим обслуговуванням, автентичною кухнею тощо.

Проектування butik-готелю потребує ретельної розробки концепції, яка буде враховувати місце розташування, інженерно-технічні розрахунки, зовнішні та внутрішні частини будівлі, а також інтер'єр та дизайн об'єкту.

## РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ БУТІК-ГОТЕЛЮ У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ЗОНІ

### 2.1. Обґрунтування місця проєктування

Для проєктування бутік-готелю було обрано рекреаційну зону у селищі Брюховичі, яка входить до складу Львівської міської об'єднаної територіальної громади, підпорядкованої Шевченківському району м. Львова. Воно знаходиться на північному захід від Львова, у центральній частині Львівської області. Датою заснування селища є 21 липня 1444 р. У селищі мешкає приблизно 5800 осіб.

Селище Брюховичі розташоване у рекреаційній зоні і славиться своїми курортними властивостями, такими, як термальні родовища, ліси, водойми, парки та насичене киснем і хвоєю повітря. Ще за часів Австро-Угорщини та Польщі ця територія була відома своїми унікальними ресурсами і використовувалась для лікування та оздоровлення населення. У 1906 р. були відкриті перші купальні з мінеральними водами. Згодом було відкрито ще декілька подібних закладів [23].

Курортну традицію продовжила і радянська влада. Тут знаходились дитячі табори, профілакторії, санаторії, бази відпочинку. Відпочивати та оздоровлюватися у Брюховичі приїжджали курортники як з усього Радянського Союзу так і з за кордону.

Сьогодні с. Брюховичі є розвиненою рекреаційною зоною. Тут розташовані сучасні готелі та ресторани, санаторії, спортивні майданчики, тенісні корти, є також 2 озера з пляжною інфраструктурою та чисте повітря, насичене запахом сосен (додаток А).

Родзинкою селища є мінеральні джерела. Якість води не поступається водам Берегово на Закарпатті, але вони підлягають подальшому вивченню. Також у селищі ведуться роботи щодо відновлення джерела з питною водою. Воно довгий час знаходилось у занедбаному стані. Небайдужі мешканці

написали проєкт «Жива вода» та подали його на щорічний конкурс, який проводить управління екології та природних ресурсів ЛМР – «Благоустрій джерел Львова». Проєкт переміг. Також на території селище знаходяться два озера, які придатні для купання та відпочинку [23].

Крім природно-лікувальних рекреаційних ресурсів у селищі знаходяться унікальні культурні пам'ятки. На особливу увагу заслуговує Троїцька церква, яка є пам'яткою дерев'яної сакральної архітектури, 1756 р та Брюховицький форт, споруджений на початку ХХ ст. (додаток А). Також в селищі працює музей модерної скульптури Михайла Дзиндри та заміська станція спостережень астрономічної обсерваторії Львівського національного університету імені І. Франка [26].

Візитною карточкою селища є «Чебуречна» біля озера. Вважають, що кожен, хто приїжджає в Брюховичі, має посмакувати місцевими чебуреками, які готують із двома начинками – м'ясом і сиром. Незважаючи на скромний інтер'єр та невибагливе обслуговування, це чебуречна завжди користується популярністю серед відвідувачів [25].

На території селища зареєстровано 7 готельних комплексів. Найвідомішими з них є готельні комплекси «Колиба» та «Валентина».

Також слід зазначити, що селище Брюховичі має великі перспективи для подальшого розвитку туризму. Місцевість, крім курортних ресурсів має вдале географічне розташування, яке приваблює як відпочиваючих так бізнесменів, завдяки близькості до м. Львова.

Крім того, селище знаходиться на відстані 10 км. від Львівського національного академічного театру опери та балету становить та 13 км. від міжнародного аеропорту Львова. З центру міста до Брюховичів можна дістатися за 30 хвилин на автобусі, або на велосипеді. Для цього розроблені спеціальні маршрути, є веломайстерня та вся необхідна велоінфраструктура. До речі, з майстерні можна викликати спеціаліста у випадку дорожньої пригоди [23].

Місцевість на якій планується забудівля бутік-готель, має сприятливі природні ресурсів, такі як ліс, мінеральні джерела, озера, історичні пам'ятки, орієнтація готелю на рекреацію, все це може забезпечити збільшення кількості туристів.

Сьогодні йде інтенсивна забудівля у Брюховичах. Південна її частина забудована розкішними будівлями та житловими будинками. Громадські активісти с. Брюховичі наголошують на необхідності надати селищу статусу курорту місцевого значення, але влада не погоджується. Проте, статус курорту міг би захистити цінні брюховицькі рекреаційні територій від цинічних проєктів житлової забудови.

Отже, переваги будівництва бутік-готелю саме в селищі Брюховичі є очевидними. Воно має сприятливе розташування, курортні ресурси, чудову культурно-історичну базу, вдале транспортне забезпечення і є перспективним для інвестиційних проєктів.

## 2.2 Маркетингове дослідження місця забудови бутік-готелю

Вивчення ринку готельних послуг засвідчив, що підприємства готельного бізнесу с. Брюховичи зосереджені не тільки у центральній зоні, але й приблизно рівномірно розподілені на мапі селища. З метою визначення доцільності проєктування бутік-готелю у рекреаційній зоні, проаналізуємо та охарактеризуємо існуючу забезпеченість готелями та ступінь їх завантаження в радіусі п'яти кілометрів. Дані порівняльного аналізу вносимо у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

### Забезпеченість досліджуваного регіону готелями

Діючі засоби розміщення	Адреса	Тип/ Категорія	Номерний фонд та цінова політика	Інфраструктура та послуги	Середньорічне завантаження, %
1	2	3	5	6	7

## Продовження таблиці 2.2

Valentyna	Брюховичі, вул. Ясна, 7	Готель***	38 номерів: Люкс (2+1), 1090 грн.; двомісний номер, 980 грн.; одномісний номер, 880 грн.;	Інтернет, ресторан, бар, автостоянка, конференц-зал, сауна, басейн	65
Villa Kmeller	Брюховичі, вул. Соснова, 34	Готель***	14 номери: тримісний номер, 1200 грн.; двомісний номер, 900 грн.;	Інтернет, автостоянка, пральня, обслуговування номерів, трансфер з/до аеропорту	55
Olena Resort		Готель	15 номерів: двомісний, 1000 грн.; тримісний, 1300 грн.; двомісний з балконом, 1500 грн.; напівлюкс 4- місний, 2500 грн.; Люкс 4-місний, 3000 грн.; Сімейний 6- місний, 3000 грн.; Люкс 4-місний, 3000 грн.	Відкритий басейн, сауна на дровах, чан, пляж з шезлонгами та парасольками, альтанка, ресторан, інтернет	60
Motozona	Брюховичі, вул. Незалежнос ті України, 42	Мотель	4 номери: Великий двомісний номер + 1, 1200 грн.; великий двомісний номер, 1000 грн.; великий двомісний номер, 800 грн.	Інтернет, автостоянка, пральня, обслуговування номерів, номери для некурців, бар	53

## Продовження таблиці 2.2

Green Hill Inn	Брюховичі, вул. Сливова, 2	Міні-готель	Тримісний номер (2 досл. +дит.), 1200 грн.; тримісний номер (3 досл.), 1300 грн.; двомісний номер, 800 грн.	Інтернет, автостоянка, обслуговування номерів, барбекю, трансфер з/до аеропорту	55
Villa ZENKO			12 номерів: Сімейний номер із балконом, 1500 грн.; тримісний номер, 1350 грн.; двомісний номер, 980 грн.	Інтернет, автостоянка, обслуговування номерів, барбекю, трансфер з/до аеропорту	45
Колиба	Брюховичі, вул. Бурденка, 14	Готельно-ресторанний комплекс	4 будиночки (2 спальні, душ, туалет, телевізор, хол, відпочинкова кімната) - 500 грн. ;2 колиби хостел (1 номер з - 200 грн., 5 номерів 1-місний – 100 грн., 2-х місний - 200 грн.)	Ресторан, сауна, дитячий майданчик, міні-зоопарк, банкетна зала, мангал	55
<i>Загальна кількість номерів</i>			<i>109 номерів (близько 450 місць)</i>		

Вивчення поточної ситуації у селищі Брюховичі (табл. 2.1) показало, що на території 5 км від ділянки, на якій планується будівництво бутік-готелю знаходиться 7 готелів, 20% із них мають категорійністю 3\* і пропонують послуги середнього рівня, а решта орієнтовані на короткостроковий відпочинок.

Із табл. 2.1. можна побачити, що майже не один з готелів не пропонує послуги конференц-сервісу. Деякі готельні комплекси мають банкетний зал для проведення тематичних заходів (весіль, днів народжень, корпоративних заходів тощо). Розглянуті установи належать до маломістких готелів, це

мотелі та міні готелі. Здебільшого вони надають послуги проживання та харчування і пропонують не великий перелік додаткових послуг. Номерний фонд готелів розрахований на сімейний відпочинок вихідного дня. На території готельних комплексів є місця для барбекю та мангали. Проте, не дивлячись на сприятливе місце розташування, додаткові платні послуги рекреаційно-оздоровчого характеру пропонують тільки деякі готельні заклади.

Для якісного та економічно-вигідного проектування бутік-готелю, необхідно розглянути переваги та недоліки майбутніх конкурентів. Отримані дані, за результатами здійсненого аналізу конкурентного середовища, наведені в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**Характеристика основних та додаткових послуг конкурентів  
проектованого підприємства готельного господарства**

Підприємство готельного господарства	Переваги	Недоліки
1	2	3
Valentyna	Інтернет, ресторан, бар, автостоянка, конференц-зал, сауна, басейн	Застарілий ремонт, не якісне обслуговування, низька шумоізоляція,
Villa Kmeller	Інтернет, автостоянка, пральня, обслуговування номерів, трансфер з/до аеропорту	Відсутність ліфту, не якісне обслуговування, застаріла сантехніка, слабкий інтернет
Olena Resort	Відкритий басейн, сауна на дровах, чан, пляж з шезлонгами та парасольками, альтанка, ресторан, інтернет	Не якісне обслуговування, не доброзичливий персонал
Motozona	Інтернет, автостоянка, пральня, обслуговування номерів, номери для некурців, бар	Поряд проходить залізна дорога, погана шумоізоляція
Green Hill Inn	Інтернет, автостоянка, обслуговування номерів, барбекю, трансфер з/до аеропорту, сімейні номери, вид на гори	Не має власного сайту, не велика парковка застаріле обладнання номерів
Villa ZENKO	Інтернет, автостоянка, обслуговування номерів, барбекю, трансфер з/до аеропорту	Поряд проходить залізна дорога, погана шумоізоляція

## Продовження таблиці 2.2

Колиба	Ресторан, сауна, дитячий майданчик, міні-зоопарк, банкетна зала, мангал	Не має власного сайту, не якісне обслуговування, не доброзичливий персонал
--------	---	--

Проаналізувавши наведену інформацію, можна зробити висновок, що в обраній місцевості немає засобу розміщення з сучасною матеріально-технічною базою, якісним обслуговування, рекреаційно-оздоровчими послугами, який би міг оптимально поєднувати відпочинок та задоволення потреб сучасних споживачів. Наявність міжнародного аеропорту та близькість такого мегаполісу як м. Львів дає можливість спрогнозувати, що проєктований заклад буде користуватися попитом як серед українського населення так буде цікавим і для іноземних туристів.

Враховуючи недоліки, що наведені у табл. 2.2, слід зазначити, що основною перевагою проєктованого бутік-готелю повинно стати високий рівень сервісу обслуговування гостей, якісний оперативний комплекс надання додаткових платних/безкоштовних послуг, а також цікава концепція готельного підприємства у цілому. Також готель має мати орієнтуватися на світовий рівень стандартів обслуговування.

Тому ми пропонуємо спроектувати бутік-готель, який би мав комфортні, сучасно облаштовані приміщення, ресторан, Spa-зону для відпочинку та релаксації, а також конференц-залу для проведення ділових зустрічей, лекцій та семінарів. Оскільки місцевість для проєктування бутік-готелю знаходиться у чудовому тихому місці поруч із озером та лісом, в рекреаційному закладі буде можливість не тільки зупинитися під час ділової поїздки, а й відпочити від метушні, гаджетів та інформаційного перенасичення,

С. Брюховичи стрімкими темпами розбудовується, має територіальну близькість до м. Львова, відповідно і до міжнародного аеропорту, тож кількість туристів щорічно буде зростати, тому доцільно побудувати бутік-готель категорійності 4\*.

Дане рішення обумовлене тим, що по-перше, у селищі ще немає готелю такої високої категорії, однак є попит, по-друге, рівень та якість додаткових послуг буде сприяти більшому залученню нових гостей.

Отже, с. Брюховичі, Львівської області будемо проектувати butik-готель категорії 4\*.

### 2.3. Концептуальні засади діяльності butik-готелю

При створенні концепції проєктованого підприємства необхідно обґрунтувати асортиментну, цінову, обслуговуючу, дизайнерську концепції. При виборі певної концепції потрібно враховувати оптимальну асортиментну пропозицію послуг, тобто, з одного боку, споживчі вимоги визначених груп (сегментів ринку), а з іншого, необхідність забезпечення ефективного використання підприємством матеріальних, технологічних, фінансових та інших ресурсів. Тому послуги, що надаються в готелях, поділяються на основні та додаткові і можуть бути безкоштовними і платними.

Оскільки butik-готель, що проєктується 4\*, то саме ця складова визначає обсяг додаткових послуг (безоплатних та платних). Споживачам готельних послуг будуть надаватись наступні безкоштовні послуги: тренажерна-зала, паркінг, текстильні засоби гігієни, виклик швидкої допомоги; користування медичною аптечкою; виклик таксі; вода в цілодобовому доступі.

Для розкриття концептуальних рішень butik-готелю, що проєктується наведемо складові, які формують основні ідеї діяльності засобу розміщення. Дану інформацію подаємо у вигляді табл. 2.3.

Таблиця 2.3

#### Концепція діяльності проєктованого butik-готелю, с. Брюховичі

Ознаки концепції	Характеристика ознак
<b>Характеристика місця розташування</b>	
Країна (місце) розташування	Україна, м. Львів, с. Брюховичі
Адміністративний вид території	Західна Україна ,Львівська область
Адреса розташування готелю	вул. Пляжна, 9

Система харчування				Шведський лінія	
Тип підприємства				Бутік-готель	
Категорія				****	
Кадровий склад				Керівники, спеціалісти, робітники	
Стиль управління				Демократичний	
Цільовий сегмент споживачів				Вітчизняні та іноземні туристи, ділові люди, жителі міста Львів	
Спосіб організації та взаємозв'язку всіх груп приміщень				Лінійна структура управління	
<b>Розміщення</b>					
Вид				DBL	
Рівень комфорту				****	
Місткість				40 номерів (76 місць)	
Дизайнерський стиль				Еко-стиль, екологічність текстилю та декору	
Категорія номерів	Номер 1 категорії	Номер I категорії для маломобільних груп населення	Станд арт	Люкс і Дуплекс	Апартамент
Кількість номерів	11	2	17	6	4
<b>Харчування</b>					
Тип закладів		Ресторан		Бар	Банкетна зала
Організація харчування		Шведський стіл		Барна стійка	Банкети
Кількість місць				100	
Режим роботи				07:00-10:00 (Фуршет) та з 10:00 до 22:00	
Форма обслуговування		Самостійне обслуговування		Обслуговування Барменом	Обслуговування офіціантами
Дизайнерський стиль				Еко-стиль, екологічність текстилю та декору	
<b>Бізнес-послуги</b>					
Тип				Конференц-зал	
Режим роботи				Цілодобово	
Дизайнерський стиль				Стиль - Еко-стиль коворкінг	
<b>Побутове обслуговування</b>					
Тип		Салон краси		Побутові приміщення (Пральня, хімчистка)	
Режим роботи		10:00		09:00-16:00	
Дизайнерський стиль				Стиль Еко-стиль	
<b>Культурно-дозвілеві послуги</b>					
Тип по днях				Режим роботи по годинах	
Анімація		Кожний день		09:00-21:00	
<b>Рекреаційні послуги</b>					

## Продовження таблиці 2.3

Тип	Басейн	Тренажерна зала	SPA - центр	
Режим роботи	07:00-21:00	07:00-21:00	10:00-19:00	
<b>Торгівля</b>				
Тип		Призначення		Режим роботи
по днях			по годинах	
Магазин-бутік		Реалізація сувенірів	Кожний день	09:00-21:00

Згідно вимогам до готелів 4\* пропонуємо перелік основних та додаткових послуг, які будуть надаватися у бутік-готелем, розташованому у с. Брюховичі (додаток Б):

- приймання та розміщення – цілодобово;
- відділ бронювання;
- зберігання багажу;
- послуга «Доброго ранку» (побудка у визначений час) за

замовленням

- послуга доставка багажу у номер;
- помер для гостей з обмеженими фізичними можливостями;
- надання в номер предметів особистої гігієни;
- кабельне телебачення;
- виклик невідкладної швидкої допомоги;
- замовлення ресторану;
- користування тренажерною залом, басейном та сауною;
- трансфер з/до аеропорту;
- додаткове ліжко у номери;
- міні-холодильник;
- кондиціонери;
- прибирання номера (один раз на три дні);
- заміна рушників за потреби гостей;
- цілодобове надання інформаційних послуг;
- цілодобова система охорони і безпеки у готелі;
- електронні ключі-картки;

Для проектування бутік-готелю, необхідно розрахувати площу земельної ділянки. Відповідно до нормативних документів для цього використовується формула:

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

де  $n_z$  – норматив площі земельної ділянки,  $m^2/місце$ ;

$N$  – місткість готелю, місць.

Отже, за розрахунками площа земельної ділянки під будівництво бутік-готелю має бути не меншою, ніж:

$$S_d = 55 \cdot 76 = 4180 \text{ м}^2$$

## 2.4. Організація сервісно-виробничого процесу

Для організація якісного сервісно-виробничого процесу потрібно визначитися із організаційною структурою управління готелем, рестораном та іншими підрозділами. До основних завдань структури управління можна віднести : поділ праці, визначення завдань, обов'язків, взаємовідносин та взаємозв'язків. Вивчення літературних джерел показало, що на практиці, готелі найчастіше використовують лінійну, функціональну та лінійно-функціональну структури [21].

Враховуючи тип, категорію та місткість бутік-готелі, який проектується можемо стверджувати, що найбільше підходить лінійно-функціональна структура. Сутність зазначеної структури полягає у тому, що максимальне навантаження бере на себе лінійний керівник, який очолює колектив. Його помічником є спеціальний апарат, що складається з функціональних підрозділів (управлінь, відділів, бюро тощо) [21]. Таки чином, лінійно-функціональна структура управління є вертикальною та спирається на розподіл повноважень та відповідальність за функціями управління і прийняття рішень. Функціональна структура бутік-готелю наведено на рис.2.1.



Рис.2. 1– Функціональна схема бутік-готелю

Основними блоками функціональних приміщень бутік-готелю є: група вестибюльних приміщень; група житлових приміщень; група адміністративних приміщень; група приміщень ресторанного господарства; група підсобних і господарських приміщень; група приміщень анімаційного призначення; група приміщень рекреаційного обслуговування.

**Приймально-вестибюльна група приміщень.** Для цієї групи приміщень можливе часткове взаємопроникнення функціональних зон без порушення системи комунікацій вестибюля. Зону очікування, відпочинку та збору організованих груп рекомендується проектувати непрохідною. Вибір приміщень приймально-вестибюльної групи наведено у до табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Структура приміщень приймально-вестибюльної групи бутік-готелю

Приймально-вестибюльні приміщення готелю **** на 40 номерів Найменування приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
Вестибюль	50
Вбиральня	10

## Продовження таблиці 2.4

Ресепшен	25
Кімната чергового персоналу	20
Кімната для зберігання багажу	6
Приміщення охорони	6
Медпункт	18
Разом	135

Крім наведених приміщень вестибюльно-приймальної групи, на першому поверсі бутік-готелю планується розмістити наступні приміщення: конференц-зал, ресторанне господарство, Спа-зону (масажні кімнати, басейн, сауна, санвузли).

Усі зазначені блоки приміщень мають бути взаємозалежними і враховувати специфічність функціонального процесу бутік-готелю. Приміщень вестибюльно-приймальної групи мають забезпечити раціональне функціонування, щоб рух гостей був найбільш оптимальним.

**Характеристика житлової групи приміщень.** Група житлових приміщень є обов'язковою для всіх типів і категорій готельних підприємств. До цієї групи відносяться : номери, коридори, холи, вітальні, приміщення побутового обслуговування на поверсі. В цілому на них припадає 54-70% від загальної площі готелю, із них від 13 до 22% - на коридори [8].

При проектуванні номерного фонду бутік-готелю враховувалась обрана категорія та відповідність вимогам ДБН В.2.2-20:2008 «Будинки і споруди. Готелі» [3].

Номерний фонд бутік готелю 4\* складається : апартаментів, люксу, напівлюксу, стандарту. Характеристика номерного фонду бутік-готелю подана у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

## Характеристика номерного фонду бутік-готелю

Тип номера	Кількість місць, шт	Кількість номерів, шт	Всього місць, шт	Житлова площа, м2	Разом, площа м2
Апартамент	2	4	8	50	200
Люкс і Дуплекс	2	6	12	35	210
Стандарт	2	17	34	20	340
Стандарт, 1-місний	1	11	11	20	220
Стандарт, 2-місний для маломобільних груп населення	2	2	4	20	40
Всього		40	67		1010

Номера бутік-готелю мають бути комфортними, сучасними, та налаштовувати на відпочинок з релаксацією. Відповідно, вони повинні оснащені усіма необхідними зручностями, які можуть знадобитися під час відпочинку, такими як супутникове телебачення, кондиціонер, безкоштовний Wi-Fi, фен тощо.

Для готелів категорій 4\* обов'язково передбачати резервні входи для занесення багажу та вестибюлі. За допомогою спеціального технічного обладнання багаж має доставлятися від автівки до ліфту, що значно спрощує цей процес.

Відповідно до вимог ДСТУ 4012.1. (Засоби безпечного зберігання.), номери, які планується обладнати сейфами повинні мати капітальні стіни, ґрати та двері з автоматичним замком. Крім того, такі приміщення обов'язково мають бути підключеними до системи сигналізації та відеоспостереження. Приміщення повинно мати окрему (відокремлену) зону для роботи з речами, яка не контролюється системою відеонагляду. У разі встановлення депозитних сейфів з чарунками вони повинні відповідати мінімум третій категорії стійкості згідно з вимогами ДСТУ 4012.2.(Засоби безпечного зберігання.) [2].

**Характеристика адміністративних приміщень.** При проектуванні важлива увага приділяється адміністративних приміщень. До групи цієї категорії належить приміщення, які відведені для бухгалтерії, відділу кадрів, кабінету директора, завідувача господарською частиною, зали для проведення нарад, а також складські приміщення та приміщення для зберігання різних речей.

Через невеликий розмір проектного бутік-готеля, всі адміністративні приміщення розташовані на 1 поверсі. Інформація про склад і площу адміністративних приміщень наведено в табл. 2.6

Таблиця 2.6

Склад і площа адміністративних приміщення бутік-готелю

<i>Адміністративні приміщення готелю</i>	м2
Кабінет директора	16
Кімната завгоспа	10
Бухгалтерія та відділ кадрів	35
Зал для проведення нарад	30
<i>Разом</i>	91

**Характеристика господарсько-побутових та інженерно-технічних приміщень.** *Господарсько-побутові приміщення готелю* призначені для збереження засобів матеріального забезпечення служб і підрозділів готелю для його оптимального функціонування і якісного обслуговування гостей. До таких приміщень належить: приміщення для збереження білизни, меблів, інвентарю, продуктів харчування зі збереженням певної температури тощо.

*Інженерно-технічні приміщення* – це приміщення, у яких зосереджується інженерно-технічне обладнання для забезпечення виробничого процесу. Як правило, вони ізольовані від житлових і господарсько-побутових приміщень і знаходяться у підвалі готелю. До цієї категорії належать приміщення в може бути розміщено обладнання для автономного постачання води, тепла, каналізації, тепло-водопостачання, електроенергії тощо. Склад та площа господарсько-побутових та інженерно-технічних приміщень бутік-готелю наведено у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Склад і площі господарсько-побутових та інженерно-технічних приміщень  
бутік-готелю

Найменування приміщення	Площа не менша ніж, м <sup>2</sup>
Побутові приміщення	24
Електротехнічна	8
Резервний склад білизни	6
Матеріально-технічні склади	24
Склад видаткових матеріалів	4
Склад меблів	20
Побутові приміщення виробничого персоналу, гардероб, санвузли	40
Бойлерна	20
Разом	146

**Бронювання.** Процес бронювання є важливим аспектом управління готелем. Він включає в себе кілька етапів, які мають вирішальне значення для забезпечення безперебійного та безпроблемного обслуговування гостей. Перший етап - це первинний запит, коли гість зв'язується з готелем, щоб перевірити наявність номерів і ціни. Це можна зробити різними способами, такими як телефон, електронна пошта або веб-сайт готелю. Крім того, туристи можуть звернутися до послуг туристичних агентств та туристичних операторів. Але найбільш розповсюдженим способом бронювання є онлайн-бронювання. Воно складається з декілька основних етапів.

Після того, як гість підтвердить свою зацікавленість у бронюванні, готель попросить надати такі деталі, як дати перебування, кількість гостей і вподобання номера. На основі цієї інформації готель запропонує гостю доступні варіанти та ціни.

Наступним етапом є фактичне бронювання, де гість підтверджує своє бронювання, надаючи особисту та платіжну інформацію. Зазвичай це робиться

через захищену систему онлайн-бронювання або по телефону з агентом бронювання.

Після підтвердження бронювання готель надішле гостю електронний лист із підтвердженням або повідомлення з такими важливими відомостями, як дати бронювання, тип номеру, вартість і правила скасування.

Завершальним етапом є процес реєстрації, коли гість прибуває в готель і зустрічається персоналом стійки реєстрації. Гостя попросять надати ідентифікацію та оплату, а також отримають ключі від номерів і всю необхідну інформацію про зручності та послуги готелю. Загалом, добре керований процес бронювання має важливе значення для забезпечення задоволеності гостей і створення позитивної репутації готелю.

**Реєстрація. Розміщення. Виселення.** Реєстрація є обов'язковою вимогою для всіх гостей незалежно від віку, національності, місто роботи або місця проживання. Незалежно від розміру готелю, гості повинні надавати основні дані про них або заповнити реєстраційну картку гостя. Ця угода між готелем і гостем називається простим договором.

Реєстрація гостя у бітік-готелі відбувається цілодобово. При реєстрації гість має відразу отримати незабутні вражень про готелю. Процедура реєстрації у бутік-готелю має вирішальне значення для збору інформації про гостя та ініціалізації облікового запису гостя. Для цього адміністратор має попросити у гості всі необхідна документи, такі як паспорт чи водійські права, що підтверджують особу. Майже вся документація в гостьовому циклі базується на даних, які записуються та перевіряються під час реєстрації.

Після реєстрації гостя видається електронний ключ від кімнати. Також адміністратор повинен пояснити правила готелю, графік сніданків, перелік додаткових послуг, які він може отримати у бутік-готелі та іншу корисну інформацію. Після цього гість може зайти до своєї кімнати та розпочати своє проживання. Готель надає необхідні зручності, такі як постільна білизна, рушники, туалетні засоби, інтернет-з'єднання.

**Додаткові послуги.** До додаткових послуг бутік-готелю відносяться послуги Spa-центру, анімація та конференц-сервіс.

До Spa-послуг відносять послуги, які спрямовані на відновлення психічних, фізичних та духовних сил гостей бутік-готелю, а також на оздоровлення та релаксацію, а саме:

- масаж, ароматерапія, гідротерапія (ванни з різними добавками, душі), сауна;
- фітнес-зала;
- організація занять з йоготерапії та медитації;
- здорове харчування

Враховуючи орієнтацію бутік-готелю на затишний родинний відпочинок організація анімаційних послуг є важливою складовою функціонування засобу розміщення. З метою задоволення рекреаційних потреб різних груп споживачів розроблено низка активностей, а саме:

- проведення екскурсій;
- організація відпочинку на відкритому повітрі біля озера;
- спортивні ігри березі озера (баскетбол, волейбол, теніс);
- майстер-класи: проведення занять з живопису, розпису посуду, виготовлення браслетів, ляльок тощо.

Для проведення різних заходів та конференцій передбачено конференц-сервіс. Бутік-готель має невелике, але комфортабельне та затишне приміщення для проведення івентів різного характеру. Конференц-зал оснащений необхідною аудіо-відео технікою, проекторами, звуковою системою та зручними меблями для учасників.

**Ресторан та бар.** При проектування бутік-готелю велика площа закладу відводилась на приміщення харчування. Ресторан планувалося розташувати на першому поверсі поряд з вестибюлем, що значно полегшує доступність гостей до місця прийому їжі та забезпечує ізоляція житлової частини. У бутік-готелі передбачено ресторан з торгівельною залом і баром.

Ресторан розраховано не тільки на обслуговування гостей бутік-готелю, але також і на сторонніх клієнтів м. Львова. Відповідно ресторан має окремий вхід, вестибюль та гардероб. У зв'язку з тим, що ресторан має близькість до готельних номерів, робота ресторану обмежується часом. Ресторан працює з 10:00 до 22:00 години. Місткість ресторану дорівнює 100 місцям. Меню ресторану, здебільшого, орієнтовано на українську та європейську кухні. Ресторани також надають комплексні обіди та сніданки у вигляді фуршетів за 07.00 до 10.00. Заклад також буде працювати в обідній та вечірній час, тому мешканці готелю можуть пообідати та повечеряти за додаткову плату відповідно до позицій меню. У бутік-готелі передбачено цілодобова робота бару. Розміщення кімнат готелю на другому поверсі над зоною ресторану потребує використання шумозахисних систем для приміщень та навколишньої забудови. Характеристика ресторанного закладу бутік готелю наведена у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

## Характеристика ресторанного закладу бутік готелю

Ознаки	Характеристика
Тип і назва закладу	Ресторан-бар
Кількість місць	100
Клас ресторану і бару	Вищий
Кулінарне спрямування	Українська та європейська кухні
Методи обслуговування споживачів	Офіціантами
Форми обслуговування офіціантами	Повне обслуговування офіціантами
Формати виробництва продукції	Сировина та напівфабрикати
Дизайнерський стиль	Еко-стиль, екологічність текстилю та декору
Вхід до ресторану	З готелю та з вулиці
Режим роботи закладу	З 10.00 до 22:00
Сніданок	З 7.00 до 10.00
Обслуговування в номері	Цілодобово
Приміщення для споживачів	Аванзал, вестибюль з гардеробом і туалетними кімнатами, торгова зали, банкетна зала.

Бутік-готель виконано в еко-стилі (додаток В). Екологічний дизайн передбачає використання простих форм і природних матеріалів: дерева, каменю, скла та металу. Для кольорової гама екостилю характерні нейтральні тони - білий, бежевий, сірий і коричневий, а також відтінки зеленого, коричневого і синього. Тому вестибюль ресторану гармонійно продовжує стиль бутік-готелю.

Аванзал та торгівельна зала. Вхід до торгівельної зали здійснюється через вестибюль. Площа торгівельної зали ресторану і бару складає 210 м<sup>2</sup>. Торгівельна зала розташована поряд з банкетною залою. Склад та площі приміщень для споживачів наведено у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

## Склад та площа приміщень для споживачів

Найменування приміщень для споживачів	Площа м <sup>2</sup>
Вестибюль (у т.ч. гардероб, туалетні кімнати)	60
Аванзал	25
Банкетний зал	70
Торгівельна зала ресторану і бару	210
Їдальня для персоналу	35
Разом	400

У бутік-готелю передбачено використання раціону харчування (сніданок, обід, вечеря), тому кількість споживачів визначається для кожного прийому їжі окремо. Прогнозування динаміки відвідувань ресторану наведено на табл. 2.10.

Таблиця 2.10

## Прогнозована динаміка відвідування ресторану на 110 місць

Години роботи	Оборотність місця за 1 годину, раз	Коефіцієнт заповнення залу	Кількість споживачів, осіб
7-8	Шведська лінія		
8-9			
9-10			

## Продовження таблиці 2.10

10-11	1,5	0,3	49
11-12	1,5	0,2	33
12-13	1,0	0,3	33
13-14	1,1	0,9	108
14-15	1,2	0,7	92
15-16	1,2	0,4	53
16-17	0,9	0,3	30
17-18	0,4	0,4	18
18-19	0,6	0,5	33

**Готельний сніданок** є однією з найважливіших послуг, які пропонує бутик-готель. Оскільки сніданок включений у вартість номера, то він легко може стати показником задоволеності чи незадоволеності гостей готелю. Сніданок є найцікавішим моментом дня, який дає необхідну енергію, задоволення від смачних страв та естетичне задоволення. Зазвичай на сніданок подають: млинці, яйця, йогурт, сир, круасани, фрукти, м'ясу нарізку, сирники, кекси, пластівці, сік, каву та чай. Всі страви готуються зі свіжих і якісних продуктів, щоб забезпечити смачний та здоровий початок дня для гостей готелю. Меню сніданків обов'язково має враховувати тип, концепцію бутик-готелю, контингент потенційних споживачів та їх уподобання, пору року, та структуру виробничого процесу закладу. Можливі варіанти сніданків наведено у табл. 2.11.

Таблиця 2.11

## Меню сніданків

Назва сніданку	Особливості
Класичний сніданок	-Яйця: омлет, яйця-варені -Бекон, ковбаски, шинка або стейк, сир -Оладки, млинці, сирники. -Додатково: тост з вершковим маслом, фруктовий салат, йогурт з мюслі.

## Продовження таблиці 2.11

Сніданок зі свіжими продуктами	-Асорті фруктів і ягід: нарізані апельсини, груші, яблука, кавун, ананас, ягоди тощо. -Мюслі або гранола з медом та йогуртом, овсянка, гречка, рисова каша. -Свіжі овочі: помідори, огірки, перець, зелень. -Свіжі соки: апельсиновий, грейпфрутовий, яблучний, морквяний або комбіновані соки.
--------------------------------	--

У ресторані бутік-готелю планується обслуговування офіціантами. За кожним офіціантом закріплюється певний столик і певний інвентар. У ресторані запроваджуються інноваційні засоби обслуговування такі як електронне меню.

Таблиця 2.12

## Якісний та кількісний склад обслуговуючого персоналу ЗРГ

Посада	Кількість	
	Ресторан	Бар
Адміністратор залу	2	
Офіціант	10	2
Бармен-касир		2
Мийник столового посуду	2	2
Прибиральник залів	1	1
Разом	22	

Для підрахунку корисної площі бутік-готелю потрібно підрахувати суму всіх приміщень для забезпечення сервісно-виробничого процесу за винятком технічних.

Таблиця 2.13

## Склад і площа приміщень закладу

№ пор.	Назва приміщення	Площа приміщень, м <sup>2</sup>
<b>БУТІК-ГОТЕЛЬ</b>		
<b>1 Приймально-вестибюльна група</b>		
	Вестибюль	50
	Вбиральня	10
	Ресепшен	25

Продовження таблиці 2.13

Кімната чергового персоналу	20
Кімната для зберігання багажу	6
Приміщення охорони	6
Медпункт	18
<b>2 Житлова група</b>	
Апартаменти	200
Люкс і Дуплекс	210
Стандарт	340
Стандарт, 1-місний	220
Стандарт, 2-місний для маломобільних груп населення	40
<b>3 Адміністративна група</b>	
Кабінет директора	16
Кімната завгоспа	10
Бухгалтерія та відділ кадрів	35
Зал для проведення нарад	30
<b>4 Група приміщень побутового обслуговування та спортивно-оздоровчого призначення</b>	
Спа-комплекс	120
Тренажерний зал	40
Інвентарна	8
Кімната інструктора	8
Роздягальні з санвузлами (жіночі)	12
Роздягальні з санвузлами(чоловічі)	12
Комора	4
Басейн	60
Приміщення конференц-залу	80
<b>ЗАКЛАД РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ БУТІК-ГОТЕЛІ</b>	
Приміщення для відвідувачів	60
Аванзал	25
Банкетний зал	70
Торгівельна зала ресторану і бару	210

## Продовження таблиці 2.13

Їдальня для персоналу	35
Складські приміщення	
Побутові приміщення	24
Електротехнічна	8
Резервний склад білизни	6
Матеріально-технічні склади	24
Склад видаткових матеріалів	4
Склад меблів	20
Побутові приміщення виробничого персоналу, гардероб, санвузли	40
Бойлерна	20
Корисна площа закладу, S кор.	2126

$$S_{\text{роб}} = S_{\text{кор}} * K_1 \quad (2.2)$$

$$S_{\text{роб}} = 2126 * 1,25 = 2657,5 \text{ м}^2$$

$$K_1 = 1,10 - 1,25$$

$$S_{\text{заг}} = S_{\text{роб}} * K_2 \quad (2.3)$$

$$S_{\text{заг}} = 2657,5 * 1,15 = 3056,125 \text{ м}^2$$

$$K_2 = 1,03 - 1,15$$

$$S_{\text{пов}} = S_{\text{заг}} / n \quad (2.4)$$

$$S_{\text{пов}} = 3056,125 / 4 = 764 \text{ м}^2$$

## Висновки до розділу 2

У другому розділі було обґрунтовано ефективність проектування butik-готелю у рекреаційній зоні, наведено загальну характеристику селища Брюховичі. У даному розділі проведено також маркетингове дослідження місця забудови та визначено концептуальні засади діяльності butik-готелю.

Загалом розглянуто організація сервісно-виробничого процесу butik-готелю та розраховано та представлено у таблицях площу приміщень, а саме:

- приймально-вестибюльні;
- житлові;
- адміністративні;
- побутового обслуговування та спортивно-оздоровчого призначення;
- складські;
- ресторанного господарства.

Також було сплановано динаміку ресторану та бару на 90 місць, розроблено меню сніданку butik-готелю, визначено якісний та кількісний склад обслуговуючого персоналу butik-готелю та створено додаткові послуги butik-готелю.

У даному розділі розраховано корисну площу butik-готелю, яка дорівнює 2126 м<sup>2</sup>, робоча площа складає 2657,5 м<sup>2</sup>, загальну площу butik-готелю 3056,125 м<sup>2</sup> та площу поверху будівлі, яка містить 4 поверхи (764 м<sup>2</sup>).

## РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ОКУПНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ

### 3.1. Розрахунок витрат на будівництво

При проектуванні бутик-готелю треба враховувати, що він менший за звичайний готель, але відноситься до висококатегорійних засобів розміщення, які прагнуть надавати гостям персоналізовані послуги. Залежно від зручностей і естетики дизайну бутик-готель може коштувати від 200 до 550 доларів за квадратний метр.

Для підрахунку витрат на будівництво бутик-готелю у рекреаційній зоні селища Брюховичі потрібно скласти кошторис.

Кошторис – це фінансово-плановий документ, який затверджується у спеціально встановленому порядку і містить розрахунки майбутніх витрат на здійснення будь-якої діяльності. У кошторисі бутик-готелю наведено розрахунки витрат на його утримання.

Будівництво об'єктів користування може здійснюватися як одним забудовником так і декількома. У другому випадку при складанні зведеного кошторису вказують витрати а пайову участь у забудові кожного з них. Планування витрат на будівництво бутик-готелю здійснюється за показниками вартості загально-будівельних робіт за формулою:

$$Vзбр = N * \chi Y * KT * IK * IP \quad (3.1.)$$

де  $Vзбр$  – вартість загально-будівельних робіт, тис. грн.;

$N$  – потужність проектного закладу,  $m^2$ ;

$Y$  – норматив питомої вартості загально-будівельних робіт на одиницю потужності, у.о.;

$KT$  – територіальний поправочний коефіцієнт;

$IK$  – офіційний валютний курс гривні (до USD), грн./\$;

$IP$  – індекс цін нормативний, встановлений для визначення кошторисної вартості будівництва ( $IP=0,77$ ).

Вартість загально-будівельних робіт з будівництва бутік-готелю розраховують за показником, який приймають за середньо-ринковою вартістю робіт (згідно з досвідом вітчизняних та зарубіжних будівельних компаній)

$$Взбр = 3056,125 * 2500 * 0,94 * 39,43 * 0,77 = 218\ 050\ 194$$

Таблиця 3.1

## Зведений кошторисний розрахунок по бутік-готелю

№ глав	Стаття витрат	Рекомендовані співвідношення вартості, %	Розмір витрат, грн.
<i>Розділ А. Базисна вартість будівництва</i>			
1.	Підготовка території будівництва	1-2 % від вартості будівництва	3 270 753
2. Основні об'єкти будівництва, у т.ч.:			
2.1.	Загально-будівельні роботи	56-60	218 050 194
2.2.	Електротехнічні роботи	6-8	13 083 012
2.3.	Сантехнічні роботи	5-6	10 902 510
2.4.	Зв'язок та сигналізація	2-3	4 361 004
2.5.	Устаткування, меблі та інвентар	27-30	58 873 552
Разом за главою 2		100	305270272
3.	Об'єкти підсобного та обслуговуючого призначення	до 5 від глави 2	3 270 753
4.	Об'єкти енергетичного господарства	до 1 від глави 2	1 635 376
5.	Об'єкти транспортного господарства та зв'язку	0,2-0,5 від глави 2	654150
6.	Зовнішні мережі та споруди водопостачання, каналізації, тепlopостачання та газопостачання	2-12 від глави 2	6 541 506
7.	Благоустрій і озеленення території	1-5 від глави 2	3 270 753
Разом за главами 1-7			320 642 810

## Продовження таблиці 3.1

8.	Тимчасові будівлі та споруди	0,5-1,5 від глав 1-7	1 603 214
9.	Інші роботи та витрати	3,7-9 від глав 1-7	11 863 784
Разом за главами 1-9			334 109 808
10.	Утримання дирекції (технічний нагляд) об'єкта, що будується, та авторський нагляд	2 від глав 1-7	6 412 856
11.	Підготовка експлуатаційних кадрів	0,2-0,7 від глав 1-9	668 219
12.	Проектні та вишукувальні роботи	2,5-8 від глав 1-7	8 016 070
<i>ВСЬОГО за розділом А</i>		349 206 953	
<i>Розділ Б. Кошти на компенсацію витрат, пов'язаних із ринковими умовами проведення будівництва</i>			
1.	Обов'язкові платежі (податки та збори)	38-60 від глав 1-9	3 341 098
2.	Резервний компенсаційний фонд замовника	2-8 від суми базисної вартості (розділ А)	6 984 139
<i>ВСЬОГО за розділом Б</i>			10 325 237
<i>ЗАГАЛОМ СУМА ВИТРАТ НА БУДІВНИЦТВО (КАПІТАЛЬНІ ВКЛАДЕННЯ), ВА+Б</i>			359 532 190

Відповідно до розрахунків витрат на будівництво бутік-готелю у рекреаційній зоні визначено будівельно-технічні показники проекту, які наведені у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

## Паспорт проекту

№ з/п	Найменування показника	Одиниця виміру	Значення показника
1.	Площа ділянки під будівництво, $S_d$	м <sup>2</sup>	4200
2.	Площа будівлі закладу, $S_{zag}$	м <sup>2</sup>	3056,125
3.	Коефіцієнт забудови, $K_z$		33.5
4.	Площа озеленення, $S_{oz}$	м <sup>2</sup>	2420

## Продовження таблиці 3.2

5.	Коефіцієнт озеленення, <i>Коз</i>		24.2
6.	Робоча площа закладу, <i>Сроб</i>	м <sup>2</sup>	2657,5
7.	Корисна площа закладу, <i>Скор</i>	м <sup>2</sup>	2126
8.	Будівельний об'єм будівлі, <i>Вб</i>	м <sup>3</sup>	5224
9.	Капітальні витрати на проєкту, <i>ВА+Б</i>	тис. грн.	359 532 190
Питомі капітальні витрати			
10.	Вартість 1 місяця	тис. грн.	5 366 152
11.	Вартість 1 м <sup>2</sup> загальної площі	тис. грн.	117 643
12.	Вартість 1 м <sup>3</sup> об'єму будівлі	тис. грн.	68 823

### 3.2. Розрахунок поточних витрат

Прибуток є важливим показником ефективної діяльності готельного підприємства. Прибуток представляє собою різницю між сукупним чистим доходом та сукупними витратами від операційної діяльності підприємства за певний період. Для готельних підприємств основним джерелом отримання прибутку є операційна діяльність, тому планування подальшої діяльності буде здійснене лише для отримання цього виду прибутку.

Для визначення прибутку бутік-готелю потрібно розрахувати витрати на електроенергію та водопостачання. Витрати на електроенергію розраховуються за формулою:

$$P = H * C \quad (3.2)$$

*H* – витрати електроенергії (кВт/страву), які згідно норм становлять – 0,55 кВт/страву;

*C* – обсяг випуску порцій продукції за день,

$$n = 90 \times 3 = 270 \text{ страва}$$

Де *n* – кількість страв; *N* – кількість клієнтів за добу; *m* – коефіцієнт споживання страв.

$$P = 0,55 * 270 = 148,5 \text{ кВт/добу}$$

Далі визначаємо річні витрати електроенергії для ресторану бутік-готелю :

$$P_{\text{рік}} = P_{\text{доби}} * T, \quad (3.3)$$

Де: T –це кількість робочих днів ресторану на рік, враховуючи можливі неробочі дні закладу – 360 днів.:

$$P_{\text{рік}} = 148,5 \times 360 = 53\,460 \text{ кВт/рік.}$$

Розрахувавши витрати електроенергії при можливому максимальному завантаженні ресторану маємо : 53 460 кВт/рік.

Дані щодо розрахунку витрат на електроенергію при максимальному завантаженні бутік-готелю на рік наведено у табл. 3.3:

Таблиця 3.3

Витрат на електроенергію при максимальному завантаженні бутік-готелю

п/п	Категорія	Кількість номерів (одиниць)	На 1 номер, Квт	Загальні витрати, кВт /год
1	Апартаменти	4	2,66	10,64
2	Люкс і Дуплекс	6	2,64	15,84
3	Стандарт	17	2,61	44,37
4	Стандарт, 1-місний	11	2,3	25,3
5	Стандарт, 2-місний для маломобільних груп населення	2	2,61	5,22
6	Чайник	20	1,5	30
7	Праска	20	2,5	50
8	Пральні машини	10	2,2	22
9	Електронасос	1	1	1
	Разом			204,37
	Разом за рік			73 573

Отже річні витрати електроенергії готелю бутік-готелю та ресторану при максимальному завантаженні :  $53\,460 + 73\,573 = 127\,033$  кВт /год.

Розраховуємо витрати води на поливання території за формулою:

$$V_{\text{п}} = V_{\text{к}} \times S_{\text{д}} \times \tau \times T_{\text{п}} / 710, \quad (3.4)$$

де:  $V_{п}$  – норма витрат води одним поливним краном, за годину,  $m^3$   
( $V_{п}=1,08m^3 / год$ ).

$S_{д}$  – площа ділянки, яка поливається,  $m^2$  ;

$\tau$  – час роботи поливного крану за добу, (2-3 год);

$T_{п}$  – період поливу території протягом року, (187 діб).

750 – площа, яка обслуговується одним краном,  $m^2$

$$1,08 * 920 * 2 * 187 / 720 = 51,6л$$

Витрати води на поливання території в рік =  $51,6 * 360 = 18,5 m^3$

Загальні витрати води бутік-готелем, визначають за формулою:

$$V_{заг} = (q \cdot N / 1000)T + V_{п} \quad (3.5)$$

Де:  $q$  – середньодобова норма витрати води на одне місце, л ( в готелі це приблизно 100 літрів води на людину за добу;

$N$  – кількість місць у готелі;

$T$  – кількість робочих днів закладу за рік;

$V_{п}$  – витрати води на поливання території.

$$(100 * 67 / 1000 ) 360 = 2412$$

Отже загальні, річні витрати води бутік-готелю складають :

$$32412 + 18500 = 20912 m^3$$

Розраховуємо витрати води ресторану при бутік-готелю :

Загальні витрати води розраховують за укрупненим показником.

$$V = H * C * T \quad (3.6)$$

Де:  $H$  – норма витрат води на умовну страву,  $m^3$  ( $H_{вс} = 0,016 m^3 / страву$ , у тому числі гарячої води – 79%);

$C$  – обсяг випуску продукції за добу, страв;

$T$  – кількість робочих днів на рік;

$$V = 0,016 * 270 * 360 = 1555 m^3$$

Розрахуємо витрати води бутік-готелю та ресторану:

$$20912 + 1555 = 22467 m^3$$

Одноразовий набір води в протипожежну систему бутік-готелю на випадок пожежі (  $2 \text{ м}^3$  ).

Отже, річні витрати води готелю бутік-готелю та ресторану становлять :  $22469 \text{ м}^3$

Розрахунки витрат на опалення бутік-готелю та ресторану. Об'єм бутік-готелю та ресторану складає  $= 5224 \text{ м}^3$  Для опалення приміщення такого розміру ми будемо використовувати 3 газових котли потужністю 150 кВт кожний, що в сумі дасть 450 кВт при максимальному розході палива в час великої завантаженості готелю та ресторану (з урахуванням вікон, дверей).

На постійній основі буде використовуватися тільки 2 котла, потужність яких вистачить для опалення бутік-готелю та ресторану. Приблизна кількість годин для розрахунків – 8 годин на добу. Тривалість опалювального періоду в Україні становить 160-180 днів, середня кількість днів опалювального сезону складає- 170. Для розрахунку витрат на опалення бутік-готелю та ресторану скористаємося формулою:

$$Y = A \times B \times C \quad (3.7)$$

Де: Y – кількість витрат палива ( природній газ ) за сезон опалення;

A – Споживання палива куб.м/год ( 37 куб.м/год );

B - Споживання палива куб.м/год за добу ( куб.м/год );

C – Тривалість опалювального періоду ( 170 днів ).

$$37 * 8 * 170 = 50320 \text{ куб.м/год}$$

Таблиця 3.4

Річні витрати бутік-готелю на воду, електроенергію та опалення

Вид витрат	Одиниця виміру	Кількість
Витрати електроенергії	кВт	127033
Витрати води	м <sup>3</sup>	22469
Витрати природнього газу	м <sup>3</sup>	50320

Рахуємо річні витрати бутік-готелю та ресторану на :

електроенергію за 1 кВт –  $1,68 \text{ грн/кВт} * 127033 \text{ кВт} = 213415 \text{ грн}$  в рік

опалення за 1 м<sup>3</sup> газу  $8 \text{ грн/м}^3 * 50\,320 = 402\,560 \text{ грн}$  в рік

воду за  $1\text{м}^3 - 25,88 \text{ м}^3 * 22469 = 581\,497$  грн в рік

Отже, бутік-готель готель при максимальній завантаженості буде витратити приблизно 581 497 грн. на комунальні послуги

При максимальному завантаженні бутік-готелю сума прибутку становить – 83950 грн за добу. В рік ця сума становить – 30222000 грн.

Планування заробітної плати працівників бутік-готелю наведено в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

## Планування заробітної плати персоналу бутік-готелю

Посада	Кількість працівників	Заробітна плата грн (в місяць)	Сума з/п працівники в (в місяць)	Преміальні виплати	Сума преміальних витрат (в місяць)	Сума
Управляючий	1	20000	20000	1500	1500	21500
Заступник управляючого	1	15000	15000	1300	1300	16300
Адміністратор	2	12000	24000	1000	2000	26000
Покоївка	4	8000	32000	800	3200	35200
Шеф-повар	1	14000	14000	1200	1200	15200
Старший повар	1	12000	12000	1000	1000	13000
Повар	3	8000	24000	800	2400	26400
Бармен	2	8000	16000	800	1600	17600
Офіціант	4	8000	32000	800	3200	35200
Посудомийниця	2	8000	16000	800	1600	17600
Головний бухгалтер	1	13500	13500	1200	1200	14700
Кадровик	1	9500	9500	800	800	10300
Охоронець	2	8000	16000	800	1600	17600

## Продовження таблиці 3.5

Двірник	2	8000	16000	800	1600	17600
Комірник	1	8500	8500	900	900	9450
Разом	28	160500	268500	14500	25100	293650

З табл. 3.5 можна побачити, що витрати на заробітну плату в місяць складають становлять 293650 грн., відповідно річні витри дорівнюють 3 523 800 грн.

Для визначення загальних витрат по бутік-готелю потрібно розрахувати собівартість реалізованих товарів, яка характеризує первісну вартість (вартість придбання) закупних товарів. Порядок розрахунку собівартості продукції власного виробництва та закупних товарів закладу ресторанного господарства наведено в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

## Планування собівартості реалізованої продукції ресторану бутік-готеля

№ пор.	Назва продукції	Роздрібний товарооборот, за рік, тис. грн.	Середній відсоток торгівельної націнки	Коефіцієнт торгівельної націнки	Собівартість реалізованих товарів, тис.грн.
1	2	3	4	$5 = 4/100$	$6 = 3 / (\text{одинаця} + 5)$
1	Продукція власного виробництва	72568117	70	0,7	42687127
	Фірмові страви	11 578 908	70	0,7	6811122,353
	Холодні страви та закуски	14150000	70	0,7	8323529,412
	Гарячі закуски	7 531 200,00	70	0,7	4430117,647
	Супи	17 570 000	70	0,7	10335294,12
	Основні страви	18 590 000	70	0,7	10935294,12
	Гарячі напої	1 990 000,00	70	0,7	1 170 588
	Холодні напої	1 158 009	70	0,7	681181,7647
2	Закупні товари	32562452	60	0,6	21128048
	Холодні напої	2250000	60	0,6	1406250
	Десерти і кондитерські вироби	3167800	60	0,6	1979875

## Продовження таблиці 3.6

	Хліб та хлібобулочні вироби	745455	60	0,6	1242425
	Алкогільні напої, пиво	26 399 258	60	0,6	16 499 536
Разом за рік		105 130 569		63815175	

На баланс проектованого готелю основні засоби та інші необоротні матеріальні активи зараховують за первісною вартістю. На основі первісної вартості основних засобів розраховуємо суму амортизації основних засобів. Розрахунок суми амортизації за кожному видом основних засобів та по підприємству в цілому доцільно здійснювати *прямолінійним методом*.

За *прямолінійним методом* річну суму амортизації визначають діленням вартості, що амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів. Вартість амортизації розраховують як первісну мінус ліквідаційна вартість. Результати розрахунку наведено у табл. 3.7.

Таблиця 3.7

## Амортизаційні фонди бутік-готелю

Вид основних засобів	Первісна вартість основних засобів, тис. грн.	Термін використання, роки	Сума амортизації основних засобів, тис. грн
1.Будівлі, споруди	218 050 194	20	10902509
2.Машини та обладнання, в тому числі:		-	
2.1.Холодильне обладнання	629000	5	125800
2.2.Механічне обладнання	1385000	5	277000
2.3Теплове обладнання	1355000	5	271000
2.4.Торговельне обладнання	595000	5	119000
2.5.Вимірювальні прилади	153000	5	30600
3.Меблі, інше офісне обладн.	4257000	4	1064250
4.Транспортні засоби	1005000	5	201000
5.Комп'ютери,	1400000	5	280000
6.Телефони	66000	5	13200
Разом			13284359

Згідно з табл. 3.7. амортизаційні відрахування бутік-готелю складають 13 284,359 грн.

### 3.3. Планування операційного прибутку та визначення окупності інвестиційного проєкту

Прибуток — це гроші, які підприємство отримує після врахування всіх витрат. Незалежно від того, чи це лимонадний кіоск, чи публічна транснаціональна компанія, основна мета будь-якого бізнесу – заробляти гроші, тому ефективність бізнесу базується на прибутковості в її різних формах.

Таблиця 3.8

#### Прибуток з номерного фонду бутік-готелю

Тип номеру	Кількість номерів	Ціна за добу (грн.)	Сума прибутку за добу
Апартаменти	4	3000	12000
Люкс і Дуплекс	6	2500	15000
Стандарт	17	2000	34000
Стандарт, 1-місний	11	1750	19250
Стандарт, 2-місний для маломобільних груп населення	2	1850	3700
Разом	40		83950

Розрахунки планування доходу від реалізації продукції власного виробництва та поточних витрат бутік-готелю наведені у табл. 3.9 та 3.10:

Таблиця 3.9

#### Планування доходу від реалізації продукції власного виробництва

Дохід (виручка) готелю	Плановий дохід, тис. грн.
дохід готелю	30222000
дохід ресторану	78650000
Разом	108872000

Таблиця 3.10

## Планування поточних витрат butik-готелю

Калькуляційні статті витрат	Поточні витрати, тис. грн.
Собівартість продукції власного виробництва та закупних товарів.	63815175
Витрат на заробітну плату	3523800
Єдиний соціальний внесок.	775236
Комунальні витрати	581497
Амортизаційні відрахування	13284359
Інші поточні витрати діяльності	2576435
Разом	84545428

Розрахунок результатів від основної діяльності butik-готелю можна визначити виходячи з обґрунтованих у попередніх частинах доходів від операційної діяльності та витрат. Показники діяльності butik-готелю наведено у табл. 3.11.

Таблиця 3.11

## Планування результатів від основної діяльності butik-готелю

№	Стаття	Разом за рік, тис.грн.
1	2	3
1	Доходи від операційної діяльності	108872000
2	Поточні витрати	84545428
3	Прибуток від операційної діяльності до оподаткування	24326572
4	Податок на прибуток	4378783
5	Чистий прибуток можливий	19947789
6	Рентабельність операційної діяльності,%	18,3
7	Цільовий необхідний прибуток	10887200
8	Чистий прибуток плановий	19650000
9	Термін окупності капітальних вкладень, років	11

### Висновки до розділу 3

У 3-му розділі було наведено кошторис проєкту бутік-готелю. На основі зазначеного документу складено план та графік виконання робіт, який дозволяє контролювати процес будівництва, та провести розрахунки вартості загально-будівельних робіт бутік-готелю. Також відповідно до витрат було визначено будівельно-технічні характеристики готелю, що проєктується та розроблено паспорт проєкту.

У даному розділі проведено розрахунки поточних витрат бутік-готелю. Планування поточних витрат є необхідним процесом діяльності підприємства, який дозволяє здійснювати раціональне використання ресурсів та знаходити шляхи зменшення витрачених ресурсів, на основі проведених розрахунків.

У роботі також було визначено операційний прибуток, який представляє собою різницю між операційним доходом та поточними витратами. На підставі отриманих результатів було визначено рентабельність бутік-готелю. Вона склала 18,3%, що є доволі високим показником.

Період окупності інвестиційного проєкту дорівнює 11 років, що є доволі прийнятним показником. За визначенням експертів, термін окупності висококатегорійних готелів може досягати до 15 років, що свідчить про надійність та стабільний дохід підприємства. Отже, отримані результати свідчать про зваженість доходів і витрат при розробці даного проєкту.

## ВИСНОВКИ

Зростання туризму призвело до розширення готельних пропозицій у всіх країнах. Сьогодні подорожі сприймаються не як переміщення з точки А у точку Б, а як персоналізований досвід, який залежить від уподобань і потреб кожного. У зв'язку з цим, туристи все частіше обирають засоби розміщення які є унікальними, технологічно оснащеними, сучасними та екологічними. До такого типу готелів відносяться бутік-готелі. Саме такий формат готелів, все частіше приваблює інвесторів, що дозволяє зробити висновок про змінну споживчого попиту та цінностей гостей. Зростання попиту на бутікові готелі обумовлено свідомим вибором споживачів, які, здебільшого, орієнтовані на комфортність, персоналізацію та затишність.

В процесі дослідження були розв'язані наступні задачі:

1. Визначено основні тенденції розвитку готельної індустрії. Серед основних тенденцій можна виділити: використання альтернативних джерел енергії, штучного інтелекту, чат ботів, чату GPT, голосового керування, віртуальної реальності, безконтактних платежів, здорового харчування, оздоровлення тощо.

2. Досліджено сутність та специфічні ознаки бутік-готелів. Бутікові готелі відрізняються від інших форм: по-перше тим, що це не великі готелі, по-друге, вони мають унікальне оформлення кожного номера, по-третє, часто розміщуються у старовинних, добре відреставрованих будинках або рекреаційних мальовничих районах, по-четверте, мають ексклюзивний дизайн інтер'єру, оскільки до оформлення таких готелів залучаються, як правило, креативні фахівці. До переваг бутік-готелів, можна віднести оптимальне співвідношення вартості і якості проживання, оскільки власники намагаються об'єднати стиль, розкіш і комфорт з бездоганним сервісом і доступною вартістю.

3. Проаналізовано основні етапи проектування. Проектування готелів є складним та багатогранним процесом, який вимагає глибокого

аналізу, творчого підходу та ретельного планування. При проєктуванні важливе значення мають фахівці – це інженери, будівельники, конструктори, дизайнери, які працюють в одній команді. Їх рішення мають бути узгодженими та конструктивними, що значною мірою впливає на інвестиційну ефективність проєкту. В цілому проєктування готелю передбачає наступні етапи: пошук локації, розробка бізнес-плану та концепції, супровід проєктування та будівництва, запуск об'єкта.

4. Проведено маркетингове дослідження місця забудови butik-готелю. Для проєктування butik-готелю було обрано рекреаційну зону у селищі Брюховичі. Дана територія має цікаву історію, близькість до м. Львова, сприятливий клімат, мальовничі краєвиди, озера, історичні пам'ятки, що підкреслюють її унікальність. Відповідно до маркетингових досліджень можна зробити висновки, що зазначена місцевість має сім засобів розміщення і тільки 3 з них мають категорію 3\*, решту складають мотелі та міні-готелі, які не мають ніякої категорійності. Крім того, більшість з них мають низький рівень обслуговування, застаріле обладнання, недоброчливий персонал та не мають власного сайту. Тому, будівництво butik-готелю у рекреаційній зоні селища Брюховичі є зваженим і конструктивним рішенням.

5. Визначено концепцію проєктованого закладу. Розробка концепції проєктованого об'єкту передбачає обґрунтування асортиментної матриці послуг, цінову політику, склад обслуговуючого персоналу, дизайн та інтер'єр приміщень. Категорійність 4\* butik-готелю визначає обсяг платних та безкоштовних додаткових послуг. Відповідно до розробленої концепції butik-готель буде надавати наступні послуги: розміщення, харчування, бізнес-послуги, побутове обслуговування, культурно-дозвілеві, рекреаційні та торгівельні.

6. Змодельовано сервісно-виробничий процес butik-готелю. Для проєктованого готелю було обрано лінійно-функціональну структуру управління. Спираючись на функціональну структуру розроблено блоки приміщень та визначено їх площу, до яких віднесено групи вестибюльних;

житлових; адміністративних; ресторанного та рекреаційного обслуговування та підсобних і господарських приміщень. Проаналізовано сервісне обслуговування, зручні шляхи бронювання та сплановано процес реєстрації, розміщення та виселення. Визначено додаткові послуги, такі як Spa-послуг, конференц-сервіс, культурно-дозвілеві, ресторану та бару. Охарактеризовано ресторанний заклад бутік-готелю. Встановлено корисну площу бутік-готелю.

7. Розраховано кошторис будівництва. При плануванні кошторису було враховано особливості та розмір бутікових готелів. Розраховано вартість загально-будівельних робіт за середньо-ринковою вартістю. Розроблено кошторис будівництво бутік-готелю у рекреаційній зоні. Спираючись на отримані дані визначено будівельно-технічні показники проекту.

8. Оцінено ефективність економічних інвестицій проекту. Для досягнення поставленої мети було розраховано поточні витрати бутік-готелю на електроенергію, воду, природний газ, заробітну плату працівникам, собівартості реалізованої продукції ресторану та амортизаційні відрахування. Сплановано операційний прибуток та економічну ефективність інвестицій. Рентабельність бутік готелю склала 18,3 %, а окупність 11 років.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. ДСТУ ISO 10002:2019 Управління якістю. Задоволеність замовників. Настанови щодо розглядання скарг в організаціях (ISO 10002:2018, IDT)
2. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку затвердження проектів будівництва і проведення їх експертизи» від 11 травня 2011 р. № 560: URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/560-2011-%D0%BF>
3. ДБН В.2.2-20: 2008. Будівлі та споруди. Готелі : URL: <https://dnaop.com/html/32514/doc>
4. ДБН 360-92 Містобудування. Планування і забудова міських і сільських поселень : URL: [http://dbn.at.ua/load/normativy/dbn/dbn\\_360\\_92\\_ua/1-1-0-116](http://dbn.at.ua/load/normativy/dbn/dbn_360_92_ua/1-1-0-116)
5. Проектування електрообладнання об'єктів цивільного призначення: ДБН В.2.5-23:2010 – 169 с
6. HoReCa-Україна. Інформаційний аналітичний інтернет-портал про сферу гостинності. URL: <https://horeca-ukraine.com/>
7. Відоменко І. О. Дослідження сучасного стану готельного господарства України та його вплив на формування стратегії просування послуг індустрії гостинності / І. О. Відоменко, Н. С. Діденко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2016. - Вип. 21. - С. 64-68.
8. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг: навч. посібник / В. В. Величко; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Х.: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2013. – 202 с.
9. Галасюк С. С., Будніков О. В. Сутність та специфічні ознаки концепції «бутік-готель»./ Інфраструктура ринку. 2018. № 25. С. 218-223.
10. Герасимчук З.В. Розвиток регіональних ринків готельних послуг: монографія / З.В.Герасимчук, С.В.Сидорук. - Луцьк: Вежа-Друк, 2020. - 272 с.

11. Головка О.М. Організація готельного господарства: Навч. посібник / Головка О.М., Кампов Н.С., Махлинець С.С., Симочко Г.В. // За ред. О.М. Головка. - К.: Кондор, 2011. - 410 с.
12. Захарук Л. Управління готельним комплексом / Л. Захарук // Маркетинг та менеджмент. - 2013. - № 7. - С. 42-47.
13. Кваліфікаційна робота бакалавра: методичні рекомендації щодо підготовки та захисту здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» / О. П. Миколенко, Н. І. Данько, С. І. Страпчук, О. Г. Терешкін, Д. В. Горелков, В. М. Червоний. Харків. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 82 с.
14. Колективні засоби розміщення в Україні у 2017 році. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/05/zb\\_kzr\\_2017.pdf](https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf)
15. Круль Г. Я. Основи готельної справи. Навч. посіб.- К.: Центр учбової літератури, 2011. - 368 с.
16. Мазаракі А.А.: Проектування готелів : навч. посіб. / за ред. А. А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 340 с.
17. Мальська М. Організація готельного обслуговування: підручник / М. П. Мальська. – К.: Знання, 2011. – 366 с.
18. Овсіюк О.Л. Методи оцінювання ефективності діяльності готелю / О.Л. Овсіюк // Маркетинг послуг. - 2020. - № 4. - С. 114-119.
19. Остапенко Я. О. Теоретичний аспект статистичного аналізу діяльності підприємств готельного господарства. / Я. О. Остапенко // Управління розвитком. - 2015. - № 3. - С. 87-92.
20. Парфіненко Т. О. Особливості та перспективи рекреаційного використання термальних мінеральних джерел курортними готелями. Бізнес Інформ. 2023. № 2. С. 72–81.
21. Проектування електрообладнання об'єктів цивільного призначення: ДБН В.2.5-23:2010 – 169 с
22. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: Навч. посіб. / С.Ф. Прокопивний - Київ, 2001. – 528 с.

23. Рекреаційна перлина біля Львова URL :<https://photo-lviv.in.ua/rekreatsiyna-perlyna-bilia-lvova/>
24. Тарасенко І.І. Інженерне та технологічне обладнання. Консп. Лекцій, Київ, 2016.
25. Твоє місто: URL :  
[https://tvoemisto.tv/news/bryuhovycham\\_\\_575\\_pyat\\_faktiv\\_pro\\_selyshche\\_poblyz\\_u\\_lvova\\_103219.html](https://tvoemisto.tv/news/bryuhovycham__575_pyat_faktiv_pro_selyshche_poblyz_u_lvova_103219.html)
26. Що варто відвідати у Брюховичах URL :  
<https://www.karpaty.info/ua/uk/lv/lw/bryukhovychi/sights/>
27. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 312 с.
28. Forsgren, S. and Franchetti, C., (2004). The Marketing Role of Unique Concepts for Hotels in Sweden, Masters Thesis, Gothenburg University, Graduate Business School, Gothenburg.
29. Gökdeniz, A. (2014), Butik Otel İşletmeciliği, Detay Yayıncılık, Ankara.
30. Gökdeniz, A. (2015), “Butik Oteller ve Ayvalık Turizmine Katkıları” Ayda Bir Ayvalık Dergisi, Ayvalık Belediyesi Yayınları, Mayıs 2015, Sayı; 9, Ayvalık, 30-31
31. Malskaya, M., & Pandyak, I. (2012). Hotel business: theory and practice. 2nd ed. Kyiv: Center for Educational Literature
32. Mandy, A. (2007). What Has Influenced Growth in The UK's Boutique Hotel Sector? International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol. 19(2), p.171.
33. Özaltın, G. (2008), Küçük ve Orta Ölçekli Konaklama İşletmelerinde Hedef Pazar Belirleme: Muğla İli'nde Faaliyet Gösteren Butik Oteller Üzerine Bir Araştırma, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Muğla, 53, 106,107.
34. Walker, John R. (2017). Introduction to Hospitality (Subscription), 7th Edition. University of South Florida. Publisher: Prentice Hall

35. Webster, M. English dictionary. Available at: <https://www.merriam-webster.com/thesaurus/hospitality>

Озеро



Троїцька церква



Брюховицький форт





План бутік-готелю



## Еко-стиль ресторану

