

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ННІ неперервної освіти і туризму

ПОГОДЖЕНО
Директор
ННІ неперервної освіти і туризму

_____ **Іван ГРИЦЕНКО**
(підпис)

“ _____ ” _____ **2025 р.**

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
**Завідувачка кафедри готельно-
ресторанної справи та туризму**

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис)

“ _____ ” _____ **2025 р.**

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: “Концептуальне обґрунтування готелю категорії 4* за мотивами літературних творів у м.Київ”

Спеціальність 241 “Готельно-ресторанна справа”

Освітня програма “Готельно-ресторанний бізнес”

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

_____ (підпис)

Лариса ГОПКАЛО

Керівник бакалаврської

кваліфікаційної роботи

_____ (підпис)

Марина СЕРДЮК

Виконав

_____ (підпис)

Софія КУЗЬМИЧ

КИЇВ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	10
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ	12
1.1 Концепція готелю категорії 4* за мотивами літературних творів у м.Київ	12
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРИМІЩЕНЬ. СЕРВІС	32
2.1. Групи приміщень. Фронт Офіс (Front Office)	32
2.1.1. Приймально-вестибюльна група	33
2.1.2. Житлова	35
2.1.3. Для надання побутових послуг, торговельна, дозвіллевоанімаційна, спортивно-оздоровча	37
2.2 Групи приміщень. Бек Офіс (Back Office)	40
2.2.1. Адміністративна	40
2.2.2. Господарська та виробничо-побутова	41
2.3 Сервіс (Service)	42
2.3.1. Бронювання (Reservation). Дистрибуція (Distribution)	44
2.3.2. Реєстрація (Check-In) Розміщення (Accommodation). Виселення (Check-Out)	45
2.3.3 Рум-сервіс	46
2.3.4 Хаузкіпінг (Housekeeping) Клінінг (Cleaning)	47
2.4 Заклади харчування	49
2.4.1 Ресторани. Бари (Foodand Beverage (F&B))	49
2.5 Визначення загальної площі підприємства готельного господарства	54
РОЗДІЛ 3. АРХІТЕКТУРА. ДИЗАЙН	57
3.1 Об'ємно-планувальні рішення.	57
3.2 Архітектурні рішення. Характеристика будівлі	60
3.3 Інженерні системи підприємства готельного господарства	63
3.4 Дизайн готелю	66
3.5 Кошторис	69
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	74
ДОДАТКИ	79

ВСТУП

У сучасному готельному бізнесі відбувається активний пошук нових форм позиціонування та емоційної взаємодії з клієнтом. В умовах високої конкуренції серед закладів розміщення дедалі більшого значення набуває не лише якість сервісу, а й унікальність концепції, яка дозволяє створити стійкий бренд і залучити лояльну цільову аудиторію. Одним із перспективних напрямів є тематичне готельерство, зокрема готелі, стилізовані під культурні, мистецькі або літературні сюжети. У світовій практиці вже успішно функціонують готелі, натхненні творчістю Шекспіра, Гемінгвея, Анни Франк, братів Грімм, а в Україні ця ніша залишається практично незаповненою.

Особливо актуальним є створення готелю категорії 4* у Києві – місті з багатою культурною спадщиною, високим туристичним потенціалом і значною кількістю внутрішніх і зовнішніх відвідувачів. Проблема полягає у відсутності концептуальних готелів, які б інтегрували літературний компонент у просторове рішення, сервіс, брендинг і емоційну атмосферу закладу. Таким чином, актуальність теми зумовлена потребою у впровадженні креативних підходів до готельного проектування, розвитку культурного туризму та просування української й світової літератури у формі готельного продукту.

Мета дослідження – створити концептуальний проект готелю категорії 4* за мотивами літературних творів у м. Київ, який відповідає сучасним ринковим потребам.

Об’єкт дослідження – проект готелю категорії 4* за мотивами літературних творів у м. Київ.

Предмет дослідження – процес проектування готелю категорії 4* за мотивами літературних творів у м. Київ.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

– визначити концепції новоствореного підприємства готельного господарства у відповідності до його категорії, типу та місткості;

- провести розрахунки площі проекту, обрати правильну форму та здійснити розрахунок поверховості;
- розробити сервісний процес та змодельовати процес обслуговування в підприємстві готельного господарства;
- розробити спектр послуг, що будуть надаватися в підприємстві;
- розробити пропозиції щодо дизайну екстер'єру та інтер'єру підприємства;
- визначити інженерно-будівельне рішення закладу;
- розрахувати кошторис проекту.

У дослідженні використано такі методи: системного аналізу, порівняльного аналізу зарубіжного та вітчизняного досвіду, типологічний метод, маркетингове дослідження цільової аудиторії.

Інформаційною базою слугують наукові публікації, звіти готельних компаній, статистичні дані про розвиток готельного бізнесу в Києві, а також власні напрацювання автора.

Отже, створення тематичного готелю за мотивами літературних творів відкриває нові можливості для розвитку культурного туризму в Києві, сприяє популяризації літературної спадщини та задоволенню потреб вибагливих споживачів у нестандартному готельному продукті.

Апробація роботи. Приймала участь у Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України», яка проходила в стінах Національного університету біоресурсів і природокористування України.

Дипломна робота містить вступ, 3 розділи, висновки та пропозиції, список використаних джерел, додатки.

РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ

1.1 Концепція готелю категорії 4* за мотивами літературних творів у м. Київ

У сучасній туристичній індустрії, що постійно розвивається, створення конкурентоспроможного готельного продукту виходить за рамки просто високих стандартів обслуговування. Це вимагає глибокого та всебічного концептуального обґрунтування, що охоплює як архітектурно-дизайнерські аспекти, так і ефективні маркетингово-організаційні стратегії.

Особливе місце в цьому процесі займають готелі категорії 4*. Їхня відповідність численним міжнародним і національним стандартам є критично важливою. Такі заклади мають майстерно поєднувати комфорт, вишуканість, якісний сервіс та високу функціональність.

Теоретичні основи для створення успішних 4-зіркових готелів базуються на інтегрованій моделі, що об'єднує знання з різних галузей. Це включає:

- Менеджмент: для ефективного управління всіма процесами;
- Урбаністика: для гармонійного розташування готелю в міському середовищі;
- Дизайн: для створення привабливого та функціонального простору;
- Логістика: для оптимізації поставок та внутрішніх процесів;
- Психологія споживача: для розуміння потреб та очікувань гостей;
- Маркетинг: для ефективного просування та залучення цільової аудиторії.

Такий комплексний підхід є запорукою успіху для готельного підприємства середнього та високого класу, дозволяючи йому не лише відповідати сучасним вимогам, а й випереджати їх, пропонуючи гостям унікальний досвід [1].

Готелі категорії 4* зазвичай розглядаються як підприємства, що пропонують широкий спектр послуг: від проживання з підвищеним рівнем комфорту до розвиненої інфраструктури харчування, відпочинку, бізнес-послуг, велнес-напрямку тощо. Усі елементи обслуговування повинні бути ретельно проєктованими з урахуванням психології гостя, його очікувань та досвіду користування аналогічними сервісами в інших країнах або містах. Тому концепція готелю категорії 4* не може бути випадковою чи стандартною – вона повинна ґрунтуватися на глибокому аналізі попиту, особливостей розташування, культурного середовища, ринкової ніші та бізнес-стратегії.

В умовах сьогодення, що сформувалися через повномасштабну війну, мільйони українських родин були змушені залишити свої домівки, опинившись у різних куточках як України, так і за її межами. У цьому вихорі змін та невизначеності сімейні традиції залишаються не просто елементом побуту, а одним із найважливіших елементів, що допомагають зберегти ідентичність, відчуття приналежності та внутрішню рівновагу. Вони є потужним механізмом підтримки теплих стосунків між поколіннями, єднують родичів і дозволяють відчувати нерозривний зв'язок із минулим, сьогоденням та майбутнім.

Одним із невід'ємних компонентів таких традицій, що сприяє зміцненню родинних зв'язків та відновленню сил, є сімейний відпочинок. Він часто передбачає спільне проживання поза домом, зокрема в готелях. Саме тому вкрай важливо, щоб готельна інфраструктура відповідала потребам різновікових груп та надавала можливості для якісного дозвілля, яке об'єднуватиме всіх членів сім'ї.

У цьому контексті поява на українському ринку готелів, концепція яких базується на мотивах літературних творів, набуває особливої актуальності та значення. Такі заклади не просто пропонують проживання; вони створюють унікальний простір, що дозволяє кожній родині зануритися в атмосферу улюблених історій та персонажів.

Важливо, що в сімейних поїздках в готелях зупиняються люди різних вікових категорій – від наймолодших до найстарших – кожен з яких має свої власні уподобання та читацький досвід. Готель, що інтегрує елементи відомих літературних творів, може запропонувати:

– Мультигенераційний досвід: Діти можуть радіти казковим світам, підлітки – занурюватися в пригодницькі романи, а дорослі – відкривати для себе класику або насолоджуватися інтелектуальним дозвіллям.

– Емоційне єднання: Спільне обговорення сюжетів, відгадування літературних посилань та інтерактивні розваги на основі книг можуть стати чудовим способом для родинного спілкування та створення нових спільних спогадів.

– Культурне збагачення: Такі готелі можуть виконувати освітню функцію, спонукаючи гостей до читання, пізнання нових авторів та занурення у світ української та світової літератури.

– Відновлення та натхнення: В умовах стресу та невизначеності, затишна, наповнена сенсом атмосфера літературного готелю може стати справжнім притулком для відновлення сил, емоційного розвантаження та натхнення.

Отже, розвиток таких тематичних готелів не лише розширює пропозиції на ринку гостинності, а й відіграє важливу соціокультурну роль, пропонуючи родинам, що пережили вимушене роз'єднання та стрес, можливість об'єднатися навколо спільних цінностей, традицій та чарівного світу літератури.

У готельному господарстві готелі категорії 4* займають важливе місце як у структурі міжнародного туризму, так і в розвитку внутрішнього ринку послуг розміщення. Вони поєднують високий рівень комфорту, розширений спектр послуг та індивідуальний підхід до кожного гостя. В Україні, зокрема у Києві – столиці держави, культурному та діловому центрі – проектування сучасного чотиризіркового готелю за мотивами літературних творів є

актуальним і доцільним як з точки зору економіки, так і в аспекті розвитку міського середовища та туристичної інфраструктури.

Проектування готелю категорії 4* за мотивами літературних творів у м. Київ ґрунтується на ідеї створення емоційного середовища, де гості зможуть не лише проживати, а й занурюватися в атмосферу культури, історії, мистецтва. Така концепція посилює емоційний зв'язок між готелем і клієнтом, сприяє створенню унікального бренду та високої впізнаваності на ринку. На рисунку 1.1 показані чинники доцільності проектування готелю.

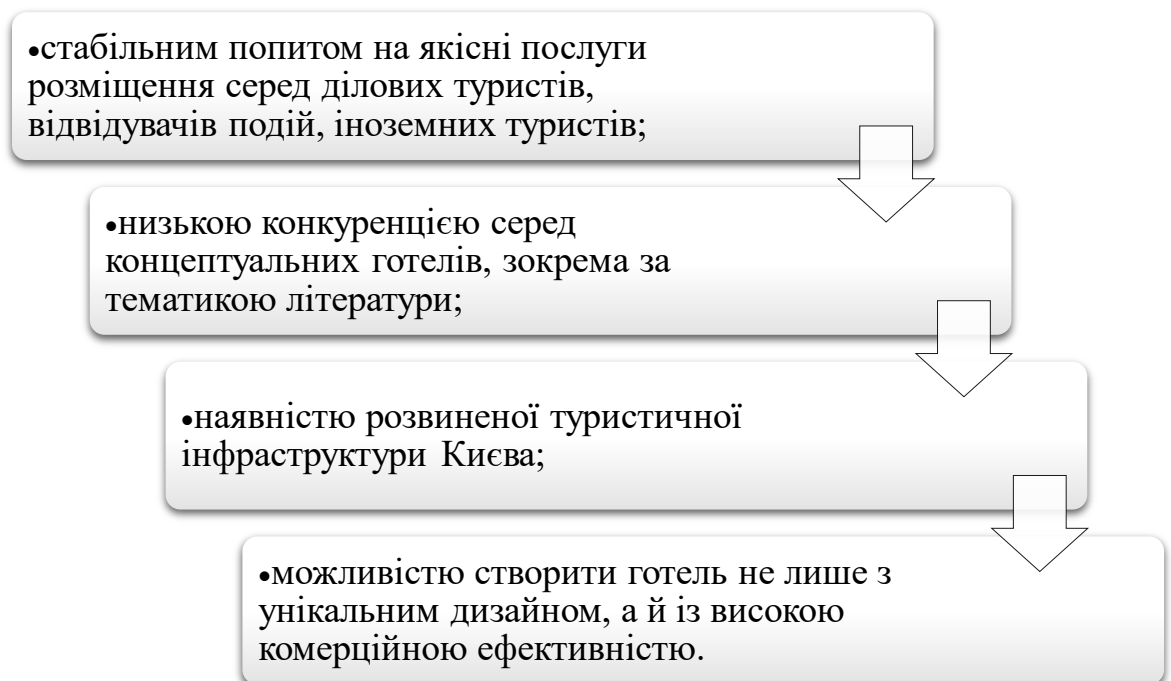


Рис.1.1. Чинники доцільності проектування готелю

Серед додаткових послуг: бібліотека з інтерактивними зонами, панорамний бар, тематичний ресторан, конференц-зал, салон краси, SPA, бутик сувенірів із книжковим асортиментом.

Згідно з Національним класифікатором України ДСТУ 4268:2021, готелі категорії 4 зірки мають відповідати суворим вимогам, що гарантують високий рівень комфорту та якості обслуговування для гостей.

Серед основних критеріїв, яким повинен відповідати такий готель, можна виділити наступне:

– Номерний фонд: готель має пропонувати щонайменше 50 номерів. З них мінімум 10% повинні бути покращеної категорії, наприклад, "люкс" або "апартамент".

– Прибирання та білизна: щоденне прибирання номерів є обов'язковим, а зміна постільної білизни має відбуватися не рідше ніж один раз на три дні.

– Доступність та безпека: необхідна наявність цілодобової рецепції та служби охорони. Гостям гарантується стабільний доступ до інтернету, а в кожному номері має бути індивідуальний сейф. Для комфортного перебування передбачено систему клімат-контролю.

– Інфраструктура харчування та послуг: на території готелю обов'язково має бути ресторан або бар. Також гостям надаються послуги пральні та хімчистки, а для бізнес-потреб доступні бізнес-послуги (наприклад, друк документів, конференц-зали, доступ до персонального комп'ютера тощо).

Ці вимоги забезпечують, що 4-зіркові готелі надають своїм гостям не лише зручне проживання, а й повний спектр сервісів для комфортного відпочинку та продуктивної роботи.

У сучасному світі, де ринок гостинності стрімко розвивається, а конкуренція між готелями зростає з кожним роком, ключовим фактором успіху стає наявність оригінальної, глибоко продуманої концепції, що дозволяє закладу не лише привернути увагу потенційних клієнтів, а й утримати їхню лояльність. У контексті інформаційного перенасичення, урбаністичного шуму та зростаючих запитів споживачів, гість прагне не лише комфортного розміщення, а повноцінного досвіду – занурення у враження, нові смисли, персоналізовану атмосферу та емоційну взаємодію. Саме емоції, асоціації та унікальні історії перетворюють готель на більше, ніж просто місце для ночівлі – на культурний простір, що залишає слід у пам'яті.

Ці тенденції пояснюють популярність готелів, створених на основі мистецьких і культурних наративів – особливо літературних творів, що володіють потужним символічним, емоційним і культурним потенціалом. Літературна основа концепції надає готелю не лише естетичну завершеність, а

й можливість формування глибокої сюжетної структури, що проходить через кожен елемент простору: інтер'єр, музику, меню, назви номерів, одяг персоналу, форми привітання і навіть запахи у приміщеннях.

Це дозволяє створити інтерактивну «архітектуру досвіду», де кожен гість – герой своєї мандрівки. Проживання перетворюється на історію, що розгортається на очах – з інтригами, символами, емоціями, розвитком і фіналом. Наприклад, у готелі, натхненному романами Вірджинії Вулф або Лесі Українки, гість може опинитися у просторі інтелектуальної глибини, естетичної вишуканості та внутрішнього діалогу, а в готелі, стилізованому під світ Скотта Фіцджеральда чи Агати Крісті – у ретро-атмосфері з елементами гламурного минулого або детективної інтриги.

Крім емоційної цінності, такий підхід є надзвичайно вигідним з погляду маркетингу та позиціонування. Готель на основі літературної теми автоматично стає «інстаграмним», привабливим для ЗМІ, тревел-блогерів, організаторів подій та партнерських проєктів. Унікальний візуальний стиль і культурний контекст значно підвищують шанси закладу бути поміченим, обговорюваним і рекомендованим.

Таким чином, літературна тематика як основа концепції готелю – це не лише дизайнерська ідея, а стратегічний інструмент побудови ідентичності бренду, формування емоційного капіталу, залучення нових аудиторій і створення довготривалих конкурентних переваг. У світі, що все більше цінує досвід над володінням, готелі, які здатні розповісти історію, виграють – не лише увагу, а й серце гостя.

Ідея створення готелю категорії 4* за мотивами літературної спадщини – це не просто витончене дизайнерське рішення. Це комплексна стратегія позиціонування на ринку, що передбачає інтеграцію культурної цінності в бізнес-модель. Такий готель може стати магнітом для туристів, які цінують інтелектуальні практики, мистецтво, а також тих, хто прагне унікального відпочинку з глибоким сенсовим наповненням. Він також є ідеальною локацією для літературних заходів, творчих резиденцій, культурних форумів,

що підвищує його статус не лише як готельного об'єкта, а й як значущого елемента культурного середовища міста.

Крім того, концептуальні готелі з літературною тематикою сприяють формуванню емоційного зв'язку з гостем. Клієнти, що мають позитивний культурний і сенсовий досвід перебування, з більшою ймовірністю повертаються до закладу знову і рекомендують його іншим. Таким чином, зростає не лише рівень повторних візитів, а й формується унікальний бренд, що асоціюється з естетикою, глибиною і креативом.

Отже, в умовах сучасного ринку, орієнтованого на емоції, враження та індивідуальний підхід, літературна концепція готелю категорії 4* є ефективним способом створення конкурентної переваги. Вона дозволяє поєднати функціональність із мистецтвом, сервіс – із змістом, а комерційну діяльність – із культурною місією, відкриваючи нові горизонти для готельного бізнесу.

Концепція такого готелю повинна поєднувати в собі комфорт, властивий категорії 4*, та глибоко продуману літературну атмосферу. Це передбачає тематичне оформлення номерного фонду, інтер'єрів загальних зон, створення спеціальних сервісів – бібліотек, літературних вечорів, креативних майстерень, а також взаємодію з культурними інституціями, театрами, видавництвами та фестивалями. Гість має не просто зупинитися на ніч, а «зануритися» в історію – романтичну, детективну, пригодницьку або містичну – в залежності від обраної тематики [30].

На етапі розробки концепції першочергово необхідно визначити літературну основу. Це може бути як творчість одного конкретного автора (наприклад, Франца Кафки, Джейн Остін, Тараса Шевченка), так і цілий напрям (модернізм, романтизм, магічний реалізм). Тематика має бути привабливою для широкої аудиторії, асоціюватися з візуально впізнаваними образами та водночас бути гнучкою для адаптації в інтер'єрах, сервісі та маркетингу. Варто також враховувати національний і культурний контекст –

для готелю в Києві доцільним є використання мотивів української літератури або творів, що мають зв'язок із європейською культурною традицією.

Наступним кроком є розробка архітектурно-дизайнерського рішення. У готелі категорії 4* зазвичай передбачено наявність вестибюльної групи з рецепцією, лаунж-зоною, баром, конференц-залом, рестораном, а також від 30 до 50 номерів різних категорій: стандарт, покращений, люкс, апартаменти. В умовах літературної концепції кожна функціональна зона може бути стилізована під певний сюжет або персонажа: наприклад, лобі з елементами венеціанської готики як відсилання до творів Томаса Манна, кімната «Ромео і Джульєтта» з двома балконами, номер «Містер Дарсі» з вінтажним оздобленням та книгами англійських класиків.

У номерному фонді важливо не лише створити візуальну атмосферу, а й забезпечити зручність, інноваційність і якість, притаманні готелям 4*. Сучасні ліжка з ортопедичними матрацами, система розумного управління освітленням, ароматизація повітря, звукоізоляція, якісні засоби гігієни, телевізори з підключенням до стрімінгових сервісів – усе це має поєднуватися з тематичним оформленням: шпалери з цитатами, міні-бібліотека у кожному номері, портрети персонажів, факсиміле рукописів або репродукції ілюстрацій [32].

Окрему увагу варто приділити додатковим сервісам. Наприклад, відкриття в готелі міні-книгарні, де можна придбати книги, пов'язані з концепцією готелю. Організація зустрічей із письменниками, поетичні вечори, театралізовані екскурсії за мотивами творів, майстер-класи з каліграфії або книгодрукування – усе це формує глибше занурення в атмосферу, зміцнює бренд та створює високий рівень диференціації. У ресторані можна подати тематичне меню: «Сніданок Вірджинії Вулф», «Обід Пруста», «Чай у Туманному Альбіоні» – така деталізація захоплює гостей і мотивує ділитися враженнями в соціальних мережах, що сприяє органічному просуванню.

З точки зору маркетингової стратегії, готель на основі літературної концепції має великі переваги. По-перше, його легко позиціонувати на

нішевому ринку: готель для інтелектуальної публіки, романтиків, творчих особистостей, шанувальників культури. По-друге, він створює потужний візуальний контент для соціальних мереж, що дозволяє залучати аудиторію без великих витрат на рекламу. По-третє, готель може інтегруватися у культурне життя міста – проводити фестивалі, лекції, кінопокази, виставки, що забезпечить сталий потік гостей навіть у низький сезон.

Фінансова модель готелю, створеного на основі літературної концепції, ґрунтується на диверсифікації джерел прибутку, де гармонійно поєднуються доходи від основних послуг (проживання) та широкого спектру супутніх сервісів. Окрім традиційних готельних надходжень, таких як оплата за номер, важливу частку бюджету становлять додаткові джерела – ресторан із тематичним меню, організація культурних та літературних подій (поетичні вечори, зустрічі з авторами, книжкові клуби), продаж брендovanого мерчу (сувенірна продукція, авторські книжки, дизайнерські предмети), а також послуги бібліотеки, які можуть мати як платний, так і клубний формат.

Унікальна атмосфера та емоційна залученість, яку відчуває гість, перебуваючи в готелі, значною мірою впливають на поведінку споживача. Завдяки продуманій концепції, що створює глибокий сенсовий зв'язок із відвідувачем, зростає не лише середній чек, а й тривалість перебування, кількість повторних візитів, а також рівень рекомендацій (word of mouth), що особливо важливо в умовах сучасного цифрового маркетингу.

Рентабельність подібного проєкту залежить від низки критичних факторів. Насамперед – це вдало обране місце розташування, що забезпечує стабільний потік цільової аудиторії. Далі – глибина і цілісність концепції, яка повинна бути не просто «декором», а центральною ідеєю всієї бізнес-моделі. Третій чинник – якість реалізації: від дизайну інтер'єру до підготовки персоналу, який має бути носієм ідеї готелю, передавати її через сервіс та комунікацію.

У глобальному контексті спостерігається чітка тенденція до розвитку так званої економіки досвіду (experience economy), де цінується не стільки товар

або послуга як така, скільки враження, які вона створює. У зв'язку з цим зростає інтерес інвесторів до готельних проєктів з унікальним емоційним і культурним наповненням. Такі готелі здатні не лише окупуватися швидше завдяки мультиканальній фінансовій моделі, а й ефективніше конкурувати у преміальному та туристично активному сегменті ринку.

Таким чином, фінансова модель готелю на основі літературної тематики – це приклад гнучкого, інтелектуального підприємництва, що об'єднує креативну індустрію з класичними підходами до готельного бізнесу. Вона дозволяє не лише досягти фінансової стабільності, а й створити довгострокову цінність – як для інвестора, так і для гостя [33].

Таким чином, розробка концепції готелю категорії 4* за мотивами літературних творів – це не просто дизайнерський задум, а повноцінна стратегія створення продукту з високою доданою вартістю. Це синтез культури, гостинності та інновацій, що формує новий формат взаємодії між простором, брендом і людиною. Такий готель здатен не лише задовольнити базові потреби мандрівника, але й залишити в його пам'яті емоційний слід, який спонукає повернутися знову або поділитися враженнями з іншими. У результаті готель трансформується у живу історію, що розгортається в кожному номері, в кожному рядку на стіні, в кожному дотику до книжки – і саме це робить його справжньою цінністю на ринку гостинності XXI століття.

У сучасних умовах готельний бізнес дедалі частіше виходить за межі класичного розуміння готелю як місця ночівлі. Конкуренція, зростаючі запити клієнтів, динаміка туризму та вплив культурних тенденцій стимулюють індустрію гостинності до створення унікальних концептуальних рішень. Одним із найбільш перспективних напрямів є впровадження літературної тематики як основи для створення інноваційного готельного продукту.

Вибір такої тематики є не лише маркетинговим інструментом, але й потужним засобом формування ціннісного поля, що визначає характер закладу, тип його цільової аудиторії, атмосферу та соціокультурну роль. Ретельне

обґрунтування теми, на якій ґрунтується концепція готелю, є запорукою його успішного функціонування на сучасному ринку послуг.

Література як джерело тематики має низку очевидних переваг. По-перше, вона універсальна й багатогарова: кожен твір, автор або епоха несе в собі сюжет, емоції, образи, філософію, символи – тобто цілісну систему, яку можна трансформувати в просторові рішення, елементи дизайну, сервісну комунікацію. По-друге, літературна тематика створює глибину сприйняття: гість не лише бачить естетику, а й проживає історію, що пов'язана з номером, поверхом або навіть стравою в ресторані [35].

По-третє, вона дозволяє сформувати сильну культурну ідентичність готелю, що особливо важливо в контексті сучасного прагнення до автентичності, унікальності та змістовного туризму. І, зрештою, літературна тематика є ідеальним майданчиком для естетичної реалізації – як через предметний дизайн, так і через атмосферу, візуальні ефекти, освітлення, музичне тло.

Першим кроком у виборі тематики є визначення основної ідеї – чи це буде готель, що базується на творчості одного конкретного письменника, чи на літературній епосі, чи жанрі, або ж на поєднанні кількох творів, об'єднаних однією філософською чи естетичною ідеєю.

Наприклад, готель, натхненний творами Лесі Українки, може мати камерну, поетичну атмосферу, орієнтовану на романтичну аудиторію, а готель у стилі магічного реалізму Габріеля Гарсії Маркеса буде емоційно насиченим, з елементами фантазії й метафоричності. Готель за мотивами романів Агати Крісті створить елемент інтриги й театральності, а заклад, що стилізований під «Алісу в Країні чудес», приверне увагу як родинної аудиторії, так і молоді.

При виборі теми важливо враховувати не лише естетику твору, але й його ціннісний, культурний і соціальний контекст. Наприклад, використання української класики (Шевченко, Франко, Коцюбинський) дозволить акцентувати на національній ідентичності, глибоких культурних сенсах, що особливо актуально в умовах боротьби за збереження української культури.

Натомість сучасна література – Оксана Забужко, Сергій Жадан – може допомогти створити прогресивний, урбаністичний образ готелю [36].

Західна класика – Шекспір, Остін, Фіцджеральд – дає змогу адаптувати концепцію під іноземну аудиторію. При цьому важливо пам'ятати, що не кожен твір доречно трансформується в простір готелю: деякі твори мають надто драматичне або філософське наповнення, що може ускладнити формування комфортного сервісного середовища.

Далі слід провести аналіз цільової аудиторії – хто саме буде потенційним гостем готелю. Молодь, яка прагне яскравих вражень і контенту для соцмереж, віддасть перевагу тематиці пригод, фантастики, урбаністики. Старше покоління – творам, що асоціюються з ностальгією, глибиною, духовністю. Родини з дітьми зацікавляться казковою темою – наприклад, творами Андерсена або українськими народними легендами. Бізнес-аудиторія, швидше за все, оцінить мінімалізм і елегантну класичну літературу, яка навіює відчуття впевненості й стабільності. Саме поєднання теми з очікуваннями аудиторії дозволяє створити не просто естетичний простір, а емоційно релевантне середовище, яке залишає враження і формує довіру [38].

Ще один вагомий аспект – адаптація літературної теми до архітектури будівлі. Якщо це історична споруда в центрі міста, то логічно обрати класику або модерн. Якщо це новобудова – футуризм або постмодерн. Просторі холові зони – чудова можливість візуалізувати сцени з творів, невеликі затишні кімнати – створити атмосферу особистого щоденника. Важливо, щоб тема не була нав'язливою або карикатурною: дизайн повинен інтерпретувати літературний сюжет, а не механічно ілюструвати його. Наприклад, номер у стилі «Тіні забутих предків» не має буквально відтворювати хату, а лише через текстури, світло, елементи декору передавати дух гуцульського міфу.

Маркетингова складова також є важливою під час вибору тематики. Літературний готель сам по собі стає брендом, але тільки за умови, що ідея буде послідовно реалізована в усіх деталях: від назви готелю до навігації на поверхах, назви страв, шрифтів на вивісках, подарункової продукції, форми

персоналу. Якщо все це стилістично й концептуально витримано — готель отримуватиме високу впізнаваність, вірусний ефект у соцмережах, лояльність клієнтів, які цінують автентичний досвід. Більше того, така тематика дозволяє проводити культурні заходи – книжкові вечори, зустрічі з письменниками, фестивалі, що створює додаткову цінність і постійний потік гостей.

Вибір літературної теми також впливає на організацію сервісу. Наприклад, персонал готелю може використовувати стилізовані фрази при зверненні до гостей, як-от: «Вітаємо у нашій історії», або ж надавати гідам ролі персонажів. Навіть система бронювання може мати назву «Забронювати главу». Такі дрібниці формують цілісність досвіду, викликають емоційне задоволення й бажання розповісти про заклад іншим.

Таким чином, вибір літературної тематики – це стратегічний крок у формуванні концептуального готелю, який орієнтується не лише на комфорт, а й на культурну, емоційну й інтелектуальну цінність для клієнта. Він визначає не тільки візуальну айдентику, але й тип цільової аудиторії, характер сервісу, комунікаційні інструменти, партнерства та навіть ціноутворення. Літературна концепція, заснована на глибокій ідеї, візуальній делікатності та функціональній цілісності, здатна перетворити готель на культурне середовище, яке не лише задовольняє потребу у проживанні, а й збагачує внутрішній світ гостя. У світі, де емоції, досвід і зміст важать більше, ніж просто якість ліжка чи швидкість інтернету, саме така концепція здатна забезпечити тривалу конкурентну перевагу [39].

В даній роботі за розробку взято концепцію створення готелю на 50 номерів в стилі кінофільмів.

Неймінг готелю – «LitHouse Kyiv» – є одним із ключових елементів формування його бренду, концепції та ринкової ідентичності. Назва поєднує в собі одразу кілька смислових пластів, які апелюють до культурної, інтелектуальної та емоційної складової сприйняття майбутніми гостями. В основі лежить словосполучення «LitHouse», що може трактуватись як «Літературний дім» або «Освітлений дім» (від англійського «lit» – як

скорочення від literature або як синонім до light/illuminated). Таке багатозначне трактування надає назві глибини, символізму та асоціативного ряду, що дозволяє ефективно використовувати її у візуальному стилі, маркетингових кампаніях та комунікації з цільовою аудиторією.

Поєднання назви з локацією – "Kyiv" – закріплює готель у свідомості споживача як об'єкт, який не просто географічно знаходиться в столиці України, а й активно інтегрує її культурний і туристичний контекст у власну ідентичність. Завдяки цьому готель позиціонується не як абстрактний або шаблонний заклад, а як місце з власною філософією та історією, яке пропонує гостям особливу атмосферу занурення у світ літератури, інтелекту та творчості.

Назва «LitHouse Kyiv» легко читається, запам'ятовується та відповідає міжнародним вимогам до ефективного неймінгу: вона коротка, мелодійна, візуально приваблива та викликає приємні емоції. До того ж, вона є унікальною на ринку гостинності столиці, що дає змогу ефективно вирізнити бренд готелю серед конкурентів, створити впізнавану візуальну айдентику та концептуальну платформу для подальших PR- та маркетингових активностей.

Водночас неймінг повністю відповідає концепції готелю, що базується на поєднанні літературної тематики та сучасного стилю сервісу. У такому готелі кожна деталь – від дизайну номерів, назви конференц-залів, елементів інтер'єру до меню в ресторані – може бути стилізована відповідно до ідеї «літературного дому». Це дозволяє створити не лише комфортне середовище для проживання, а й унікальний культурний простір для натхнення, роздумів, подій, виставок або тематичних зустрічей.

Таким чином, назва "LitHouse Kyiv" – це не лише вдалий маркетинговий інструмент, а й точне відображення унікальної філософії бренду, що орієнтується на сучасного мандрівника, який цінує естетику, глибину змісту та оригінальність досвіду [2].

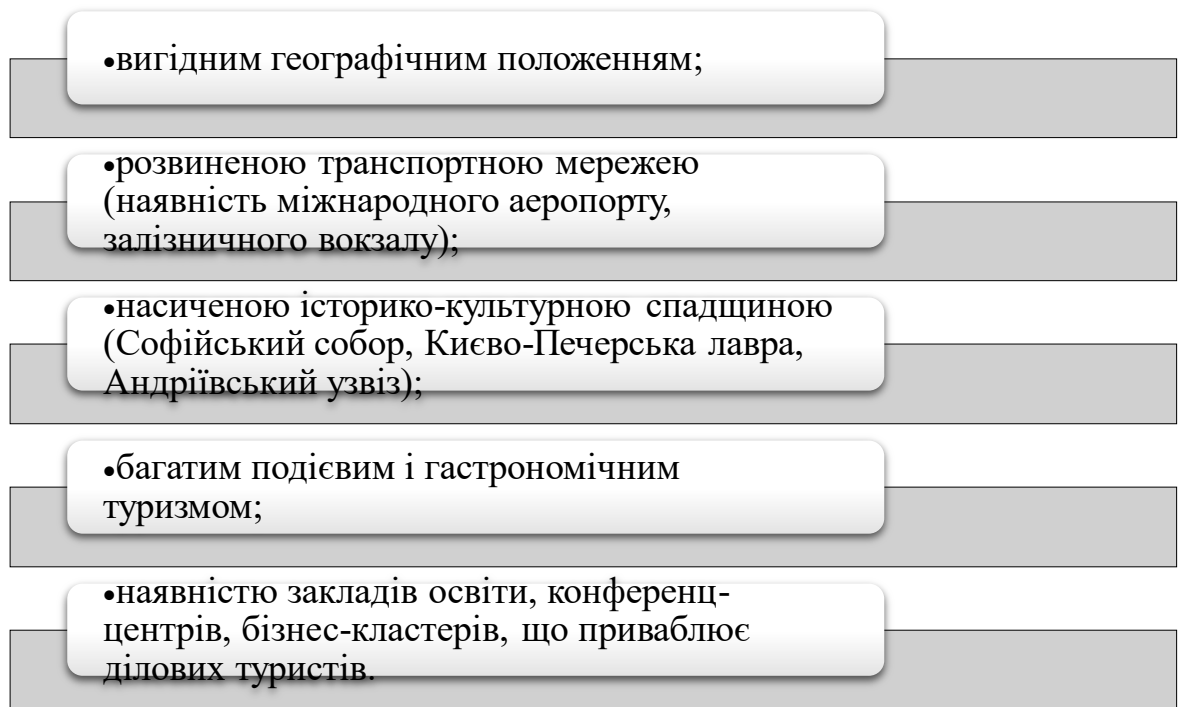


Рис. 1.2. Умови туристичної привабливості Києва

Доцільно провести аналіз ринку готельного господарства в Україні.

Український готельний сектор демонструє стійкість, успішно долаючи виклики. Його здатність підтримувати високі стандарти безпеки та сервісу дозволяє не тільки виживати, а й сприяти економічному зростанню.

Україна традиційно була привабливим напрямком для туристів з усього світу. Однак повномасштабне вторгнення суттєво змінило ситуацію в туристичній галузі країни.

Один із головних негативних наслідків війни – значні іміджеві втрати України. Поширення дезінформації в міжнародних ЗМІ призвело до різкого зниження потоку іноземних туристів, що ускладнює розвиток туристичної сфери та призводить до зменшення прибутків готельного бізнесу.

З початком повномасштабного вторгнення готельний ринок України значно скоротився. Багато закладів розміщення були змушені закритися через безпекові ризики, відсутність попиту або технічні причини. Війна також прямо впливає на туристичну інфраструктуру: частина готелів, ресторанів і пам'яток була зруйнована або тимчасово втратила свою привабливість.

За інформацією Державного агентства розвитку туризму, наразі в Україні функціонує лише 20% готелів. Переважна більшість із них розташована у західних областях: Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській та Закарпатській. Однак їхня робота також має обмеження, пов'язані з комендантською годиною та заходами безпеки під час повітряних тривог [32].

Виклики, з якими зіткнулася українська туристична індустрія в умовах війни, вимагають творчого, гнучкого підходу та швидкої адаптації до нових реалій. Для залучення інвестицій та формування позитивного іміджу України на міжнародній арені необхідна тісна співпраця з урядовими структурами.

Розглянемо ключові тенденції та показники підприємств готельного господарства в Україні. У 2022 році готельний сектор України налічував 2478 готелів та аналогічних закладів розміщення, що є зменшенням порівняно з 2644 одиницями у 2020 році. Піковий показник був зафіксований у 2019 році, коли функціонувало 3582 таких заклади осіб. Незважаючи на скорочення загальної кількості готелів, кількість розміщених осіб у 2022 році (4297,2 тис.) була дещо вищою, ніж у 2020 році [42].

Конкурентне середовище м. Києва є надзвичайно динамічним і багатогранним (див. табл 1.1. та табл 1.2.), адже столиця України виступає ключовим центром ділового, культурного та туристичного життя країни. Завдяки своїй географічній локації, економічній активності та історико-культурному потенціалу Київ щороку приваблює велику кількість туристів, бізнес-делегацій, учасників конференцій, форумів і міжнародних подій (рис.1.2). У зв'язку з цим готельний ринок міста демонструє високу концентрацію об'єктів розміщення різних форматів, цінових категорій і концептуальних напрямів.

Серед основних гравців конкурентного середовища виділяються міжнародні готельні бренди – такі як, Radisson Blu, Holiday Inn, Hilton Kyiv, InterContinental, Hyatt Regency, які представляють сегмент преміум-класу.

Таблиця 1.1. – Функціональні характеристики готелів

Назва закладу	Кількість номерів	Кількість місць	Інфраструктура
Holiday Inn, вул. Горького 78	210	420	Ресторан, конференц-зал, фітнес, паркінг
Radisson Blu Вул. Братська 17	164	296	Ресторан, конференц-зал, високошвидкісний Wi-Fi та клімат- контроль у кожному номері, фітнес, паркінг
InterContinental Kyiv Велика Житомирська, 2а	272	454	Ресторан, конференц-зал, високошвидкісний Wi-Fi та клімат- контроль у кожному номері. Салон краси, обладнаний фітнес-центр із басейном і саунами

Ці готелі характеризуються високим рівнем сервісу, широкою інфраструктурою, відповідністю міжнародним стандартам, а також орієнтацією на бізнес-туризм, дипломатичні візити та високобюджетний відпочинок. Їхні сильні сторони – наявність SPA-комплексів, конференц-залів, ресторанів із зірковими шеф-кухарями, високий рівень безпеки та гнучкість обслуговування іноземних гостей.

Окрім міжнародних брендів, вагоме місце на ринку займають національні та локальні готельні мережі, серед яких можна виокремити Premier Hotels and Resorts, Reikartz Hotel Group, CityHotel, Favor Hotels тощо. Вони представляють переважно середній і вище середнього ціновий сегмент,

акцентуючи на співвідношенні ціни та якості, зручному розташуванні, привабливому дизайні номерів та гнучких умовах проживання. Деякі з них формують концептуальні продукти, наприклад, з фокусом на українську гастрономію, арт-дизайн або сімейний відпочинок.

Для об'єктивної оцінки ринку було проведено порівняльний аналіз основних конкурентів, який відображено в таблицях. У порівняння включені показники цінової політики, кількості номерів, рейтингу на туристичних платформах, спектру послуг, концептуальних особливостей та цільових аудиторій. Такий аналіз дозволяє виявити прогалини ринку, зони потенційного зростання, нішеві можливості для нового готелю, а також визначити ключові напрями для формування конкурентних переваг майбутнього об'єкта «LitHouse Kyiv».

Таким чином, ринок готельних послуг Києва є конкурентним, різноманітним і відкритим до нових концепцій. Успіх нового готелю значною мірою залежатиме від здатності не просто запропонувати комфорт, а й сформувати унікальний емоційний досвід, який відповідає цінностям сучасного мандрівника.

Таблиця 1.2. – Оцінка конкурентів

Показник	InterContinental Kyiv	Radisson Blu	Holiday Inn,
Місце розташування	5	5	5
Транспортна доступність	5	3	4
Якість обслуговування	5	5	5
Асортимент послуг	5	2	4
Вартість проживання	3	5	4
Рівень професіоналізму персоналу	5	4	3
Середній бал	4,6	4,0	4,16

Проведений аналіз показує, що ринок готельних послуг у м. Києві є конкурентним, проте відчутною є нестача концептуальних, культурно-орієнтованих готелів з глибокою ідеєю. Саме тому проект *LitHouse Kyiv* має високі шанси зайняти унікальну нішу.

Таблиця 1.3 – Концептуальне рішення підприємства готельного господарства «LitHouse Kyiv», у місті Києві

Ознаки концепції		Характеристика ознак			
Характеристика місця розташування					
Країна (місце) розташування		Україна			
Адміністративний вид території		м. Київ			
Адреса розташування підприємства готельного господарства					
Система проживання і харчування		ВВ (ліжко і сніданок)			
Тип підприємства		Бізнес-готель з конференц-сервісом та SPA-комплексом			
Категорія		****			
Кадровий склад		директор готелю, менеджери, рецепція, офіціанти, господарський персонал тощо			
Система управління		Ієрархічна система управління			
Стиль управління		Професійний, зорієнтований на досягнення результатів			
Цільовий сегмент споживачів		Бізнесмени, делегації, туристи			
Спосіб організації та взаємозв'язку всіх груп приміщень		Зональна організація (ресторан, конференц-зали, лобі, номери, тощо)			
Розміщення					
Вид		Підприємство готельно-ресторанного господарства			
Рівень комфорту		Готель ****			
Місткість		50 номерів (150 місць)			
Дизайнерський стиль		Класичний			
Категорія номерів	Стандарт	Дуплекс	Люкс	Апартамент	Президентський
Кількість номерів	25	10	10	5	–
Харчування					
Тип закладів	Ресторан шведський стіл			Лобі-бар	
Кількість місць	150			40	
Режим роботи	7:00 - 23:00			11.00-22.00	
Форма обслуговування	столи			бар	
Дизайнерський стиль	Класичний стиль з акцентом на			Мінімалізм	

Продовження табл. 1.3

Бізнес-послуги			
Тип	Конференц-зал	Зал для нарад	Бізнес центр
Режим роботи	з 11.00 до 22.00	з 11.00 до 22.00	з 10.00 до 22.00
Дизайнерський стиль	Модерн	Модерн	Модерн
Побутове обслуговування			
Тип	Салон краси	Пральня, хімчистка	
Режим роботи	8:00-18:00	9:00-18:00	
Дизайнерський стиль	Сучасний	Сучасний	
Культурно-дозвіллієві послуги			
Тип	Режим роботи		
	по днях	по годинах	
Інтерактивна бібліотека	Кожного дня	9.00-18.00	
Кінозал	Кожного дня	12:00-23:00	
Більярд	Вихідні	15:00-23:00	
Рекреаційні послуги			
Тип	Режим роботи		
	Басейн	Тренажерна зала	SPA - центр
Режим роботи	11.00	08.00	11.00
Торгівля			
Тип	Призначення	Режим роботи	
		по днях	по годинах
1	2	3	4
Магазин-бутик	Реалізація сувенірів	Кожного дня	9.00-18.00

Отже концепція 4-зіркового готелю, натхненного літературними героями, ґрунтується на індивідуальному підході до кожного гостя, ексклюзивних послугах та інноваційних технологіях. Такий заклад – це більше, ніж просто місце для проживання; це центр відпочинку, бізнесу та елітного дозвілля, що забезпечує йому сильну конкурентну перевагу на ринку гостинності. Майбутній розвиток у цьому сегменті передбачає впровадження новітніх технологій, екологічних ініціатив та розширення спектру преміальних послуг для задоволення очікувань клієнтів.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ. СЕРВІС.

2.1. Групи приміщень. Фронт офіс (Front office)

До основних приміщень і функцій фронт-офісу належать:

– Вестибюль / Лобі: це центральне приміщення, де гості очікують, зустрічаються, відпочивають. Воно є візитівкою готелю і часто включає зони відпочинку, кав'ярні, магазини.

– Стійка реєстрації (Reception Desk): основне місце, де відбувається реєстрація заїзду та виїзду гостей, видача ключів, надання інформації. Тут вирішуються більшість поточних питань гостей.

– Служба бронювання (Reservations): відповідає за прийом та обробку запитів на бронювання номерів, управління доступністю номерів та оптимізацію заповнюваності готелю.

– Консьєрж-служба (Concierge Service): надає гостям широкий спектр послуг, таких як замовлення таксі, бронювання столиків у ресторанах, організація екскурсій, купівля квитків на заходи тощо.

– Офіс менеджера фронт-офісу: робоче місце керівника служби, де відбувається управління персоналом, вирішення складних питань, аналіз ефективності роботи.

– Багажна кімната: місце для тимчасового зберігання багажу гостей до реєстрації заїзду або після виїзду.

– Телефонна станція (Switchboard / Communications): хоча часто інтегрована з іншими службами, це окрема функція, яка відповідає за внутрішні та зовнішні телефонні дзвінки, а також комунікацію з гостями.

Фронт-офіс працює цілодобово і є ключовою ланкою у забезпеченні якісного обслуговування та комфорту гостей.

2.1.1. Приймально-вестибюльна та безпеки

Для зручності гостей, у вестибюлі готелю буде створена особлива зона відпочинку та очікування. Вона надасть можливість перепочити та розслабитись після дороги ще до оформлення. Розміщена поза жвавими потоками руху та інтегрована у не транзитну частину вестибюля, ця зона буде виділена за рахунок архітектурних рішень та продуманого групування меблів для відпочинку.

Вестибюль спроектований із чітким зонуванням, що мінімізує перетини потоків гостей, що прибувають і від'їжджають, персоналу, випадкових відвідувачів, а також шляхів доставки багажу до номерів та транспорту. Це забезпечує плавне та ефективне функціонування простору.

У вестибюлі, спеціально для любителів книг, розташовані торгові точки. Вони пропонують широкий вибір літератури, а також сувенірів та приємних дрібниць, що дозволяє гостям легко знайти щось до душі.

Щоб гості комплексу завжди виглядали бездоганно, ми передбачили салон краси з чоловічим та жіночим залами. Тут можна скористатися послугами перукаря, стиліста, а також зробити манікюр чи педикюр. Якщо ж одяг потребує догляду, до ваших послуг хімчистка та пральня, розташовані на першому поверсі готелю.

Таблиця 2.1 – Склад і площа приміщень приймально-вестибюльної групи готелю «LitHouse Kyiv»

Назва приміщення	Площа
1	2
Вестибюль	95
Сектор прийому та реєстрації	12
Сектор бронювання	7
Кімната чергового персоналу	8
Службовий санітарно-технічний блок	7
Кімната чергового адміністратора	6
Сейфова	9
Камера схову	8
Приміщення охорони	9

Продовження табл. 2.1

1	2
Комора прибирального інвентарю	5
Відділення зв'язку	10
Медпункт	15
Санвузол (роздільний для жінок та чоловіків)	10
Ліфт	5
Загалом	206

На рисунку 2.1 зобразимо вигляд приймально-вестибюльної зони в тематичному готелі «LitHouse Kyiv».



Рис.2.1 Вигляд приймально-вестибюльної зони в тематичному готелі за літературними персонажами.

Для зручності гостей вестибюль готелю «LitHouse Kyiv» буде оснащено комфортабельними м'якими меблями та журнальними столиками. Декор стін складатимуть об'ємні 3D картини, що відобразатимуть світ літературних героїв.

2.1.2. Житлова

Житлова частина готелю «LitHouse Kyiv» складається з комфортабельних номерів, необхідних приміщень для обслуговування поверхів, а також зон загального користування, таких як затишні вітальні та ігрові кімнати для дітей. Розміри та конфігурація кожного номера в проєкті готелю «LitHouse Kyiv» деталізовані в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Групи житлових приміщень готелю «LitHouse Kyiv»

Види приміщень	Площа, м ²	Кількість на поверсі	Загальна площа, м ²
Номер категорії «Апартамент»	50	5	250
Номер категорії «Люкс»	35	10	350
Номер категорії «Дуплекс»	15	10	150
Номер категорії «Стандарт 1-2-місний»	10	25	250
Коридори	20	1	20
Холи	40	1	40
Побутові приміщення	12	2	24
Корисна площа приміщень	30	1	1084

Таким чином, у готелі «LitHouse Kyiv», як видно з таблиці 2.2, буде представлено чотири різні види номерів: від стандарту до люксу та апартаменту.



Рис. 2.2. Вигляд 2-місного номеру стандарт в готелі «LitHouse Kyiv».

Номерний фонд 4-зіркового готелю – це не просто житло, а простір, де кожен гість відчуває себе особливим. Він втілює концепцію розкоші, найвищого комфорту та інновацій, гарантуючи повне задоволення потреб навіть найвибагливіших клієнтів.

В таблиці 2.3 наведемо характеристику номерів готелю «LitHouse Kyiv»

Таблиця 2.3 – Характеристика номерів готелю «LitHouse Kyiv»

№ з/п	Категорія номеру	Коротка характеристика	К-ть номерів	К-ть місць
1.	Апартаменти	В номері є 2 житлові кімнати, кухня, кабінет, ніша. Повний санвузол	5	12
2.	Люкс	В номерів 2 житлові кімнати, повний санвузол.	10	20
3.	Напівлюкс	Номер передбачає 1 кімнату та повний санвузол	10	24
4.	1-2 місний стандарт	Номер передбачає 1 кімнату та повний санвузол	25	55

У номерах готелю «LitHouse Kyiv» меблі розставляються з урахуванням розмірів приміщення, розташування перегородок, системи опалення та інших технічних особливостей. Особливу увагу, крім самих меблів, приділено якості постільної та столової білизни, драпіруванню, а також килимам та килимовим покриттям, що створює завершений вигляд.

До житлової групи приміщень готелю «LitHouse Kyiv» входять не тільки номери, а й вітальні, коридори, загальні горизонтальні комунікації, ліфтові зони, а також приміщення побутового обслуговування на поверхах та для обслуговуючого персоналу. Інформацію про приміщення побутового обслуговування в готелі «Голівуд» наведено в таблиці 2.4.

У проєктованому готелі «LitHouse Kyiv» передбачена ефективна система поводження з білизною: приміщення для зберігання чистої білизни має зв'язок з вантажним ліфтом та кімнатами для білизни на поверхах, де її також можна

прасувати. Для брудної білизни передбачено сполучення з поверховим білизнопроводом.

Таблиця 2.4 – Дані щодо приміщень побутового обслуговування в готелі «LitHouse Kyiv»

№ з/п	Назва приміщення	Площа, кв. м
1.	Хол	25
2.	Кімната чергового персоналу з вбудованими шафами для чистої білизни	10
3.	Комора для брудної білизни	5
4.	Комора для прибирального інвентарю	5
5.	Кімната побутового обслуговування	5
6.	Приміщення для зберігання візків покоївок	15
7.	Санвузол для персоналу (унітаз, умивальник, душ)	5
Загалом		70

2.1.3 Побутова, торговельна, дозвіллево-анімаційна, спортивно-оздоровча

Ці групи приміщень гарантують гостям широкий спектр послуг і розваг, роблячи їхнє перебування в готелі максимально комфортним та насиченим. При проектуванні чотиризіркового готелю, орієнтованого на високий рівень сервісу, стратегічно важливо розташовувати приміщення побутового обслуговування та роздрібною торгівлі безпосередньо у вестибюлі. Таке розміщення забезпечує максимальну зручність, дозволяючи гостям швидко задовольняти свої потреби, не виходячи за межі готелю.

Приміщення побутової, торговельної, дозвіллево-анімаційної та спортивно-оздоровчого призначення в готелі «LitHouse Kyiv» спроектовано відповідно до вимог ДБН.2.2.-11 та ВСН 54 [4].

Склад та орієнтовні площі приміщень побутового обслуговування та роздрібною торгівлі для чотиризіркового готелю в Києві можуть включати наступні об'єкти, дані щодо яких наведені в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Побутова, торговельна група приміщень в готелі «LitHouse Kyiv»

Назва приміщення	Площа, кв. м	Примітка
Салон краси	22	
Комплексний приймальний пункт	7	Передбачено зонування на ремонт одягу та ремонт взуття
Загалом	29	

Для зручності гостей передбачено комплексний приймальний пункт, де можна здійснити дрібний ремонт одягу та взуття. У квитковій касі доступне замовлення квитків на всі види транспорту, а також придбання кореспонденції.

Розглянемо приміщення дозвіллево-анімаційної та спортивно-оздоровчого призначення (табл. 2.6 і 2.7).

Таблиця 2.6 – Загальна характеристика приміщень дозвіллево-анімаційного призначення

Назва приміщення	Площа кв. м	Примітка
1	2	3
Кінозал	65	Розраховано на 30 дітей
Тематична кімната для дітей	15	Працює аніматор
У тому числі фойє	20	
1. Зона відпочинку	15	
2. Санвузол	5	Розділено на зони
Кінозал для сімей та дорослих людей	95	
Фойє у тому числі:	70	
1. Зона відпочинку	15	
2. Санвузол	6	
Кімната переговорів	9	
Виставкова зала	40	
Загалом	355	

На рис. 2.3 зображено кінозал готелю за літературними мотивами.



Рис. 2.3 Кінозал готелю за літературними мотивами

У тематичному готелі «LitHouse Kyiv» зони дозвілля та культури розроблені для забезпечення якісного відпочинку всієї родини.

Додатково, у готелі буде облаштовано сучасну виставкову залу, оснащену всім необхідним для проведення різноманітних заходів.

Площа приміщень дозвіллево-анімаційного призначення складає 355 кв. м.

Відповідно до вимог ДБН В.2.2-20-2008 «Будинки і споруди. Готелі» спроектовано приміщення спортивно-оздоровчого призначення [1].

Таблиця 2.7 – Загальна характеристика приміщень спортивно-оздоровчого призначення

Назва приміщення	Площа кв. м	Примітка
Тренажерний зал	40	знаходиться на 2 поверсі
Приміщення при залі тренажерів:		
а) кімната для зберігання і ремонт тренажерів	7	
б) кімната інструктора	5	
в) роздільні роздягальні з душовими та санвузлом	10*2	

Продовження табл. 2.7

г) господарська комора	5	містить інвентар для прибирання
Приміщення басейну	45	знаходиться на першому поверсі
Медичний кабінет	15	
Загалом	137	

Площа фізкультурно-оздоровчих приміщень у готелі «LitHouse Kyiv» складає 137 кв. м. Гості можуть тренуватися як самостійно, так і під керівництвом сертифікованого інструктора.

2.2. Групи приміщень. Бек офіс (Back office)

У готельному бізнесі, окрім видимих для гостей зон (фронт-офіс), існує цілий комплекс приміщень та служб, що працюють "за лаштунками" і забезпечують безперебійне функціонування всіх процесів. Це так званий Бек-офіс (Back office).

Бек-офіс – це сукупність адміністративних, технічних, господарських та допоміжних служб, які не контактують безпосередньо з гостями, але є критично важливими для життєдіяльності готелю. Їхня ефективна робота забезпечує високий рівень сервісу, фінансову стабільність та належне функціонування всієї інфраструктури.

2.2.1. Адміністративна

До основних груп приміщень і функцій бек-офісу належать:

- Адміністративні приміщення;
- Офіси керівництва: кабінети генерального менеджера, його заступників, керівників департаментів (фінансового, маркетингового, HR тощо);
- Бухгалтерія та фінансовий відділ: місце обробки фінансових операцій, розрахунків, ведення обліку;

- Відділ кадрів (HR): займається набором, навчанням, управлінням персоналом, розрахунком заробітної плати;
- Відділ маркетингу та продажів: розробляє стратегії просування готелю, працює з корпоративними клієнтами та туристичними агентствами;
- IT-відділ: підтримує роботу всіх комп'ютерних систем, мереж, програмного забезпечення готелю.

2.2.2. Господарська та виробничо-побутова

До основних груп приміщень і функцій бек-офісу також належать:

- Господарські та технічні приміщення: пральня та хімчистка: Власні або орендовані приміщення для прання, сушіння, прасування білизни готелю та хімчистки речей гостей;
 - Складські приміщення: для зберігання продуктів харчування, напоїв, витратних матеріалів (постільна білизна, рушники, мило, шампуні тощо), меблів, обладнання;
 - Технічні служби: приміщення для інженерів, електриків, сантехніків, які відповідають за функціонування всіх систем готелю (водопостачання, опалення, вентиляція, кондиціонування, електропостачання, ліфти). Включають котельні, електрощитові, насосні станції;
 - Майстерні: для дрібного ремонту меблів, сантехніки, електрики;
 - Приміщення для персоналу: роздягальні, душові, кімнати відпочинку та їдальні для співробітників.
- Кухонні та службові приміщення для харчування:
- Кухні: основні кухні для приготування страв для ресторанів, банкетів, обслуговування номерів. Включають гарячі та холодні цехи, м'ясні, овочеві;
 - Мийні: для посуду, кухонного інвентарю;
 - Складські приміщення для продуктів: холодильні та морозильні камери, сухі склади;
 - Приміщення для приймання товарів: зони розвантаження та контролю поставок.

Бек-офіс, хоча й прихований від очей гостей, є фундаментом ефективної роботи готелю, забезпечуючи всі необхідні ресурси та підтримку для створення бездоганного досвіду для кожного відвідувача [11].

Для забезпечення ефективної взаємодії з житловими та допоміжними службами, адміністративний блок готелю «LitHouse Kyiv» розташований на першому поверсі. Він об'єднує кабінети генерального директора, його заступника, фахівців з кадрів (HR), бухгалтерії та відділу постачання.

Згідно з вимогами ДБН В.2.2-20:2008, кабінети адміністрації готелю «LitHouse Kyiv» будуть розташовані на першому поверсі, відокремлено від житлової зони для гостей. Детальні характеристики адміністративних приміщень готелю «LitHouse Kyiv» представлені в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 – Характеристики адміністративних приміщень готелю «LitHouse Kyiv»

Назва приміщення	Площа, кв. м
Кабінет генерального директора	15
Бухгалтерія	20
Приймальня	7
Кабінет заступника генерального директора	10
Кімната для персоналу	27
Кімната для чергового персоналу	15
Кабінет головного інженера	6
Санвузли з умивальниками у шлюзах	10 (2x5)
Загалом	112

Загальна площа адміністративних приміщень готелю «LitHouse Kyiv» складає 112 кв. м.

2.3. Сервіс (Service)

Сервіс у 4-зірковому готелі має бути високим, персоналізованим та повністю орієнтованим на задоволення потреб гостей. Кожен гість повинен відчувати себе особливим. Обов'язковими умовами є: висококваліфікований

персонал, який ввічливий, уважний, здатний вирішити будь-яку проблему та володіє іноземними мовами, інноваційні технології – це широке впровадження сучасних технологій для постійного підвищення якості обслуговування, персоналізовані послуги, які враховують індивідуальні потреби та побажання кожного гостя.

Все це спрямовано на створення атмосфери розкоші та максимального комфорту.

У тематичному готелі «LitHouse Kyiv» будуть передбачені торговельні та побутові приміщення, що відповідає вимогам ДБН В.2.2-11 та ВСН 54 [3]. Детальна характеристика цих приміщень наведена у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9 – Характеристика приміщень побутового обслуговування і торгівлі готелю

Назва приміщення	Площа, кв. м
Комплексний приймальний пункт	7
Продаж та бронювання квитків на всі види транспорту	7
Конференц зал	65
Кабінет СПА	18
Загалом	97

Щоб забезпечити гостям максимальний релакс та оздоровлення пропонують багатий вибір спа-послуг. Досвідчені масажисти виконують різні види масажу (шведський, тайський, глибокий та інші), допомагаючи зняти напругу [19]. Для глибокого розслаблення доступна гідротерапія, що включає гарячі ванни, джакузі, сауни. Також можна скористатися естетичними послугами, такими як догляд за обличчям, манікюр та педикюр. Підтримати фізичну форму допоможе тренажерний зал з сучасним обладнанням, груповими або індивідуальними заняттями [26]. Для гармонізації тіла та розуму проводяться заняття йогою та медитацією. Багато комплексів також мають власні лінійки косметичних засобів, які можна придбати.

2.3.1. Бронювання (reservation). Дистрибуція (distribution)

Бронювання (Reservation) та дистрибуція (Distribution) грають важливу роль в індустрії в індустрії гостинності.

Бронювання номерів у тематичному готелі здійснюється через низку каналів:

- Онлайн-платформи: це включає офіційні вебсайти готелю, онлайн-туристичні агентства (ОТА) та мобільні додатки.
- Прямий контакт: гості можуть забронювати номер, зв'язавшись з готелем безпосередньо телефоном або електронною поштою.

Вебсайт тематичного готелю відіграє ключову роль. На ньому гості можуть не лише переглянути детальну інформацію про послуги, номери, ресторани та інші зручності, а й самостійно обрати дати, кількість осіб та місць, після чого здійснити онлайн-бронювання, заповнивши необхідні дані та оплативши.

Дистрибуція тематичного готелю – це стратегічний процес розподілу готельних номерів через різні канали, щоб досягти максимальної видимості та заохотити потенційних гостей до бронювання. До основних каналів дистрибуції належать офіційний вебсайт тематичного готелю. Він є першочерговим джерелом інформації, де гості можуть ознайомитися з фотографіями, послугами та безпосередньо забронювати номери онлайн.

Готель «LitHouse Kyiv» планує впровадити систему Fidelio Front Office (FO) для оптимізації процесу бронювання та комплексного управління. Fidelio FO є потужним інструментом, що підтримує всі ключові етапи готельної діяльності: від первинного резервування номерів, реєстрації та заселення гостей до їх виписки, а також ефективного управління номерним фондом, бухгалтерією та фінансами [26].

2.3.2. Реєстрація (check in). Розміщення (accommodation). Виселення (check out)

Реєстрація (check-in) – це початковий етап взаємодії гостя з готелем, під час якого відбувається його офіційне прибуття та оформлення. Це процес, що починається з моменту, коли гість переступає поріг готелю і звертається на рецепцію. Під час реєстрації співробітник готелю перевіряє бронювання гостя, його документи, що посвідчують особу (наприклад, паспорт), та заповнює необхідні бланки. Також на цьому етапі може відбуватися оплата за проживання або авторизація платіжної картки, надання ключів від номера та надання інформації про послуги готелю, час сніданку, розташування основних об'єктів (ресторан, спа, тренажерний зал) тощо. Ефективний і швидкий check-in створює позитивне перше враження та задає тон для всього перебування гостя.

Розміщення (accommodation) – це безпосереднє надання гостю заброньованого номера або житлового приміщення, що відповідає його потребам та замовленню. Цей етап охоплює період від моменту заселення до виїзду. Розміщення включає в себе не лише сам номер, а й усі зручності та послуги, що надаються готелю для комфортного проживання гостя. Це може бути прибирання номера, зміна постільної білизни, доступ до Wi-Fi, наявність туалетно-косметичних засобів, міні-бару, доступу до телевізора, кондиціонера, а також можливість користуватися додатковими послугами, такими як обслуговування номерів (room service), пральня, спа-центр чи тренажерний зал. Мета цього етапу – забезпечити максимальний комфорт і задоволення потреб гостя під час його перебування.

Виселення (check-out) – це завершальний етап перебування гостя в готелі, під час якого відбувається його офіційний відїзд. Цей процес передбачає фінальне оформлення документів та розрахунків. Під час check-out гість повертає ключі від номера, а персонал готелю перевіряє стан номера та фіксує всі витрати, що виникли під час перебування (наприклад, користування міні-баром, послугами пральні, замовлення room service). Відбувається

остаточний розрахунок за всі надані послуги. Також співробітники можуть поцікавитися враженнями гостя від перебування, що допомагає готелю покращувати якість обслуговування. Швидкий і безпроблемний check-out є важливим для формування позитивного остаточного враження гостя.

Готель «LitHouse Kyiv» надає послуги тимчасового проживання. Заїзд до номерів починається з 14:00, а розрахункова година (виїзд) встановлена на 12:00 за місцевим часом.

Можливість раннього заїзду залежить від наявності підготовленого номера. По закінченню узгодженого терміну проживання гість повинен звільнити номер.

Для продовження терміну перебування необхідно повідомити службу прийому та розміщення до розрахункової години (12:00). Продовження проживання можливе лише за наявності вільних номерів, в іншому випадку готель має право відмовити.

2.3.3. Рум-сервіс (room-service)

Рум-сервіс у тематичному готелі – це послуга, яка дозволяє гостям замовляти їжу, напої та інші послуги безпосередньо в свій номер. У контексті тематичного готелю, ця послуга може бути особливо цікавою та доповнювати загальну концепцію закладу.

Зазвичай, рум-сервіс доступний через меню, що знаходиться в номері, або через спеціальний додаток готелю. Гості можуть зателефонувати на рецепцію або до служби обслуговування номерів, щоб зробити замовлення. Після приготування замовлення доставляється безпосередньо до дверей номера гостя персоналом готелю.

У тематичному готелі, як-от «LitHouse Kyiv», рум-сервіс може бути не просто зручною опцією, а частиною занурення в атмосферу:

– Тематичне меню: страви та напої в меню рум-сервісу можуть мати назви, пов'язані з літературними творами, відомими літературними персонажами.

– Особлива подача: подача страв може бути стилізована під тематику. Це можуть бути спеціальні тарілки, підноси, або навіть елементи декору, що нагадують про літературний твір.

– Цілодобова доступність: у готелі з такою динамічною тематикою, як літературний дім, цілодобовий рум-сервіс може бути важливим для гостей, які можуть повертатися з вечірок або заходів у будь-який час.

– Додаткові послуги: окрім їжі та напоїв, рум-сервіс може включати доставку преси, побутових предметів, додаткових подушок чи ковдр, а також виконання невеликих доручень гостей.

Таким чином, рум-сервіс у тематичному готелі виходить за межі простої доставки їжі, стаючи елементом, що посилює враження від перебування та підкреслює унікальність готелю.

На початковому етапі готель «LitHouse Kyiv» пропонуватиме рум-сервіс із доставкою їжі в номери з 8:00 ранку до 2:00 ночі. Це охоплює період до відкриття власного ресторану та до моменту його закриття.

2.3.4. Хаускіпінг (housekeeping). Клінінг (cleaning)

У готельному бізнесі, зокрема в такому закладі, як «LitHouse Kyiv», хаускіпінг та клінінг є ключовими службами, що забезпечують бездоганну чистоту, комфорт та загальне позитивне враження гостей. Хоча ці терміни часто використовуються як синоніми, вони мають дещо різні акценти у готельній індустрії.

Хаускіпінг у готелі «LitHouse Kyiv» – це комплексна служба, яка відповідає за підтримання чистоти, порядку, естетичного вигляду та комфорту у всіх житлових (номери) та гостьових зонах готелю (коридори, лобі, ліфти, громадські туалети, конференц-зали тощо). Це не просто прибирання, а скоріше управління господарською діяльністю, що безпосередньо впливає на задоволеність гостей [31].

Основні обов'язки та функції хаускіпінгу в «LitHouse Kyiv» включатимуть: щоденне прибирання номерів; прибирання пилу з усіх

поверхонь; застилання ліжок, зміна постільної білизни (за графіком або за запитом гостя); прибирання ванних кімнат, поповнення туалетно-косметичних засобів, рушників; винесення сміття; провітрювання номерів.

Перевірка та поповнення міні-бару (якщо це входить до функціоналу хаускіпінгу).

Прибирання номерів після виїзду гостей (departures): ретельне прибирання та дезінфекція номера, підготовка його до заселення наступного гостя.

Генеральне прибирання: періодичне глибоке прибирання номерів та інших зон, що включає чистку килимів, меблів, вікон тощо.

Управління білизняним господарством: збір, прання, прасування та розподіл чистої білизни та рушників.

Контроль за станом обладнання та меблів: повідомлення інженерної службі про несправності або пошкодження.

Робота зі знайденими речами: зберігання та облік забутих гостями предметів.

Дотримання стандартів чистоти та гігієни: забезпечення відповідності всім санітарним нормам.

Служба хаускіпінгу в «LitHouse Kyiv» відповідатиме за те, щоб кожен гість відчував себе як вдома, насолоджуючись бездоганною чистотою та порядком.

Термін клінінг у готельному контексті, особливо в «LitHouse Kyiv», часто використовується для позначення професійного глибокого прибирання, яке може виходити за рамки щоденних обов'язків хаускіпінгу. Це може бути спеціалізоване прибирання або послуги, які виконуються за певним графіком або у разі потреби.

Клінінгові послуги в «LitHouse Kyiv» можуть включати:

– Прибирання громадських зон: регулярне прибирання лобі, коридорів, сходів, ресторанів, барів, конференц-залів, фітнес-центру, басейну (якщо є) з використанням спеціалізованого обладнання та засобів;

- Спеціалізоване прибирання: хімчистка килимів та м'яких меблів;
- Миття вікон та фасадів (особливо на висоті);
- Полірування підлогових покриттів (мармур, паркет);
- Дезінфекція та дезодорація приміщень;
- Прибирання після ремонтних робіт або особливих подій;
- Догляд за зовнішньою територією: прибирання прилеглої території, парковок, доріжок;
- Управління відходами: організація збору та утилізації сміття, включаючи сортування, якщо це передбачено.

Таким чином, у «LitHouse Kyiv» хаускіпінг буде опікуватися повсякденним комфортом та порядком у житлових зонах та безпосередньо взаємодіяти з гостями, тоді як клінінг, ймовірно, охоплюватиме більш спеціалізовані, глибокі та великомасштабні роботи з прибирання, що забезпечують бездоганну чистоту та гігієну всього готельного комплексу.

2.4. Заклади харчування

2.4.1 Ресторани. Бари (food and beverage)

Управління рестораном при готелі вимагає чіткої організаційно-функціональної структури, яка забезпечить ефективну координацію між усіма підрозділами та сприятиме високому рівню обслуговування клієнтів. Враховуючи різноманіття послуг, які надає ресторан, від організації харчування до обслуговування гостей, важливо визначити ключові ролі та обов'язки кожного співробітника.

Структура управління повинна відображати специфіку сервісно-виробничого процесу, включаючи як виробничі, так і обслуговуючі підрозділи. Завдяки такій системі, кожен працівник зможе виконувати свої обов'язки на високому рівні, що, в свою чергу, забезпечить бездоганне обслуговування гостей та створить комфортну атмосферу для всіх відвідувачів.

Обов'язки працівників служби ресторанного господарства є ключовими для забезпечення ефективного функціонування закладу та створення приємної атмосфери для відвідувачів.

Кожен співробітник має свою чітко визначену роль, яка включає не лише виконання специфічних завдань, але й взаємодію з іншими членами команди.

Інтер'єр ресторану готелю «LitHouse Kyiv» відтворюватиме атмосферу літературних творів, використовуючи класичні білі, чорні та червоні відтінки (візуалізація входу в ресторан доступна на рис. 2.4). Комплекс закладів громадського харчування об'єднує декілька функціональних зон: вхідну групу (вестибюль, гардероб, санвузли), обслуговуючі зони (зали ресторанів, кафе, кулінарія), виробничі площі кухні (гарячий та холодний цехи, мийна, роздавальна), а також приміщення для персоналу та адміністрації зі складськими зонами. Основне місце в цій структурі займають ресторани зали, що знаходяться на першому поверсі.



Рис.2.4. Зовнішній вигляд ресторану «LitHouse Kyiv».

При проектуванні ресторану площа розраховується виходячи з 1,8 квадратних метрів на одне посадочне місце. Кількість місць у ресторанах визначається замовником і залежить від специфіки готелю та місцевих умов, тому вона може відрізнятись від загальної кількості готельних місць. Важливо,

що при плануванні зони харчування, попри відсутність жорстких обмежень щодо загальної місткості, максимальна місткість одного залу становить 200 місць. Проте, для забезпечення гнучкості, місткість може бути змінена за допомогою стаціонарних або пересувних перегородок.

Таблиця 2.10 – Площа приміщень для здійснення обслуговування в закладах ресторанного господарства готелю «LitHouse Kyiv»

Приміщення	Площа, м ²	
	Ресторан	Лоббі-бар
Вестибюль	15	9
Гардероб	12	7
Аванзала	100	30
Туалетні кімнати	12	9
Приміщення для офіціантів та адміністратора	15	8
Корисна площа приміщень	154	63

В таблиці 2.11 відобразимо динаміку завантаженості ресторану при готелі «LitHouse Kyiv».

Таблиця 2.11 – Динаміка завантаженості ресторану при готелі «LitHouse Kyiv»

Години роботи	Оборотність місця (η), раз	Завантаження залу (%)	Кількість споживачів (n), осіб
11:00-12:00	1,5	10%	30
12:00-13:00	1,5	20%	60
13:00-14:00	1,5	50%	150
14:00-15:00	1,5	30%	90
15:00-16:00	1,5	10%	30
16:00-17:00	1,5	10%	30
17:00-18:00	0,4	20%	16
18:00-19:00	0,4	30%	24
19:00-20:00	0,4	40%	32
20:00-21:00	0,4	30%	24
21:00-22:00	0,4	20%	16
22:00-23:00	0,4	10%	8
Всього			490

Щоб забезпечити безперебійну роботу кухні та повноцінно задовольнити потреби відвідувачів ресторану, ми точно визначаємо потрібну кількість страв. Для цього використовується спеціальна формула, яка враховує прогнозовану кількість гостей та швидкість обертів столів.

Формула для розрахунку кількості страв:

$$N_{\text{стр.}} = n_{\text{заг.}} \times \eta \quad (2.1)$$

де $N_{\text{стр.}}$ – загальна кількість страв.

$n_{\text{заг.}}$ – загальна кількість відвідувачів.

η – оборотність місця (1,5 рази).

Обчислимо загальну кількість страв:

$$N_{\text{стр.}} = 490 \times 1.5 = 735 \text{ страв}$$

Таким чином, загальна кількість відвідувачів – 490 осіб, а кількість страв, які потрібно приготувати, становить 735.

Для ефективного управління асортиментом продукції ресторану важливо детально проаналізувати склад страв, їх відсоткове співвідношення та кількість порцій. Ця таблиця надає чітке уявлення про різноманіття запропонованих страв у меню, розподілених за групами та підгрупами.

Для розрахунку кількості страв скористаємося формулою:

$$n_{\text{стр.}} = \frac{N_{\text{стр.}} \times k}{100} \quad (2.2)$$

де $n_{\text{стр.}}$ – кількість страв, шт.

$N_{\text{стр.}}$ – загальна кількість страв.

k – відсоткове співвідношення, %.

Підставляємо значення у формулу:

$$n_{\text{стр.}} = \frac{735 \times 45}{100} = 331$$

Всі наступні обрахунки проводимо ідентично.

Таблиця 2.12. – Асортиментний склад продукції

Група страв	Відсоткове співвідношення (%)	Кількість страв (шт.)	Назви страв	Кількість порцій (шт.)
Холодні страви та закуски	45%	331	Салат "Цезар" з куркою	132
			Грецький салат	99
			Круасан з вершковим маслом	50
			Тост із авокадо та яйцем пашот	50
Гарячі закуски	5%	37	Омлет із сиром та овочами	37
Супи	10%	74	Томатний суп з базиліком	30

Продовження табл. 2.12

			Суп із білими грибами	22
			Борщ	22
Другі гарячі страви	25%	184	Куряче філе на грилі з овочами	46
			Лосось на пару з овочами	46
			Різотто з білими грибами	46
			Паста карбонара	46
Десерти	15%	110	Смузі з бананом та мигдалем	30
			Вівсяна каша з ягодами	40
			Чізкейк	20
			Тірамісу	20
Всього	100%	735		735

Для забезпечення якісного обслуговування та задоволення потреб відвідувачів ресторану необхідно ретельно планувати обсяги закупівлі напоїв та основних продуктів.

У таблиці 2.13 наведено норми споживання різних видів напоїв і продуктів на одного відвідувача, а також загальну кількість, розраховану на 490 гостей.

Таблиця 2.13. – Напої та закупівельна продукція

Назва продукту	Норма споживання на 1 відвідувача	Загальна кількість на 490 відвідувачів
Гарячі напої	0,05 л	24,5 л
Холодні напої		
- Фруктова вода	0,05 л	24,5 л
- Мінеральна вода	0,08 л	39,2 л
- Сік	0,02 л	9,8 л
- Власного виробництва	0,1 л	49 л
Хліб та хлібобулочні вироби	0,05 кг	24,5 кг
Фрукти	0,05 кг	24,5 кг
Всього		147 л, 99 кг

Добову потребу у сировини для одноденного меню показано в додатку А.

Розрахуємо явочну чисельність офіціантів:

$$N_{\text{яв.}} = \frac{200}{14} = 14,2. \quad (2.3)$$

де N – загальна кількість місць в закладі.

m – кількість місць на одного офіціанта.

Отже, для ефективного обслуговування клієнтів необхідно забезпечити наявність 14 офіціантів.

Корисну площу готелю визначають як суму площі всіх приміщень для забезпечення сервісно-виробничого процесу за винятком технічних.

Таблиця 2.14 – Склад і площа приміщень закладу ресторанного господарства готелю

№ пор.	Назва приміщення	Площа приміщень, м ²
ЗАКЛАД РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГОТЕЛІ		
Приміщення для відвідувачів		
1.	Ресторан	200
2.	Лоббі бар	64
Складські приміщення		
1.	Складське господарство	65
	Разом	329

Готель «LitHouse Kyiv» обладнано 5 коморами для зберігання бакалії, овочів, фруктів, та 3 холодильними камерами для м'яса, риби, гастрономії, кисломолочних продуктів.

Кухонний процес організований за цехами: заготівельний, холодний (для закусок) та гарячий (для основних страв і напоїв). Приймання та зберігання товарів від постачальників здійснюється на складах.

Відпуск продуктів зі складів відбувається за затвердженням Генеральним директором порядком та графіком, підтверджуючись накладною з підписами комірника та працівника-отримувача.

2.5. Визначення загальної площі готелю

Проектування тематичного готелю «LitHouse Kyiv» відповідає ДБН В. 2.2 – 20.2008. Визначимо перелік приміщень тематичного готелю «LitHouse

Київ» та відобразимо дані для розрахунку загальної площі об'єкту проектування (табл. 2.15).

Таблиця 2.15 – Визначення загальної площі тематичного готелю «LitHouse Київ»

№ п/п	Найменування приміщення	Площа, кв. м
1	2	3
ГОТЕЛЬ		
1.	Приймально-вестибюльна площа приміщення	206
2.	Житлова група приміщення	1084
3.	Дозвіллево-анімаційна та спортивно-оздоровча група приміщень	355
4.	Побутового обслуговування та дозвілля	97
5.	Група адміністративних приміщень	112
6.	Господарсько-виробничі приміщення	137
	Загалом	1991
ЗРГ		
		Ресторан
1.	Ресторан	200
2.	Лоббі бар	64
3.	Виробничо-складські приміщення	65
	Загалом	329
	Всього	2320

Таким чином, виходячи з даних таблиці 2.15 загальна площа тематичного готелю «LitHouse Київ» становить 2320 кв. м.

Наступним кроком розрахуємо робочу площу готелю «LitHouse Київ», використовуючи формулу 2.4.

$$S_p = S_k * K_1, \quad (2.4)$$

де S_k – корисна площа будівлі;

K_1 - коефіцієнт збільшення площі

$$S_p = 2320 * 1,1 = 2552 \text{ кв. м.}$$

Для визначення загальної площі готелю «LitHouse Київ» потрібно врахувати конструктивні елементи будівлі. Загальну площу можна обчислити за формулою 2.5.

$$S_{\text{заг}} = S_p * k_2, \quad (2.5)$$

де k_2 – коефіцієнт збільшення площі.

$$S_{\text{заг}} = 2552 * 1,15 = 2934,8 \text{ кв. м.}$$

Визначивши загальну площу готелю «LitHouse Kyiv» можна зробити розрахунок площі поверхів, які розраховуються за формулою 2.6.

$$S_{\text{пов}} = S_{\text{заг}} / n, \quad (2.6)$$

де n – кількість поверхів в будівлі.

$$S_{\text{пов}} = 2934,8/5 = 586,96 \text{ кв. м.}$$

Таким чином, виходячи з розрахунків, можемо зробити висновок, що проектом передбачено 5 поверхів, а площа поверху складає 586,96 кв. м.

Висновок. Готель «LitHouse Kyiv» – це багатофункціональний комплекс, що об'єднує різноманітні зони зі спеціалізованими технологічними зв'язками.

Приймально-вестибюльна група приміщень включає: вестибюль, зони прийому та реєстрації, бронювання, кімнати для чергового персоналу та адміністратора, сейфові, камери схову, приміщення для швейцарів та охорони, відділення зв'язку, комори, медпункт, санвузли та ліфти.

Житлова група складається з номерів, приміщень поверхового обслуговування та зон загального користування.

Адміністративна частина охоплює кабінети генерального директора та його заступника, відділи HR, бухгалтерії та постачання.

Готель надає номери для тимчасового проживання на термін, погоджений з адміністрацією та оформлений відповідно до правил.

Служба хаускіпінгу відповідає за підтримання чистоти та порядку у всіх приміщеннях готелю (житлових та нежитлових), а також надає додаткові послуги, що відповідають категорії готелю. Співробітники хаускіпінгу обслуговують гостей у номерах, забезпечують санітарно-гігієнічні умови в громадських зонах, ресторанах та службових приміщеннях, а також надають побутові послуги.

Спроектована група приміщень ресторану і бару.

Загальна площ готелю «LitHouse Kyiv» становить 2934,8 кв.м., передбачено 5 поверхів, а площа поверху складає 586,96 кв. м.

РОЗДІЛ 3.АРХІТЕКТУРА. ДИЗАЙН.

3.1. Об'ємно-планувальні рішення готелю

Унікальний тематичний готель «LitHouse Kyiv», натхненний світом літературних героїв, матиме об'ємно-планувальні рішення, що відображатимуть його концепцію та забезпечуватимуть максимальний комфорт і функціональність для гостей. Кожен елемент дизайну та планування буде спрямований на створення атмосфери занурення у світ улюблених книг.

Зовнішній вигляд готелю «LitHouse Kyiv» буде поєднувати елегантність класичної архітектури з сучасними елементами, що символізуватимуть зв'язок між літературними епохами. Фасад може мати деталі, які асоціюються з палітурками книг, або елементи, що нагадують сторінки чи літери. В оформленні будуть використані стилізовані скульптури або барельєфи, що зображують відомих літературних персонажів або символи їхніх історій, інтегровані у вхідні групи чи віконні отвори. Підсвічування фасаду може створювати динамічну гру світла і тіні, що нагадуватиме про магію читання.

Вхідна група готелю «LitHouse Kyiv» буде виконана як "портал у світ літератури". Лобі, або "Велика Бібліотека", стане центральним об'ємно-планувальним рішенням, де перетинаються всі шляхи. Тут буде висока стеля, що імітує склепіння старовинної бібліотеки, або відкритий простір з візуальними елементами, що асоціюються з книжковими полицями чи гігантськими томами. Зони відпочинку можуть бути оформлені у вигляді затишних читальних куточків з м'якими кріслами, приглушеним світлом та стилізованими торшерами. Рецепція може нагадувати кафедру бібліотекаря або секретер письменника.

Житлові поверхи можуть мати назви відомих літературних творів або жанрів. Кожен номер стане "главою" або "історією", присвяченою

конкретному літературному герою або твору. Об'ємно-планувальні рішення номерів будуть враховувати цей концепт:

- Тематичні зони: в номері можуть бути виділені окремі зони (для сну, відпочинку, роботи), кожна з яких матиме свої унікальні елементи декору, що відсилають до обраного героя;

- Функціональність: попри тематичне оформлення, планування номера буде максимально функціональним, забезпечуючи достатньо простору, зручне розташування меблів та інтеграцію сучасних технологій;

- Кольорова палітра та матеріали: кольори та оздоблювальні матеріали в номерах будуть підбиратися відповідно до характеру героя або атмосфери твору. Наприклад, для номера, присвяченого Шерлоку Холмсу, можна використовувати темне дерево, шкіру, елементи вікторіанського стилю; для Аліси з Країни Чудес – яскраві кольори та незвичайні форми.

Ресторанні зони готелю «LitHouse Kyiv» будуть спроектовані як "літературні салони" або "місця зустрічей героїв". Кожен заклад громадського харчування може мати свою унікальну тематику:

- "Кафе у Франца Кафки": можливо, з більш стриманим, мінімалістичним дизайном, що відображає атмосферу його творів;

- "Таверна Біллі Бонса": з більш грубими матеріалами, елементами морської тематики, що нагадуватимуть про піратські пригоди;

- "Ресторан Великого Гетсбі": в стилі арт-деко, з розкішними матеріалами, дзеркалами та світлом, що відтворюватиме атмосферу "золотих двадцятих";

- Гнучкість простору: можливість трансформації простору за допомогою пересувних перегородок дозволить адаптувати зали під різні заходи – від інтимних вечерів до великих літературних читань або банкетів.

Додаткові функціональні зони:

- Конференц-зали: можуть бути названі на честь великих письменників і матимуть елементи, що відсилають до їхньої творчості;

– Фітнес-центр та SPA: можливо, їхній дизайн буде більш абстрактним, але з елементами, що асоціюються з гармонією тіла та духу, про які писали філософи.

– Книгарня/сувенірна крамниця: обов'язкова частина, інтегрована в лобі або на першому поверсі, що дозволить гостям забрати частинку літературного світу з собою.

Загалом, об'ємно-планувальні рішення готелю «LitHouse Kyiv» будуть спрямовані на створення цілісного, захопливого простору, де кожен гість зможе відчувати себе частиною улюбленої літературної історії.

За результатами попередніх розрахунків, тематичний готель «LitHouse Kyiv» буде п'ятиповерховим і розрахованим на 50 номерів.

Цокольний поверх готелю призначений для адміністративних, службових та господарсько-виробничих приміщень.

На першому поверсі розмістяться: приймально-вестибюльна група, культурно-дозвіллеві зони, побутові приміщення, торгові площі та кінозал. Ресторан готелю матиме 200 посадкових місць.

З другого по п'ятий поверхи розташовуватиметься тематичний номерний фонд готелю. При цьому п'ятий поверх вирізнятиметься панорамним видом на Київ.

При розробці об'ємно-планувального рішення готелю «LitHouse Kyiv» були враховані ключові вимоги: функціональність, санітарна гігієна та пожежна безпека. На етапі проєктування визначили форму обслуговування та склад громадських приміщень, які надаватимуть послуги. Для оптимізації функціональних зв'язків та доцільного розміщення, споріднені за призначенням приміщення були об'єднані у великі групи, зокрема: житлову, вестибюльну, публічну, культурно-масову, спортивно-оздоровчу, адміністративну, господарську та технічну (як-от бойлерні, венткамери тощо) [42].

Зважаючи на багатогранність і різноманітність функціональних процесів, які відбуваються в готелі, критично важливим є забезпечення

логічного взаємозв'язку та правильного розміщення всіх приміщень. У готелі «LitHouse Kyiv» розташування споруди та внутрішнє планування були розроблені з урахуванням ефективних функціональних процесів та оптимальних схем пересування людей по всій будівлі.

Отже, об'ємно-планувальне рішення для готелю «LitHouse Kyiv» ґрунтується на комплексній оцінці різноманітних вимог. Найкращим варіантом планування будівлі визнано те, що забезпечує зручність у повсякденній експлуатації, має високу естетичну цінність та є економічно вигідним.

3.2. Архітектурні рішення готелю. Характеристика готелю

П'ятиповерховий тематичний готель «LitHouse Kyiv», що знаходиться майже в центрі міста, налічує 50 тематичних номерів. Його інфраструктура включає: фойє, хол, рецепшен, кафе, конференц-зал, спортивні зали, кінозал, дитячу зону, масажні кабінети та душові для гостей. Для забезпечення роботи готелю передбачені адміністративні приміщення, кімнати відпочинку та роздягальні для персоналу, пральня, склад білизни, електрощитова, котельня, кухня та інші необхідні допоміжні служби.



Рис. 3.1 Рецепшен тематичного готелю

Проектована будівля повинна відповідати усім вимогам, які висувають до громадських споруд за ДБН 360-92 «Містобудування. Планування та забудова міських та сільських поселень».

Внутрішнє планування готелю розроблено з урахуванням функціонального зонування, де житлові приміщення відокремлені від інших блоків. Зручне сполучення забезпечено для фізкультурно-оздоровчих зон, які примикають до житлової частини. Особливу увагу приділено створенню безбар'єрного середовища для людей з особливими потребами, зокрема забезпечено доступність для осіб на візках. Центральний вхід оснащено системою, що полегшує вхід до будівлі. Розміри вестибюля продумані для забезпечення належної пропускної здатності, контролю доступу та безпеки. Також, при проектуванні зовнішніх конструкцій застосовано теплоізоляційні матеріали для оптимізації енергоефективності будівлі.

В обробці інтер'єрів та фасадів використовуються декоративна гіпсова цегла, шпалери з імітацією декоративної штукатурки.

Ресторан готелю розташований на першому поверсі, обладнаний барною стійкою та столами, розрахованими на десять місць кожен. Дизайн підлоги унікальний: керамічна плитка доповнена скляними прожилками на стиках, створюючи сучасний та естетичний вигляд.

Житлові поверхи спроектовані з економічною двосторонньою організацією коридорів, до яких безпосередньо прилягають санітарно-ванні вузли та холи. Для готелів, орієнтованих на відпочиваючих, важливим є вид з вікон, що було враховано у плануванні.

Розташування готелю «LitHouse Kyiv» є надзвичайно зручним, характеризується легким доступом від метро та вокзалу, що відповідає функціональним вимогам. Підсумовуючи, готель «LitHouse Kyiv» має вигідне місце розташування поблизу найбільшого зосередження адміністративних будівель та економічного центру міста, будучи видимим з найважливіших транспортних артерій [49].

Проектований об'єкт – це сучасний заклад готельно-ресторанного господарства, що включає готель на 50 номерів, ресторан на 200 місць та лобі-бар місткістю 50 відвідувачів.

Площа ділянки під будівництво готелю «LitHouse Kyiv» у місті Києві складатиме:

$$S_d = n_z \times N, \quad (3.1)$$

де S_d – це площа ділянки під будівництво готелю, m^2 ;

n_z – це норматив площі земельної ділянки готелю, m^2 /місце;

N – це кількість місць в готелі «LitHouse Kyiv»

$$S = 50 \times 150 = 7500 \text{ кв. м.}$$

Розрахунок площі під озеленення:

$$S_{oz} = 7500 \times 0,55 = 4125 m^2.$$

Наявність площ перед входами до громадських і житлових приміщень у розрахунку $0,2 m^2$ на одного мешканця, $0,2 \times 150 = 30 m^2$;

Місця для паркування відповідно до вимог ДБН 360, ДБН В.2.2-9. Для автотранспорту передбачено стоянку на 10 місць, що відповідає нормативу (10–15 місць на 100 місць у закладі).

$$S_{ac} = 24 \times 15 = 360 m^2.$$

Відстань від автостоянки до будівлі закладу не повинна перевищувати 150 м і бути меншою 10 м.

Щоб забезпечити зручний та безпечний доступ до всіх частин комплексу, проектом передбачено внутрішні проїзди. Їхнє розташування та характеристики відповідають суворим нормам пожежної безпеки. Загальна площа внутрішніх доріг та під'їздів визначатиметься за формулою:

$$S_{н.п.} = L * 3,5 m^2, \quad (3.2)$$

де: L – сумарна довжина внутрішніх доріг (прийнято 120 м). Отже:

$$S_{н.п.} = 120 * 3,5 = 420 m^2.$$

Ключовим аспектом є дотримання норм пожежної безпеки, зокрема забезпечення мінімальної відстані в 15 метрів між будівлями [10].

3.3. Інженерні системи підприємства готельного господарства

Інженерна інфраструктура готелю розроблена на основі передових стандартів, забезпечуючи високий рівень комфорту, оптимальну енергоефективність, абсолютну безпеку та відповідальне ставлення до довкілля. Ми гарантуємо безперебійне функціонування комплексу протягом усього року, незалежно від сезону, завдяки надійному підключенню до міських комунікацій та реалізації ефективних резервних рішень.

Система опалення готелю відповідає кліматичним умовам м. Києва та всім необхідним нормативним вимогам. Джерелом тепла є міська тепла мережа, до якої готель підключений через власний теплопункт, оснащений найсучаснішими теплообмінниками та повністю автоматизованою системою регулювання температури.

Система опалення в житлових номерах, ресторанах та громадських зонах готелю реалізована за допомогою водяного центрального опалення. Застосування алюмінієвих радіаторів низького тиску, стратегічно розташованих під віконними прорізами, забезпечує оптимальне та рівномірне розсіювання тепла. Для просторих приміщень, зокрема холу, конференц-залів та ресторану, передбачене інноваційне повітряне освітлення, яке дозволяє миттєво коригувати температурний режим навіть за значних коливань зовнішньої температури, підтримуючи постійний рівень комфорту.

Додатково, для номерів категорії «люкс», «апартаментів» та спеціально відведених зон відпочинку реалізована функція локального відключення за допомогою електричних панелей, надаючи гостям повну свободу в індивідуальному налаштуванні мікроклімату відповідно до їхніх уподобань.

Наш готель забезпечує постійний доступ до гарячої води завдяки централізованій системі з теплопункту. Великі бойлери-накопичувачі (10 м³) гарантують, що гаряча вода буде доступна завжди, незалежно від кількості гостей.

Комфортний мікроклімат у всіх приміщеннях підтримується завдяки поєднанню природної та механічної вентиляції. У коридорах, санвузлах та технічних приміщеннях ми використовуємо природну вентиляцію, яка забезпечує безперервний потік свіжого повітря за рахунок природної циркуляції.

Щоб забезпечити максимальний комфорт і свіже повітря в SPA-зоні, фітнес-залах, ресторані та на кухні нашого готелю застосовується механічна припливно-витяжна вентиляція. Зокрема, для ресторану на 200 відвідувачів, система забезпечує повітрообмін з розрахунку 30 м³/год на одну особу.

Готель обладнаний сучасними системами кондиціонування, що забезпечують комфорт у будь-яку пору року. У просторих зонах застосовуються системи з рециркуляцією, які не лише регулюють температуру та вологість, а й очищують повітря. Для адміністративних офісів та кабінетів персоналу встановлені індивідуальні кондиціонери, створюючи ідеальний робочий мікроклімат.

Водопостачання готелю здійснюється централізовано з міської мережі, а для точного обліку споживання на вході встановлений сучасний водомірний вузол. Завдяки об'єднаній тупиковій системі з верхньою розводкою, що відповідає чинним нормативам (СНіП 2.04.01-91), у всіх приміщеннях підтримується стабільний тиск води.

Розрахунок споживання води за добу, виконано за нормативом 250 л/добу на одного гостя:

$$150 \times 250 = 37\,500 \text{ л/добу} = 37,5 \text{ м}^3/\text{добу}.$$

Система водопостачання готельного комплексу розділена на три основні складові:

- Протипожежна: вона складається з оцинкованих труб та обладнана пожежними кранами в ключових зонах для забезпечення безпеки;
- Господарсько-побутова: призначена для постачання чистої води до житлових та службових приміщень.

– Виробнича: забезпечує водою технологічне обладнання, зокрема на кухні, в пральні та SPA-зоні.

Для забезпечення легкості обслуговування та ремонту, на всіх ключових ділянках водопостачання, включаючи колодязі та перед підключенням головного обладнання, встановлена запірна арматура.

Каналізаційна система комплексу розгалужена на внутрішню та зовнішню мережі. Внутрішня система ефективно розділяє стоки на:

- Побутові: від душових, санвузлів та пралень.
- Виробничі: від кухонь та SPA-зон.

Перед відведенням стічних вод у міську каналізацію, їх обов'язково пропускають через локальні очисні споруди. До них належать пісковловлювачі, жировловлювачі та спеціальні трапи, розташовані у виробничих цехах ресторану, що забезпечує належне очищення.

Готель має ефективну систему зовнішньої каналізації, яка забезпечує відведення всіх стоків до міської мережі. Частиною цієї системи є також дощова каналізація, що збирає та очищає дощові води з усієї території комплексу. Для зручності контролю та обслуговування, по всій системі розташовані оглядові колодязі з інтервалом до 50 метрів від стояків.

Готельний комплекс забезпечений електроенергією від власної трансформаторної підстанції на 400 кВА, що підключена до міської мережі. Це гарантує стабільне живлення. З розрахунку 2,5 кВт на кожен з 50 номерів, загальна необхідна потужність становить $2,5 \times 50 = 125$ кВт.

Додатково для ресторану, SPA та технічних приміщень – ще 125 кВт. Загальне навантаження – 250 кВт, з резервом – 300 кВт.

Для зручності гостей у тематичних номерах готелю встановлені всі необхідні електричні розетки відповідно до ДСТУ 4269-2003 [5]. Зокрема, є чотири розетки для мініхолодильника, окрема розетка для чайника, а також розетка для зарядних пристроїв. У ванній кімнаті передбачена одна розетка, яка підходить для фену або електробритви.

Освітлення в готелі реалізовано за допомогою енергоощадних LED-ламп. У коридорах і на території воно оснащено автоматичним керуванням та датчиками руху для ефективності. Для безпеки передбачена система блискавкозахисту, що включає металеве покриття, заземлені спуски по периметру та зовнішній контур заземлення згідно з вимогами РД 34.21.122-87.

У комплексі встановлені сучасні системи пожежної та охоронної сигналізації. Датчики розміщені у всіх приміщеннях, і в разі спрацьовування сигнал автоматично надходить на центральний пост охорони та до пожежної частини. Для додаткового контролю, по периметру та в громадських зонах ведеться відеоспостереження.

Наш готель пропонує повний спектр комунікаційних послуг для зручності гостей та ефективної взаємодії персоналу. Доступні міський телефонний зв'язок, високошвидкісний Wi-Fi, супутникове телебачення та внутрішня радіотрансляція. Телефонні лінії прокладені до адміністративних офісів, спортивних залів та всіх номерів, гарантуючи безперебійний внутрішній та зовнішній зв'язок.

Наш комплекс зосереджений на сталому розвитку. Ми використовуємо передові енергоощадні технології, включаючи високоякісну теплоізоляцію, енергоефективні вікна та автоматичне управління кліматом. Крім того, ми запровадили роздільний збір відходів, встановивши спеціальні контейнери для пластику, скла, паперу та органічних матеріалів.

3.4. Дизайн готелю

Дизайн «LitHouse Kyiv» ретельно продуманий, щоб відобразити суть та атмосферу обраних літературних творів. Кожен елемент інтер'єру, від меблів до декору, покликаний розповісти свою історію.

Фасад та вхідна група: готель зустрічає гостей елегантним, але водночас загадковим фасадом, який натякає на його внутрішній світ. Це буде стилізація

під старовинну бібліотеку, або ж архітектурні елементи, що нагадують про відомі літературні будівлі.

Лобі та загальні зони: лобі готелю – це перша сторінка книги «LitHouse Kyiv». Тут панує атмосфера вишуканості та інтелектуальності. М'які дивани, стелажі з книгами, приглушене освітлення та твори мистецтва, що відображають літературні сюжети, створюють ідеальне місце для відпочинку та очікування. Тут можуть бути тематичні зони, присвячені різним літературним епохам або жанрам.

Тематичні Номери: серцем «LitHouse Kyiv» є його номери, кожен з яких присвячений окремому літературному твору або автору. Це можуть бути:

"Аліса в Країні Чудес": Номер, наповнений яскравими кольорами, незвичайними меблями та елементами декору, що створюють відчуття сюрреалізму та казковості. Можливо, з картинами, що "оживають", або меблями, що "змінюють" розмір.

"Майстер і Маргарита": Номер у містичному стилі, з темними тонами, оксамитовими тканинами, прихованим освітленням та символічними елементами, що відсилають до московських реалій та надприродних подій роману.

"Маленький принц": Світлий і затишний номер, оформлений у пастельних тонах, з зображеннями планет, зірок та символів з книги. Мінімалістичний, але водночас наповнений глибоким змістом.

"Шерлок Холмс": Номер у вікторіанському стилі, з елементами старовинного кабінету, шкіряними меблями, тематичними аксесуарами (луни, старовинні карти, гравюри) та приглушеним освітленням, що створює атмосферу загадки та розслідування.

"Кобзар" (Тарас Шевченко): Номер, присвячений українській класиці, що відображає національні мотиви в сучасному прочитанні. Це можуть бути елементи українського орнаменту, натуральні матеріали (дерево, льон), репродукції картин Шевченка або цитати з його творів.

Ресторан та Бар: Ресторан «Літературний Смак» може пропонувати страви, назви яких натхненні літературними творами, або ж меню, що відображає кулінарні традиції різних епох та країн, описаних у книгах. Бар «Ніч у бібліотеці» може спеціалізуватися на авторських коктейлях, названих на честь відомих персонажів або літературних подій.

Бібліотека та читальні зали: Обов'язковим елементом «LitHouse Kyiv» є велика бібліотека з багатою колекцією книг, де гості можуть знайти як класичні, так і сучасні твори. Затишні читальні зали з камінами та комфортними кріслами запрошуюють до усамітнення та занурення у читання.

Незважаючи на глибоку зануреність у літературну атмосферу, «LitHouse Kyiv» оснащений найсучаснішими інженерними системами, що гарантують максимальний комфорт, безпеку та енергоефективність.

Меблі, оздоблювальні матеріали, підлогове покриття будуть обиратися відповідно до конкретного тематичного номеру готелю.

Освітлення відіграє важливу роль у створенні неповторної атмосфери готелю «LitHouse Kyiv». Наш підхід базується на різнорівневому освітленні, що дозволяє формувати особливий настрій у кожній зоні.

У вестибюлі гостей зустрічатиме велика кришталева люстра, доповнена елегантним точковим освітленням на стінах. Нумери будуть обладнані різними джерелами світла – люстрами, торшерами та бра, що забезпечує гнучкість та комфорт.

У ресторані планується встановити кришталеву люстру в поєднанні зі стельовим точковим освітленням, яке надасть приміщенню простору та елегантності. У вечірній час додаткові торшери створюватимуть більш романтичну та розслаблену атмосферу, перетворюючи ресторан на затишний бар.

Інтер'єр готелю та зон розваг і громадського харчування (ЗРГ) буде витриманий у пастельних, приглушених тонах, що поєднуюватимуться з чорним та білим кольорами.

Ліфтові холи мають сучасний вигляд завдяки теплим пастельним кольорам та багаторівневій підвісній стелі з вбудованим точковим освітленням. Для освітлення території готелю використовуються елегантні ліхтарі на стовпах.

В таблиці 3.1 покажемо паспорт проект готелю «LitHouse Kyiv».

Таблиця 3.1 – Паспорт проект готелю «LitHouse Kyiv»

№	Найменування показника	Одиниця виміру	Значення показника
1	2	3	4
1.	Площа ділянки під будівництво, Sд	м ²	7500
2.	Площа будівлі закладу, Sзаг	м ²	2934,8
3.	Коефіцієнт забудови, К	м ²	0,6
4.	Площа озеленення, Sоз	м ²	4125
5.	Коефіцієнт озеленення, Коз	м ²	0,55
6.	Робоча площа закладу, Sроб	м ²	2552
7.	Корисна площа закладу, Sкор	м ²	2320
8.	Будівельний об'єм будівлі, Vб	м ³	8790
9.	Капітальні витрати на проекту, ВА+Б	тис. грн	135 049,0
10.	Вартість 1 місяця	тис. грн.	900,3
11.	Вартість 1 м ² загальної площі.	тис. грн.	46,01
12.	Вартість 1 м ³ об'єму будівлі.	тис. грн.	15,36

3.5. Кошторис

Складемо кошторис тематичного готелю «LitHouse Kyiv», зосередившись на розрахунку вартості загальнобудівельних робіт.

$$V_{ЗБР} = N \times Y \times K_T \times I_K \times I_P, \quad (3.3)$$

де N – потужність проєктованого закладу, місяць;

Y – норматив питомої вартості загальнобудівельних робіт на одиницю потужності, у.о.;

K_T – територіальний поправковий коефіцієнт (приймаємо для м. Києва K_T=0,95);

I_K – офіційний валютний курс гривні (до USD), грн./\$ (станом на 12.04.2025 I_K=41,87);

IP – індекс цін нормативний, встановлений для визначення кошторисної вартості будівництва Держкомітетом України у справах містобудування і архітектури (IP=0,77) [40]. Отже, вартість будівництва становитиме:

$$V_{ЗБР} = 150 \times 15000 \times 0,95 \times 41,87 \times 0,77 = 68\,912\,786,25 \text{ грн.}$$

Вартість загальнобудівельних робіт, $V_{ЗБР}^{заг}$, тис. грн., є витратами за статтею зведеного кошторисного розрахунку. Зведений кошторис проекту наводимо у табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Зведений кошторис

№з/п	Найменування показника	Рекомендовані співвідношення вартості, %	Розмір витрат, грн.
	<i>Розділ А. Базисна вартість будівництва</i>		
1	Підготовка території будівництва	1,5	1 033 691, 8
2	Основні об'єкти будівництва, у т.ч.:		
2.1	Загальнобудівельні роботи	58	39969416,0
2.2	Електротехнічні роботи	7	4823895,0
2.3	Сантехнічні роботи	5	3445639,3
2.4	Зв'язок та сигналізація	3	2067383,6
2.5	Устаткування, меблі та інвентар	27	18606452,3
<i>Разом за главою 2</i>		<i>100</i>	<i>68 912 786,18</i>
3	Об'єкти підсобного та обслуговуючого призначення	4 від глави 2	2756511,4
4	Об'єкти енергетичного господарства	0,5 від глави 2	344563,9
5	Об'єкти транспортного господарства та зв'язку	0,3 від глави 2	206738,4
6	Зовнішні мережі та споруди водопостачання, каналізації, тепlopостачання та газопостачання	6 від глави 2	4 134 767,2
7	Благоустрій і озеленення території	3 від глави 2	2 067 383,6
<i>Разом за главами 1-7</i>			<i>78 422 750,7</i>
8	Тимчасові будівлі та споруди	1 від глав 1-7	784 227,5
9	Інші роботи і витрати	5 від глав 1-7	3 921 137,5
<i>Разом за главами 1-9</i>			<i>83 128 115,7</i>
10	Утримання дирекції (технічний нагляд) об'єкта, що будується, та авторський нагляд	2 від глав 1-7	1 568 455,0
11	Підготовка експлуатаційних кадрів	0,5 від глав 1-9	415 640, 6
12	Проектні та вишукувальні роботи	5 від глав 1-7	3 921 137,5
<i>ВСЬОГО за розділом А</i>			<i>89 033 348,8</i>

Продовження табл.3.2

<i>Розділ Б. Кошти на компенсацію витрат, пов'язаних із ринковими умовами проведення будівництва</i>			
1.	Обов'язкові платежі (податки та збори)	50 від глав 1-9	41 564 057,85
2.	Резервний компенсаційний фонд замовника	5 від суми базисної вартості (розділ А)	4 451 667,4
<i>ВСЬОГО за розділом Б</i>			46 015 725,25
ЗАГАЛОМ СУМА ВИТРАТ НА БУДІВНИЦТВО А+Б (КАПІТАЛЬНІ ВКЛАДЕННЯ)			135 049 074,0

Таким чином, за результатами розрахунків в таблиці 3.2, загальна вартість витрат на будівництво тематичного готелю «LitHouse Kyiv» становить 135049,0 тис. грн.

Проект тематичного готелю «LitHouse Kyiv» успішно поєднав архітектурні, інженерні та дизайнерські рішення, сформувавши комплексну, функціональну та візуально привабливу концепцію сучасного стилістичного центру. Архітектура майстерно поєднує сучасність з тематикою літературних героїв. Ключова увага приділялася сталості та екологічності: застосовано енергоефективні рішення, збережено стиль, використано натуральні матеріали та інтегровано передові інженерні системи.

ВИСНОВКИ

У результаті виконаної бакалаврської кваліфікаційної роботи концептуального рішення готелю категорії 4* за мотивами літературних творів у місті Києві вдалося не лише обґрунтувати унікальність майбутнього об'єкта гостинності, а й підтвердити його доцільність та культурну цінність.

Основним висновком є те, що поєднання готельного бізнесу з художньо-літературною концепцією дає змогу створити не просто місце для ночівлі, а цілісне середовище, яке пропонує гостям емоційний досвід, занурення в інтелектуальний простір і нову форму культурного відпочинку. Така модель відповідає світовим тенденціям розвитку індустрії гостинності, яка все більше орієнтується на створення сенсів, а не лише комфортного сервісу. Літературна тематика забезпечує глибину концепції, а також гнучкість у реалізації на різних рівнях – від оформлення номерів і громадських зон до програми подій та маркетингового просування.

Розроблене архітектурно-планувальне рішення повністю відповідає нормам і вимогам, встановленим для готелів категорії 4*. Особлива увага приділена оптимальному розміщенню функціональних зон, забезпеченню безбар'єрного доступу, інженерному оснащенню та енергоефективності. Застосовані об'ємно-просторові принципи формування архітектурного образу дозволяють готелю гармонійно вписатися у міський контекст Києва, при цьому зберігаючи впізнаваність і культурну самобутність.

Також концепція демонструє високу ступінь соціокультурної адаптованості: вона відкриває можливості для інтеграції з міськими культурними подіями, кооперації з театрами, музеями, літературними колами та освітніми ініціативами. Це надає готелю статусу не лише об'єкта сервісу, а й своєрідного культурного простору, відкритого для широкої публіки.

Проектований готель розрахований на 50 номерів, аби будь-який турист міг скористатися послугами готелю, у закладі будуть різні категорії номерів:

апартаменти, люкс, напівлюкс, двомісний стандарт та одномісний стандарт. Готель «LitHouse Kyiv» буде надавати основні та додаткові послуги.

Відповідно до норм ДБН визначено склад та площі приміщень. Загальна площа готелю «LitHouse Kyiv» становить 2934,8 кв.м., передбачено 5 поверхів, а площа поверху складає 586,96 кв. м.

У тематичному готелі «LitHouse Kyiv» будуть функціонувати ресторан на 200 місць. За результатами розрахунків визначено денну виробничу програму, розроблене меню.

Архітектурно-планувальні рішення спрямовані на раціональне використання території забудови та органічну інтеграцію будівлі в міське середовище. У проєкті враховано актуальні нормативні вимоги щодо пожежної безпеки, енергозбереження, акустичного комфорту та санітарно-гігієнічних умов. Всі комунікації будуть підключені від міських мереж.

Актуальність дизайну проєкту готелю за мотивами літературних героїв полягає в поєднанні культури, емоційного досвіду та унікального стилю, що створює незабутню атмосферу для гостей. Такий підхід вирізняє проєкт на ринку, приваблює туристів та сприяє розвитку культурного туризму.

Економічна частина проєкту містить розрахунок кошторисної вартості будівництва, яка з урахуванням основних базових та ринкових факторів становить приблизно 135049,0 тис. грн. Виконано детальну калькуляцію за укрупненими показниками, що дозволяє оцінити економічну доцільність проєкту та прогнозувати терміни окупності інвестицій.

Отже, розробка концепції готелю категорії 4* за мотивами літературних творів у місті Київ довела, що гармонійне поєднання функціональності, естетики, культурної спадщини та сучасних вимог до комфорту створює проєкт високої архітектурної, ринкової та соціальної цінності. Він є не лише відповіддю на зростаючий попит на унікальні туристичні продукти, а й прикладом того, як готельний бізнес може долучатися до розвитку культурної політики міста та формування нового типу туристичного досвіду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. /Київський ун-т туризму, економіки і права. Київ: Знання України, 2020. 360 с.
2. Акопій В.В. Організація і технологія надання послуг. Київ: Академія, 2020. 312 с.
3. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства. Київ: Інкос, 2019. 280 с.
4. Бойко, М. Г. Організація готельного господарства : підручник / М. Г. Бойко, Л. М. Гопкало. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.
5. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. Економіка та суспільство. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1280> (дата звернення: 18.03.2025)
6. Безручко Л. Сучасний стан та перспективи розвитку готельних мереж у світі та Україні. Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2020. Випуск 45. С. 273–280
7. Будинки і споруди. Спортивні та фізкультурно-оздоровчі споруди: ДБН В.2.2-13:2003. [Чинний від 2004-03-01]. Київ: Держбуд України, 2004. 102 с. (Державні будівельні норми України).
8. Будинки і споруди. Готелі : ДБН В.2.2-20:2008. [Чинний від 2009.04.01]. Київ: Мінрегіонбуд України, 2009. 53 с. (Державні будівельні норми України).
9. Будинки і споруди. Громадські будинки та споруди. Основні положення : ДБН В.2.2.-9:2009. [Чинний від 2010.10.01]. Київ: Мінрегіонбуд України, 2010. 68 с. (Державні будівельні норми України).

10. Будинки і споруди. Доступність будинків і споруд для маломобільних груп населення: ДБН В.2.2-17:2006. [Чинний від 2007-05-01]. Київ: Держбуд України, 2007. 21 с. (Державні будівельні норми України).
11. Будинки і споруди. Культурно-видовищні та дозвіллеві заклади : ДБН В.2.2-16:2005. [Чинний від 2006.04.01]. Київ: Держбуд України, 2005. 65 с. (Державні будівельні норми України).
12. Будинки і споруди. Підприємства побутового обслуговування. Загальні положення: ДБН В.2.2-11:2002. [Чинний від 2002-05-01]. Київ: Держбуд України, 2002. 42 с. (Державні будівельні норми України).
13. Будинки і споруди. Підприємства торгівлі: ДБН В.2.2-23:2009. [Чинний від 2009-07-01]. Київ: Мінрегіонбуд України, 2009. 48 с. (Державні будівельні норми України).
14. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства): ДБН В.2.2-25:2009. [Чинний від 2010-09-01]. Київ: Мінрегіонбуд України, 2010. 83 с. (Державні будівельні норми України).
15. Ващенко Н.В. Адаптація принципів та методів управління персоналом у процесі управління підприємством. Економічний часопис ХХІ. 2021. № 1-2(1). С. 98-101.
16. Власенко І. Готельне господарство у соціальній інфраструктурі країни [Електронний ресурс]. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. - 2019. - № 3. - С. 85-97.
17. Гаврилюк Ю.П. Архітектура та дизайн інтер'єру: методика проектування. Харків: ХНУБА, 2021.
18. Геєць В.М. Туризм і готельне господарство: економіка, управління. Київ: Знання, 2020.
19. Головня О.М. Сучасні детермінанти системних соціально-економічних трансформацій готельного бізнесу. *Бізнес-інформ*. 2019. № 5. С. 111-116.

20. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги: [Чинний від 2004.07.01]. Київ: Держспоживстандарт України, 2003. 8 с. (Національні стандарти України).
21. Державні санітарні правила і норми. Улаштування, утримання і організація режиму діяльності дитячих оздоровчих закладів : ДСанПіН 5.5.5.23-99. [Чинні від 1999.04.6]. Київ: Мінздрав України, 1999. 20 с. (Державні санітарні правила та норми).
22. Державні санітарні правила та норми для перукарень різних типів : ДСанПіН 2.2.2.022-99. [Чинні від 1999.03.25]. Київ: Мінздрав України, 1999. 27 с. (Державні санітарні правила та норми).
23. ДБН А.2.2-3-2004 Склад, порядок розроблення, погодження та затвердження проектної документації для будівництва.
24. ДБН А.2.3-1-99. Територіальна діяльність в будівництві. Основні положення. Київ: Держбуд України, 1999. 32 с
25. ДБН В.2.523-2003. Проектування електрообладнання об'єктів цивільного призначення.
26. ДБН В.2.5-78.11.01-2003. Системи сигналізації охоронного призначення
27. ДСТУ 4281-2004 Заклади ресторанного господарства. Класифікація. [Чинний від 2004.04.01]. Київ: Держспоживстандарт України, 2003. 8 с. (Національні стандарти України).
28. ДСТУБ А.2.4-2-95. Система проектної документації для будівництва. Умовні графічні позначення і зображення елементів генеральних планів та споруд транспорту. Київ: Держбуд України, 1995. 35 с
29. Журнал «Ресторатор» [Електронний ресурс]. Режим доступу:<http://restoratorchef.ua>
30. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів: для підприємств громад. харчування всіх форм власності / О. В. Шалімов, Т. П. Дятченко, Л. О. Кравченко та ін. Київ: А.С.К., 2007. 848 с.
31. Інструменти цифрового маркетингу для просування туристичних послуг. Нью-Йорк: Міжнародне маркетингове видавництво, 2024. 110 с.

32. Конвісер І.О., Г.А. Бублик, Т.Б. Паригіна, Ю.М. Григор'єв; За ред. І.О. Конвісера. Устаткування закладів ресторанного господарства: Навч. посіб. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 566 с
33. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми. Київ: КНЕУ, 2022. 245 с
34. Лук'янов, В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування: навчальний посібник. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ: Кондор, 2022. 344 с.
35. Луцяк В.В., Ставська Ю.В., Головня О.М. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у ресторанних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Східноєвропейський університет економіки і менеджменту*. 2018. № 1 (24). С. 103-113
36. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч.пос. Київ: Центр учбової літератури, 2020
37. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: навч. посіб.; за заг. ред. Г.Б. Мунін, Ю.О. Карягін, Х.Й. Роглев, С. І. Руденко М. М. Поплавського, О.О. Гаца. Київ: Кондор, 2020. 460 с
38. Міністерство економіки України. Стан та перспективи розвитку туризму в Україні. Київ: Мінекономіки, 2024. 100 с.
39. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л. Визначення найважливіших закономірностей стабільного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства [Електронний ресурс]. *Галицький економічний вісник*. 2020. №3 (64). С. 174-184. Режим доступу: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32489/2/GEB_2020v64n3_Nahorniak_HDetermination_of_the_174-184.pdf
40. Національна стратегія розвитку туризму і курортів України до 2030 року. Київ: Кабінет Міністрів України, 2021. 72 с.
41. Павленко, Г. М. (2022). Інноваційні технології в готельному бізнесі: світовий та український досвід. *Інноваційна економіка*, 13(1), 64.

42. Плахотнік, О. С. (2021). Використання локальної айдентики у формуванні інтер'єрних рішень готельних комплексів. *Архітектурні студії*, 7(1), С.39-42.
43. Професійний портал. для готельєрів <https://www.hotelier.pro>
44. Проектування готелів: навч. посіб. / А.А. Мазаракі, М.І. Пересічний, С.Л. Шаповал та ін. Київ: КНТЕУ, 2022. 340 с
45. П'ятницька, Н. О. Організація виробництва та обслуговування у підприємствах ресторанного господарства. Київ: КНТЕУ, 2005. 563 с.
46. Ставська Ю. В. Напрями інноваційного розвитку туризму в Україні [Електронний ресурс]. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 2. С. 45-57. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmapnp_2019_2_6
47. Ставська Ю.В. Внутрішній маркетинг як засіб підвищення конкуретоздатності підприємства. Збірник наукових праць Таврійського державного агроекологічного університету (Економічні науки). № 1(9). Мелітополь, 2020. С. 318-323
48. Ставська Ю.В. Готельний бізнес в сучасних умовах: актуальні проблеми та тенденції розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2021. Випуск 35. С. 284-289
49. Шаповал С.Л. Основи будівництва: Навч. Посібник / за ред. А.А. Мазаракі. К.: КНТЕУ, 2019. 186 с
50. Юр'єв В.І., Іващенко А.В. Проблеми формування конкурентного середовища в туристичній сфері. *Економіка. Фінанси. Право*, 2019. № 12/4. С. 3-7
51. Яковенко О. Стратегічне управління туристичним бізнесом. Дніпро: Бізнес-студія, 2024. 140 с.