

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

04.02 – МКР. 1038 «З» 2023.30.10. 005 ПЗ

Матвієнка Володимира Володимировича

2024 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ННІ неперервної освіти і туризму

УДК 711.557:338.48

ПОГОДЖЕНО
Директор
ННІ неперервної освіти і туризму

Іван ГРИЦЕНКО
(підпис)

« ____ » _____ 2024 р.

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
(підпис)

« ____ » _____ 2024 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Бізнес-план готелю в рекреаційній зоні»

Спеціальність **241 «Готельно-ресторанна справа»**

Освітня програма **«Готельно-ресторанний бізнес»**

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми
д. е. н., професор

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
(підпис)

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи
к. е. н., доцент

Ірина КУДІНОВА
(підпис)

Виконав

Володимир МАТВІЄНКО
(підпис)

КИЇВ – 2024

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
ННІ неперервної освіти і туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

д.е.н., професор _____ Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
(підпис)

«15» листопада 2023 р.

ЗАВДАННЯ
до виконання магістерської кваліфікаційної роботи студенту

Матвієнку Володимирі Володимировичу

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітня програма: «Готельно-ресторанний бізнес»
Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи: «Бізнес-план готелю у рекреаційній зоні»

Затверджена наказом ректора НУБіП України від «30» жовтня 2023 р. № 1968 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру до: 20.10.2024 р.

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, національні та регіональні програми розвитку, дані функціонуючих еко-готелів.

Об'єкт дослідження – процес розроблення бізнес-плану готелю у рекреаційній зоні.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до розроблення бізнес-плану готелю у рекреаційній зоні.

Мета дослідження – розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад розроблення бізнес-плану готелю у рекреаційній зоні.

Перелік завдань, які повинен виконати здобувач вищої освіти для досягнення поставленої мети:

- визначитись з методичними підходами щодо розроблення бізнес-плану підприємства;
- описати особливості бізнес-планування готелю у рекреаційній зоні;
- оцінити ринок конкурентів і провести сегментацію споживачів;
- розробити виробничий план готелю у рекреаційній зоні;
- запропонувати маркетингову стратегію підприємства;
- розробити організаційний план готелю у рекреаційній зоні та обґрунтувати організаційну структуру управління підприємством;
- визначити юридичний план подальшої діяльності готелю у рекреаційній зоні;
- здійснити оцінку ризиків, з якими зіткнеться підприємство;
- розробити фінансовий план готелю у рекреаційній зоні.

Дата видачі завдання: 15 листопада 2023 р.

**Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи**

К.Є.Н., доц.

науковий ступінь, вчене звання

(підпис)

Ірина КУДІНОВА

(ім'я та прізвище)

**Завдання прийняв до
виконання**

(підпис)

Володимир МАТВІЄНКО

(ім'я та прізвище)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Етапи підготовки та захисту магістерської кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітки (фактично виконано)
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, підготовка завдання, складання плану, вступу, консультації з проведення дослідження	<i>1 листопада – 10 грудня 2023 р.</i>	
2.	Підготовка першого розділу роботи	<i>11 грудня 2023 р.- 1 лютого 2024 р.</i>	
3.	Підготовка другого розділу роботи	<i>2 лютого – 30 березня 2024 р.</i>	
4.	Підготовка третього розділу роботи	<i>1 квітня – 30 травня 2024 р.</i>	
5.	Підготовка тез за результатами виконаної роботи	<i>до 30 червня 2024 р.</i>	
6.	Підготовка висновків, списку використаних джерел та додатків. Оформлення роботи відповідно до встановлених вимог, передача на перевірку керівникові.	<i>до 1 вересня 2024 р.</i>	
7.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника (консультанта)	<i>до 30 вересня 2024 р.</i>	
8.	Перевірка роботи на академічний плагіат	<i>1-10 жовтня 2024 р.</i>	
9.	Отримання відгуку керівника роботи	<i>11-15 жовтня 2024 р.</i>	
10.	Отримання зовнішньої рецензії	<i>16-20 жовтня 2024 р.</i>	
11.	Постерна презентація роботи	<i>21-25 жовтня 2024 р.</i>	
12.	Подача роботи на кафедру	<i>16-30 жовтня 2024 р.</i>	
13.	Підготовка доповіді і презентації.	<i>1-4 листопада 2024 р.</i>	
14.	Допуск магістерської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	<i>5 листопада 2024 р.</i>	
15.	Захист роботи перед екзаменаційною комісією	<i>Відповідно до графіка</i>	

Відгук керівника магістерської кваліфікаційної роботи

Студент Матвієнко Володимир Володимирович виконав магістерську кваліфікаційну роботу на актуальну тему, яку розкрив повністю. В роботі опрацьовано теоретичний матеріал, розкрито сутність, значення та особливості бізнес-планування у рекреаційній зоні. Систематизовано існуючі теорії та виділено основні етапи, які є доцільними для застосування у практиці бізнес-планування в сфері гостинності. Проаналізовано специфіку готельного бізнесу у рекреаційних зонах, враховуючи сезонність, вплив природних ресурсів на туристичну привабливість і залежність від інфраструктури.

Представлено аналіз конкурентного середовища та проведено сегментацію цільової аудиторії. Використані методи дослідження ринку є обґрунтованими, а висновки - логічними та практично значущими.

Запропоновано ефективну маркетингову стратегію, зокрема використання онлайн-каналів просування, партнерства з місцевими туристичними організаціями та участь у програмах сталого розвитку.

Студент дотримався методичних вимог до написання роботи, однак виявлені незначні стилістичні помилки, яке не впливають її якість.

Магістерську кваліфікаційну роботу студента Матвієнко Володимира Володимировича можна вважати завершеною.

Рекомендується до захисту у екзаменаційній комісії.

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи

_____ **Ірина КУДІНОВА**
(підпис, дата)

Висновок про магістерську кваліфікаційну роботу

Магістерська кваліфікаційна робота студента **Матвієнка В.В.**
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис)

Завідувач кафедри

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис)

« ___ » _____ 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	11
1.1. Методичні підходи щодо розроблення бізнес-плану підприємства	11
1.2. Особливості бізнес-планування готелю у рекреаційній зоні	13
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКОВОЇ СИТУАЦІЇ І КОНКУРЕНТІВ ГОТЕЛЮ У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ЗОНІ	17
2.1. Оцінка ринку конкурентів.....	17
2.2. Сегментація споживачів готелю у рекреаційній зоні	21
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ТА ПЛАНУ ДІЙ ГОТЕЛЮ У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ЗОНІ	22
3.1. Виробничий план	22
3.2. Маркетингова стратегія	63
3.3. Організаційний план готелю у рекреаційній зоні та обґрунтування організаційної структури управління підприємством.....	67
3.4. Фінансовий план.....	68
3.5. Оцінка ризиків і можливостей готелю у рекреаційній зоні.....	73
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80
ДОДАТКИ	85

ВСТУП

Актуальність теми. Готельне господарство – це складна, мультифункціональна сфера, що складається, в більшості випадків, з великої кількості підрозділів, які є ключовими для суміжних сфер бізнесу. Це пов'язано з тим, що, окрім основних послуг – надання місця для ночівлі, готельне господарство надає додаткові послуги.

Готельне господарство є основним елементом туризму, яка є однією з найбільш прибуткових сфер діяльності, що підтверджується аналізом структури прибутку від туризму в європейських країнах. За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), 32 % прибутку отримують від розміщення туристів, 25 % – від харчування, 9 % – від розваг, 6 % – від внутрішнього транспорту, 24 % – від торгівлі і 4 % – від інших сфер діяльності.

Основною послугою готельної галузі є надання місця для проживання. Також до готельних послуг можна віднести надання трьохразового (двох або одноразового) харчування, заміну білизни, зберігання речей жильців, надання побутових та інших приладів (телевізор, холодильник, праска та інше), надання безоплатних послуг.

Основною метою готельного господарства в умовах ринкової економіки є повне задоволення зростаючих матеріальних та духовних потреб населення. Готельне господарство надає платні послуги і тому тісно пов'язане з розвитком всієї економіки держави і вирішенням важливих соціальних проблем.

Рекреаційний готель – це готель, який спеціалізується на наданні рекреаційних послуг і відпочинку гостей. В такому готелі зазвичай є широкий спектр розваг і дозвілля, таких як басейни, спа-центри, сауни, фітнес-зали, ресторани, бари, розважальні програми та екскурсії. Рекреаційні готелі часто розташовані неподалік від природних або туристичних об'єктів, що дозволяє гостям насолоджуватися природою або відвідати визначні місця. Такі готелі популярні серед людей, які шукають активний та релаксуючий відпочинок.

Мета дослідження – розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад розроблення бізнес-плану готелю у рекреаційній зоні.

Завдання дослідження:

- визначитись з методичними підходами щодо розроблення бізнес-плану підприємства;
- описати особливості бізнес-планування готелю у рекреаційній зоні;
- оцінити ринок конкурентів і провести сегментацію споживачів;
- розробити виробничий план готелю у рекреаційній зоні;
- запропонувати маркетингову стратегію підприємства;
- розробити організаційний план готелю у рекреаційній зоні та обґрунтувати організаційну структуру управління підприємством;
- визначити юридичний план подальшої діяльності готелю у рекреаційній зоні;
- здійснити оцінку ризиків, з якими зіткнеться підприємство;
- розробити фінансовий план готелю у рекреаційній зоні.

Об’єкт дослідження – процес розроблення бізнес-плану готелю у рекреаційній зоні.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до розроблення бізнес-плану готелю у рекреаційній зоні.

Теоретичну і методологічну базу дослідження складають праці вітчизняних і зарубіжних вчених, практичний досвід в даній області. Вивчення проблеми ґрунтувалося на використанні методології наукового пізнання проблем стратегічного маркетингового управління, застосуванні загальнонаукових методів дослідження, методів техніко-економічного, логічного аналізу. Для вирішення поставлених завдань також використовувалися наступні статистичні методи: класифікація; факторний аналіз; прогнозування; табличний; графічний та інші.

Практичне значення одержаних результатів. Дана робота виконана на реальних даних Пущі-Водиці м. Києва. Розроблені у роботі рекомендації ураховують сучасні тренди та наявні проблеми й особливості розробки бізнес-

плану, а тому можуть бути впроваджені у його практичну діяльність.

Апробація результатів роботи і публікації. За темою дослідження автором опубліковано тези на тему «Бізнес-план готелю у рекреаційній зоні» на II-й міжнародній науково-практичній онлайн-конференції «Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти», 16-17 травня 2024 року, м. Київ (додаток Ж).

Магістерська кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, переліку використаних джерел, додатків.

Обсяг магістерської кваліфікаційної роботи складає 92 сторінки комп'ютерного тексту, містить 35 таблиць, 6 рисунків, 4 додатки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Методичні підходи щодо розроблення бізнес-плану підприємства

Успішне майбутнє будь-якого бізнес-проекту безпосередньо пов'язане методичністю і точністю опрацювання плану його підготовки та реалізації, так як бізнес-план передбачає попереднє економічне обґрунтування його доцільності, планування процесів, дій і витрат, необхідних для його реалізації, а також оцінку очікуваних кінцевих результатів, у вигляді отримання прибутку і досягнення поставлених цілей [10, с. 23].

В не залежності від типу бізнес-плану, він повинен враховувати всі фактори та умови, які впливають на нього і формують ризики недосягнення основних показників і цілей, що дозволяє підприємцю не тільки обґрунтувати необхідність розробки того чи іншого бізнес-проекту, але і оцінити можливість його реалізації в ринкових умовах.

Отже, будь-який бізнес-проект повинен мати відповідний бізнес-план, що розкриває різні аспекти того чи іншого бізнесу, а складання бізнес-плану є одним з перших і ключових дій, здійснюваних в ході процесів виконання і реалізації проекту. Дане положення підтверджується тим, що в сучасних умовах набирають популярність start-up – проекти, для яких бізнес-план дозволяє точніше визначити ринкову нішу, зрозуміти ситуацію в тому чи іншому ринковому сегменті і місце компанії на даному ринку.

На сьогоднішній день не існує стандартної і універсальної форми бізнес-плану, який підходить до будь-якого бізнес-проекту, але існують загальні рекомендації щодо складання бізнес-плану, дотримання яких підвищують шанси його розробників на позитивне рішення інвестора, так як дані рекомендації стосуються структури бізнес-плану, переліку та змісту ключових розділів і процедури його презентації [4, с. 109].

Бізнес-план є інструментом осмислення та обґрунтування тих господарських заходів, які спрямовані на розвиток підприємства і вимагають вкладення помітних інвестиційних ресурсів.

Бізнес-план – це концептуальний документ, який використовується для внутрішньофірмового планування та обґрунтування доцільності фінансування проекту, а також з метою залучення зовнішніх інвестицій [20, с. 268].

Основною метою бізнес-планування є опрацювання найбільш раціональних проектів створення і розвитку підприємств. До таких проектів перш за все слід віднести [28, с. 105]:

- створення нового підприємства, організації;
- здійснення проектів, пов'язаних з розвитком існуючого бізнесу (впровадження нової техніки, технології, продукції; освоєння нових ринків);
- реорганізацію підприємства, зміну форми власності та / або системи управління;
- антикризове управління та фінансове оздоровлення підприємства-банкрута;
- проекти інноваційного розвитку тощо.

Значимість бізнес-плану визначається наступним [29, с. 96]:

- конкретизує план дій по досягненню поставленої мети і змушує більш детально розібратися в завданнях реалізації бізнес-ідеї;
- дає можливість визначити життєздатність проекту в умовах конкуренції;
- містить орієнтири розвитку проекту (підприємства);
- служить важливим інструментом отримання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів.

Структура бізнес-плану не регламентується законодавчо, і, отже, даний документ можна скласти в довільній формі, залежно від поставленої мети, проте, існує ряд рекомендацій, якими керуються в процесі бізнес-планування [24]:

- методичні рекомендації щодо оцінки ефективності інвестиційних проектів;
- TACIS (Technical Assistance for the Commonwealth of Independent States) – програма Європейського Союзу зі сприяння прискоренню процесу

економічних реформ. Програма представляє гранти для передачі ноу-хау країнам;

– EBRD (European Bank for Reconstruction and Development) – програма Європейського банку реконструкції та розвитку;

– UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) – програма організації Об'єднаних Націй з промислового розвитку.

Усі розділи бізнес-плану повинні кореспондуватися між собою. Розробка кожного наступного розділу може призвести до коригування попередніх. Кожен керівник повинен скласти бізнес-план в залежності від особливостей розвитку його підприємства і виходячи з особистої оцінки достатності поданого матеріалу, щоб переконатися самому і переконати інвестора в доцільності вкладення грошей саме в даний проєкт.

1.2. Особливості бізнес-планування готелю у рекреаційній зоні

Процес бізнес-планування ставить собі за мету систематизувати і структурувати основні пропозиції і припущення організації бізнесу. Чітко виражена структура документа дозволяє будь-якому читачеві добре орієнтуватися у бізнес-плані, не витрачаючи час на детальне вивчення всього документа. Як правило, бізнес-плани проходять тривалі і багаторівневі професійні експертизи, під час яких експертам доводиться не тільки уважно вивчати зміст конкретних бізнес-планів, але і детально порівнювати їх між собою. Тому при розробці бізнес-плану важливо дотримуватися формальної структури документа і загальноприйнятих вимог до наповнення кожного розділу.

Існують два принципових напрямки бізнес-плану, від яких безпосередньо залежать його мета і завдання [36]:

1) бізнес-план складається для внутрішнього користування і являє собою стратегію розвитку бізнесу на найближчу і віддалену перспективу відповідно до потреб ринку і можливостей отримання необхідних ресурсів. У цьому

випадку мета бізнес-плану – оцінити життєздатність проєкту, ступінь реальності досягнення намічених результатів;

2) бізнес-план спрямований на зовнішніх користувачів з метою залучення потенційних інвесторів або кредитних ресурсів.

Основні завдання, що вирішуються бізнес-планом [35]:

- сформулювати довготривалі і короткострокові цілі компанії, стратегії і тактики їх досягнення;
- визначити конкретні напрямки діяльності, перспективні ринки збуту і місце компанії на цих ринках;
- оцінити витрати, необхідні для виробництва та реалізації продукції;
- оцінити відповідність команди компанії вимогам для досягнення поставлених цілей;
- визначити доступність і достатність матеріальних і фінансових ресурсів;
- визначити маркетингову стратегію компанії;
- провести аналіз ризиків;
- визначити потенційну прибутковість проєкту.

Типова структура бізнес-плану включає перераховані нижче розділи [40, с. 67]:

1. Резюме (короткий опис проєкту).
2. Ініціатор проєкту (персона + команда + підприємство).
3. Опис продукції.
4. Аналіз ринку.
5. План маркетингу.
6. Виробничий план.
7. Організаційний план.
8. Фінансовий план та аналіз ефективності.
9. Інвестиційний план.
10. Аналіз ризиків.

Якщо бізнес-план складається для зовнішніх користувачів, то слід мати

на увазі, що для інвестора принципове значення має наступне [51, с. 435]:

- наявність команди, її склад;
- як і де генерується прибуток;
- наявність потенційного ринку;
- потенціал зростання компанії;
- всі джерела інформації.

Бізнес-план повинен донести до читача максимум об'єктивної і достовірної інформації про проєкт в якомога більш короткій, але в той же час докладній, переконливій формі. Обчислити багатогранність документа і різноманітність потенційних споживачів бізнес-плану, необхідно підносити інформацію у максимально загальнозрозумілому вигляді, без використання професійної лексики і спеціальних термінів, що ускладнюють сприйняття інформації. Вітається наочна ілюстрація.

Рекомендується складати бізнес-план на трьох-п'ятирічну перспективу. Для 1-го і 2-го років показники даються в поквартальній (навіть місячній) розбивці, з 3-го року можна обмежитися річними показниками.

При складанні бізнес-плану необхідно усвідомлювати, що він повинен відображати дійсний стан речей. Будь-який прогноз повинен базуватися на глибокому і професійному вивченні всього обсягу фактичної інформації.

Отже, в даному дослідженні нами буде створено готель «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» в рекреаційній зоні Пуща-Водиця.

Відкриття готелю в рекреаційній зоні може бути розглянуто як інновація у галузі туризму і гостинності. Інновація включає в себе впровадження нових ідей, концепцій та підходів, які відрізняються від традиційних методів.

Саме створення готелю в рекреаційній зоні є інноваційним за багатьма причинами:

- унікальна концепція – рекреаційний готель пропонує новий підхід до відпочинку та рекреації;
- використання нових технологій – в новоствореному готелі буде відкрито SPA-салон;

– створення унікального середовища – готель буде відкрито у курортній зоні Пуща-Водиця;

– розвиток нових послуг – готель буде пропонувати спа-процедури, фітнес-програми, фешн-тематичні вечори.

Отже, відкриття готелю «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» як інновації буде спонукати розвиток туризму та створювати нові можливості для бізнесу у м. Києві.

Необхідність відкриття готелю в рекреаційній зоні Пуща-Водиця можна оцінювати з різних поглядів. На першому місці стоїть збільшення популярності рекреаційного туризму та відпочинку на природі. Багато людей, особливо жителів великих міст, мають потребу в відпочинку на природі, подиху свіжим повітрям, а також відповідному комплексу розваг і послуг.

Курортна зона Пуща-Водиця відома своїм чистим повітрям, мальовничими лісами та озерами. Це приваблює туристів, які бажають відпочити в тихому та затишному місці. Розташування готелю в такій зоні дозволяє забезпечити гостям необхідну релаксацію та повноцінний відпочинок.

Крім того, відкриття готелю у такій зоні може сприяти розвитку туристичної інфраструктури, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня економічного розвитку регіону. Туристи, які відвідують готель, також можуть витратити кошти на інші послуги та товари, що приводить до зростання прибутковості місцевих підприємств.

Нарешті, відкриття готелю в рекреаційній зоні Пуща-Водиця може бути важливим для місцевих мешканців, які прагнуть відкрити свій бізнес в туристичному секторі. Це може створювати нові можливості для розвитку та підтримки малого та середнього бізнесу на рівні регіону.

Отже, відкриття готелю в рекреаційній зоні Пуща-Водиця має багато переваг, таких як збільшення популярності рекреаційного туризму, розвиток туристичної інфраструктури та підтримка місцевого бізнесу. Цей бізнес-проект може бути актуальним для регіону і сприяти його розвитку.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКОВОЇ СИТУАЦІЇ І КОНКУРЕНТІВ ГОТЕЛЮ У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ЗОНІ

2.1. Оцінка ринку конкурентів

Рекреаційний потенціал Пуща-Водиця м. Києва є дуже великим і різноманітним. Це один з найбільших природних парків у місті, який розташований на півдні Києва і охоплює площу близько 2,300 гектарів.

У парку є багато прекрасних місць для прогулянок, пікніків та відпочинку на природі. Тут є кілька озер, таких як Водиця і Пуща, де можна веслувати на човнах і катамаранах або займатися риболовлю. Також парк має багато лісових стежок і трас для пішохідного туризму і велосипедних прогулянок.

Пуща-Водиця також відома своїми історичними та культурними пам'ятками, такими як Вишгородська фортеця і храми, де можна посидіти і насолодитися красою архітектури. Крім того, парк також пропонує спортивні майданчики для баскетболу, футболу, волейболу та інших видів спорту.

В парку часто організовуються різноманітні заходи, такі як концерти, фестивалі та ярмарки, що робить його ще більш привабливим для відвідувачів.

Загалом, рекреаційний потенціал Пуща-Водиця м. Києва дозволяє людям насолодитися природою, зайнятися спортом та відпочити від міської метушні. Це прекрасне місце для активного й релаксуючого відпочинку для всієї родини.

Оцінка туристичного потенціалу регіону (міста) повинна включати характеристику географічного положення регіону (міста); пам'яток історії та культури, архітектури; об'єктів релігійного культу; військово-патріотичних об'єктів; інших об'єктів туристичного показу (табл. 2.1).

Отже, нами було вирішено побудувати готель «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» у рекреаційній зоні Пуща-Водиця м. Києва, за адресою: вул. Миколи Юнкерова, буд. 43. Пуща-Водиця — це історична місцевість та один із найпопулярніших рекреаційних районів Києва, що розташований на північному заході міста, в межах Оболонського району.

Проведемо оцінку конкурентів проєктованого готелю з метою

визначення їх основних характеристик.

Таблиця 2.1. Рекреаційна привабливість території розміщення готельного комплексу

№ п/п	Фактори переваг прийняття рішень	Джерела інформації (вторинні – первинні)	Характеристика регіону
1.	Природно-рекреаційні переваги території	<i>Офіційні дані про природно-кліматичні умови території</i>	-
2.	Історико-культурні маршрути, включно транзитні	<i>Національні та місцеві інформаційні довідники</i>	Пуша-Водиця м. Києва
3.	Об'єкти туристичного показу	<i>Національні та місцеві інформаційні довідники</i>	Експоцентр, музеї Києва, церкви, старовинні будинки, пам'ятки архітектури

Дослідимо спочатку готельні послуги в районі та побудуємо порівняльну таблицю (табл. 2.2).

Таблиця 2.2. Характеристика основних конкурентів підприємства

№	Критерії	Готельні підприємства		
		«Пуша»	Дюбек	Hotel MTA
1	2	3	4	5
1.	Форма власності	Приватна	Приватна	Приватна
2.	Місце розташування	вул. М. Юнкерова, 20	вул. Гамарника, 56	Вул.. Міська, 9
3.	Споруда готелю Дата введення в експлуатацію. Кількість поверхів	Сучасна 2005, 5 поверхів	Сучасна, 2009 6 поверхів	Сучасна 2009, 5 поверхів
4.	Рівень комфорту (кількість «зірок»)	3*	5*	4*
5.	Специфіка готелю. Режим роботи	Цілорічно	Цілорічно	Цілорічно
6.	Цільовий сегмент споживачів	Туристи	Туристи	Туристи
7.	Характеристика номерного фонду	Апартаменти (17 номерів)	272 номери, 8 апартаментів, люкс, стандарт	26 номерів з унікальним дизайном – люкс, ексклюзивний «Клаб», ексклюзивний «Будуар», покращений двомісний, покращений одномісний, стандарт
8.	Інфраструктура готелю. Види послуг	Трансфер, ресторан, екскурсії, паркінг	Паркінг, інтернет, ресторан, зберігання речей	Клуб-ресторан, лобі-бар, конференц-зал. Паркінг.

Проведемо такий же аналіз за пропозицією ресторанних послуг в районі (табл. 2.3).

Таблиця 2.3. Характеристика пропозиції ресторанних послуг в Пуща-Водиця

№ з/п	Критерії	Назва та тип закладу, що є потенційним конкурентом			
		«Пуща»	Дюбек	Спотикач	Da Vinci Fish Club
1	2	3	4	5	6
1.	Концепція закладу. Національна кухня	Середземноморська кухня	Азіатська, єврейська, європейська, японська кухня. Лаунж-караоке-ресторан	Український стиль. Українська, домашня	Італійський ресторан епохи Ренесансу Італійська, рибна, середземноморська кухня
2.	Форма закладу	Повносервісний	Повносервісний	Повносервісний	Повносервісний
3.	Кількість місць	60	100	60	100
4.	Метод обслуговування	Повне, офіціантами	Повне, офіціантами	Повне, офіціантами	Повне, офіціантами
5.	Кількість страв у меню	120	330	280	420
6.	Частка продукції власного виробництва у товарообігу, %	75	90	90	80
7.	Режим роботи	12-24	Цілодобово	11-02	11-24
8.	Послуги ресторанного обслуговування (загальна кількість та їх характеристика)	Індивідуальне харчування, бенкети, корпоративні заходи	Основне, фуршет, банкет	Звичайне, вегетаріанське, посне меню	Основне, банкетний зал, VIP-зал
9.	Контингент відвідувачів	Місцеві жителі та гості	Місцеві жителі та гості	Місцеві жителі та гості	Місцеві жителі та гості
10.	Середній чек на одного споживача	300-450	195-300	200-250	300-500
11.	Коефіцієнт оборотності одного місяця	4,5	5	4,5	6

Оцінюючи в балах критерії якості (табл. 2.4) та співставляючи їх з ціною номеру, можна оцінити конкурентні позиції підприємств та побудувати карту стратегічних груп.

На основі отриманих даних побудуємо конкурентний профіль підприємства, що проєктується.

Таблиця 2.4. Бальна оцінка конкурентів готелю

Критерії	Готельні підприємства		
	«Пуша»	Дюбек	Hotel MTA
Ціна номеру, грн.	1500	1720	2200
Категорія розміщення (1-5 балів)	5	4	5
Розташування (1-5 балів)	5	5	5
Наявність додаткових послуг (1-5 балів)	4	5	4
Якість обслуговування (1-5 балів)	4	5	4
Імідж (1-5 балів)	4	5	5
<i>Результат: якість</i>	22	24	23

Таблиця 2.5. Конкурентний профіль готелю по відношенню до конкурентів

№ п/п	Показники	Відхилення					Ступінь пріоритетності
		-2	-1	0	1	2	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.1	Репутація (імідж) готелю			+			1
1.2	Кваліфікація управлінського персоналу		+				2
1.3	Автоматизація управління готелем		+				3
1.4	Плинність кадрів				+		2
2.1	Середня ціна номеру, грн.				+		1
2.2	Асортимент послуг			+			2
2.3	Якість послуг				+		2
2.4	Контроль якості послуг				+		3
3.1	Середньорічний коефіцієнт використання номерного фонду готелю, %			+			1
3.2	Середньорічний коефіцієнт заповнення закладів ресторанного господарства в готелі, %			+			3
3.3	Середньорічна реалізація послуг готелю за попереднім замовленням (бронювання), %			+			2
4.1	Питома вага бізнес-туристів, %			+			2
4.2	Питома вага корпоративних клієнтів в сегменті бізнес-туристів, %			+			3
5.1	Маркетингова стратегія			+			2
5.2	Канали збуту				+		1
5.3	Комплекс комунікацій				+		2

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

2.2. Сегментація споживачів готелю у рекреаційній зоні

Щоб визначити сегмент споживачів, на яких буде орієнтуватись наш заклад, та цінову політику, ми провели анкетування потенційних клієнтів. Результати досліджень оформлені у табл.2.6.

Таблиця 2.6. Сегментація ринку потенційних відвідувачів за рівнем їх прибутків

Сегмент	Дохід в місяць, грн.	Кількість		Сума доходу за місяць, тис. грн.	Сума доходу за рік, тис. грн.
		%	осіб		
1	Від 1000 до 2500	12	6	5,1	61,2
2	Від 2500 до 4000	50	25	43,8	525,6
3	Від 4000 до 8000	26	13	42,3	507,6
4	Більше 8000	12	6	24,6	295,2
Всього		100	50	115,8	1389,6

Таким чином, найбільш чисельна (50%) група осіб з доходом від 2500 до 4000 грн. за місяць, тому ціни в нашому готелі будуть помірними.

Врахуємо також наступне:

- туристичні маршрути, що пролягають біля місця будівництва є досить зручними;
- контингент відпочиваючих зимою та літом є збалансованим;
- є можливість прийняття іноземних туристів.

Проаналізувавши контингент відпочиваючих, можна зробити висновок, що будівництво туристичного готелю в курортній зоні Пуца-Водиця є доцільним і перспективним.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ТА ПЛАНУ ДІЙ ГОТЕЛЮ У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ЗОНІ

3.1. Виробничий план

Готельне підприємство рекреаційного типу позиціонується як заклад розміщення, що надає широкий асортимент послуг та розрахований на обслуговування всіх категорій туристів (табл. 3.1).

Таблиця 3.1. Характеристика ознак концепції майбутнього закладу

№	Назва характеристики	Опис характеристики
1	Тип закладу готельного господарства	Рекреаційний готель
2	Категорія закладу	-
3	Місткість	60 номерів
4	Місце знаходження	Україна, м. Київ, Пуща-Водиця, вул. Миколи Юнкерова, буд. 43
5	Режим роботи	Цілодобово
6	Особливості надання послуг	Орієнтація на туристів які прибули з метою відпочинку
7	Асоціативне явище	Біля будівлі готелю розташований дитячий лагів «Лідер», що значно підвищує рентабельність підприємства та привертає увагу споживачів;
8	Стиль дизайну закладу	Класика
9	Контингент потенційних споживачів	Туристи, які відвідують місто та область
10	Особливості обслуговування даного контингенту споживачів	Даний контингент споживачів вимагає турботливого ставлення, що включає комфортність та швидкість обслуговування

Зручні під'їзні шляхи дозволяють дістатися готелю з будь-якої частини міста.

Варто зазначити, що туристські послуги передбачають організацію екскурсій та відпочинку, а саме прогулянки містом, екскурсії по видатних та пам'ятних місцях Пуща-Водиця, а також оглядову екскурсію по приміській території з метою ознайомлення з місцями туристичного дозвілля.

Культурні послуги передбачають замовлення квитків на культурно-масові заходи, а саме фестивалі, театральні вистави, концерти тощо.

Для полегшення і прискорення роботи з клієнтами в службі прийому і розміщення використовують прикладну програму.

Перелік основних і додаткових послуг у запроєктованому засобі розміщення визначається його типом та рівнем комфорту і подається у вигляді табл. 3.2.

Таблиця 3.2. Характеристика основних та додаткових послуг готелю

Послуги	Характеристика
Основні	
розміщення	Готель на 60 номерів
харчування	Кафе
Додаткові	
побутові послуги	прання, хімчистка, дрібний ремонт, прасування
банківські послуги	обмін валют, банкомат
бізнес-послуги	проведення виїзних конференцій
туристські послуги	організація екскурсій, відпочинку
рекреаційні послуги	SPA-послуги
транспортні послуги	Таксі, оренда автобусів для екскурсій, замовлення квитків на автобус чи поїзд
культурні послуги	замовлення квитків на культурно-масові заходи
торгівельні послуги	кіоски сувенірної продукції, періодичних видань тощо
медичні послуги	аптечний кіоск, медпункт
послуги зв'язку та інформації тощо	Інтернет (кабельний), телебачення

Таблиця 3.3. Алгоритм операційного процесу обслуговування відвідувачів

Процес	Персонал	Документи	Оплата
1	2	3	4
1. Бронювання	Служба прийому та розміщення	заявка на бронювання, вид оплати, карта руху номерного фонду	Включається в рахунок при реєстрації
2. Реєстрація і розміщення гостя:			
– Зустріч гостя	Швейцар	-	чайові
– Реєстрація, супровід до номеру	Служба прийому, портьє, коридорні	анкета, дозвіл на поселення, рахунок, візитна картка	Відповідно розцінкам готелю
3. Надання основних та додаткових послуг	служба прийому, горничні, медичні працівники, інструктори, служба пральної, майстерні	рахунок	Відповідно розцінкам готелю
4. Кінцевий розрахунок і оформлення виїзду	адміністратор, касир	рахунок	Відповідно розцінкам готелю

До приміщень вестибюльної групи належать:

- Вестибюль – центральний простір, який з'єднує зовнішні та внутрішні простори будівлі.
- Прихожа – простір з приймальною площадкою, де можна здійснити перехід з вулиці до будівлі.
- Передпокій – невеликий простір перед основним входом в будівлю.
- Коридори – довгі простори, які з'єднують різні приміщення та простори в будівлі.
- Сходові клітки – простори з сходами, що з'єднують різні поверхи будівлі.
- Ліфтові шахти – простори, де розташовуються ліфтові механізми для переміщення людей та предметів між поверхами.

В нашому проєктованому закладі будуть не всі представлені приміщення, зокрема, гардероб і аванзала будуть знаходитись не в вестибюльній групі готелю, а в групі ресторану, оскільки користуватись гардеробом будуть тільки відвідувачі ресторану, клієнти готелю роздягатимуться у себе в номері.

Корисна площа приміщення, $S_{кор}$, m^2 , розраховується, як сума площ, яку займає встановлене в даному приміщенні устаткування:

$$S_{кор} = \sum p \cdot S, \quad (3.1)$$

де p – кількість одиниць обладнання даного виду (типу), шт.;

S – площа, яку займає одиниця обладнання цього виду, m^2 .

Розрахунок площі приміщень наводиться у вигляді табл. 3.3.

До групи житлових приміщень входять житлові кімнати, приміщення поверхового обслуговування, приміщення громадського призначення (вітальні, дитячі кімнати тощо).

В номерах готелю є всі зручності: телефон, телевізор, Інтернет, міні-бар, кондиціонер. В ванній кімнаті є набір косметичних засобів, халати та рушники, також гостям готелю пропонуються тапочки для пересування по

номеру.

Таблиця 3.4. Перелік обладнання і розрахунок корисної площі приміщень приймально-вестибюльної групи

Необхідне устаткування				Площа обладнання, м ²
Найменування обладнання	Марка	Кількість одиниць, шт.	Габаритні розміри, мм	
1	2	3	4	5
<i>Вестибюль</i>				
Стійка рецепції	«Bbstyle»	1	4250x800x1200	3,2
Диван	Bellus	2	1330x600x700	1,6
Журнальний стіл	ТМ «COROL»	4	1420x1100x520	6,16
Крісло офісне	Promo	4	640x750x1080	1,54
Шафа для зберігання ключів	ТМ «COROL»	1	830x420x1950	0,35
Торгівельний кіоск	ТМ «COROL»	1	1070x1570x1220	1,5
Всього				$S_{кор} = 14,35$
<i>Бюро прийому і реєстрації</i>				
Крісло офісне	Promo	4	640x750x1080	1,54
Стійка рецепції	«Bbstyle»	1	4250x800x1200	3,2
				4,74
Всього				
<i>Кімната чергового адміністратора</i>				
Диван	Bellus	1	1950 x 880 x 940	1,71
Стіл офісний	ТМ «COROL»	1	1600x1600x760	2,56
Крісло офісне	Promo	2	640x750x1080	0,96
Шафа для документів	ТМ «COROL»	1	1220x520x930	0,63
				$S_{кор} = 5,86$
<i>Сейфова</i>				
Сейфовий ящик	<u>TECHNOMAX</u> <u>MB/1</u>	40	220x280x150	2,4
Сейфова				$S_{кор} = 2,4$
1	2	3	4	5
<i>Камера схову</i>				
Камера схову	<u>TECHNOMAX</u> <u>MB/12</u>	10	1800x400x500	2,6
Всього камера схову				$S_{кор} = 2,6$
<i>Приміщення охорони</i>				
Стіл	ТМ «COROL»	1	1200x850x750	1,02
Крісло офісне	Promo	2	540x650x1080	0,702
Шафа для документів	Сокме (Україна)	1	1000x400x930	0,4
Всього приміщення охорони				$S_{кор} = 3,277$

Продовження табл. 3.4

1	2	3	4	5
Гардероб				
Стійка гардеробна	Mars	2	2000 x200 x1600	0,8
Стійка	Bellus	1	1660x360x1200	0,6
				1,4
Медпункт				
Стіл офісний	ТМ «COROL»	1	1140x600x760	0,68
Крісло офісне	Promo	2	640x750x1080	0,96
Кушетка	2234A	1	2000x700x900	1,4
Шафа для документів	Сокме (Україна)	1	770 x 370 x 2000	0,28
Умивальник	MARS	1	550x280x750	0,1
Всього медпункт				$S_{кор} = 3,42$
Відділення зв'язку				
Телефонна стійка	Llama 27	2	1000x800x1850	1,6
Стіл	ТМ «COROL»	1	800x550x760	0,44
Крісло офісне	Promo	2	540x650x1080	0,35
Всього відділення зв'язку				$S_{кор} = 2,39$
Санвузол чоловічий				
Умивальник	MARS	1	550x280x750	0,1
Унітаз	PALOMBA	1	650x355x750	0,23
Душова кабіна	PALOMBA	1	900x900x2000	0,81
Рушникосушительник	SIXO	1	500x200x1020	0,1
Всього санітарний вузол				$S_{кор} = 1,24$
Санвузол жіночий				
Умивальник	MARS	1	550x280x750	0,1
Унітаз	PALOMBA	1	650x355x750	0,23
Душова кабіна	PALOMBA	1	900x900x2000	0,81
Рушникосушительник	SIXO	1	500x200x1020	0,1
Всього санітарний вузол				$S_{кор} = 1,24$
Приміщення для багажних візків				
Візок багажний	Ukrstail	4	600x500x290	1,2
				$S_{кор} = 1,2$
Приміщення посильних				
Стіл робочий	ТМ «COROL»	1	1200x680x850	0,8
Крісло офісне	Promo	2	540x650x1080	0,35
Шафа для документів	Сокме (Україна)	1	1000x400x930	0,4
Приміщення носильників				$S_{кор} = 1,6$
Кімната чергового персоналу				
Стіл	ТМ «COROL»	1	1200x850x750	1,02
Крісло офісне	Promo	2	540x650x1080	0,702
Шафа для документів	Сокме (Україна)	1	1000x400x930	0,4
Всього приміщення охорони				$S_{кор} = 3,277$

Стандартні номери – одномісні і двомісні обладнані як одним великим ліжком, так і окремими. Є так названі трьохмісні номери для батьків з дитиною: зазвичай це двомісний номер з додатковим ліжком або з диваном, що розкладається. Апартаменти оснащені високоякісними гарнітурними меблями й обладнані відповідно до вимог міжнародних стандартів.

Таблиця 3.5. Номерний фонд готелю на 60 номерів

Категорія готелю	Категорія номерів	Характеристика номерів			Питома вага номерів кожної категорії, %(шт.)	Місткість
		Кількість кімнат	Кількість місць	Житлова площа, м2, не менше		
***	Президентський апартамент	3	3	50	1%(1)	2
	Номер першої категорії	1	1	10	27%(30)	30
	Номер першої категорії	1	2	14	65%(71)	142
	Апартамент	2	2	40	2%(2)	4
	Люкс	2	2	30	3%(3)	6
	Напівстудіо	2	2	19	1%(1)	2
	Номери з обмеженими фізичними можливостями	2	2	23	1%(2)	2
	Σ				100(110)	188

З табл. 3.5 загальна місткість готелю 188.

На основі нормативних документів (ДБН В.2.2.-20:2008 «Будинки і споруди. Готелі») потрібно визначитися зі складом приміщень житлової групи

Таблиця 3.6. Перелік обладнання і розрахунок корисної площі номерів

Необхідне устаткування				Площа обладнання, м2
Найменування обладнання	Марка	Кількість одиниць, шт.	Габаритні розміри, мм	
1	2	3	4	5
Президентський апартамент				
Житлова кімната 1				
Ліжко двоспальне	Aksona LOZ/160	1	1600x2100x2130	3,36
Тумбочка біля спального місця	Aksona KOM1S	2	335x510x405	0,32
Пуфік приліжковий	Aksona LOZ/m	1	545x1755x525	0,92

Продовження таблиці 3.6				
1	2	3	4	5
Підставка під багаж	Brand	1	900x440x730	0,32
Шафа	Aksona SZF5D2S	1	1610x585 x 2085	0,94
Шафа під TV	Aksona RTV2S	1	335x1435x555	0,4
Всього				6.26
Житлова кімната 2				
Диван	Romira Орфей	1	860x2090x960	1,8
Крісло	Romira Орфей	2	860x1170x960	2,1
Комод	Aksona KOM2D4S	1	920x1435x405	1,2
Журнальний столик	OMEGA	1	420x700x1200	0,3
Всього				5,4
Вітальня				
Диван	Romira Орфей	1	860x2090x960	1,8
Крісло	Romira Орфей	2	860x1170x960	2,25
Стіл для переговорів	OMEGA	1	1200x800x1200	1,96
Всього				6,05
Санітарний вузол основний				
Унітаз	CERSANIT President 010	2	356x350x525	0,24
Меблі для ванної з вбудованим подвійним умивальником	F-9029 J	2	850x1400x500	1,2
умивальник	quadro	1	182 x 510 x 700	0.2
біде	ROCA MERIDIAN	1	560x350x90	0.2
джакузі	ROCA MERIDIAN	1	2350x1520x1100	3,45
душ	ROCA MERIDIAN	1	1200x950*2320	1,08
Всього				6,37
Санітарний вузол додатковий				
Умивальник	MARS	1	550x280x750	0,1
Унітаз	PALOMBA	1	650x355x750	0,23
Душова кабіна	PALOMBA	1	900x900x2000	0,81
рушникосушительник	SIXO	1	500x200x1020	0,1
Санітарний вузол додатковий				1.24
Санітарний вузол додатковий				
Унітаз	CENTURY 665410	1	356x350x525	0,24
умивальник	Cersanit MARKET M40	1	400 x 400x1300	0,16
ванна	DL	1	2000 x 800 x 900	1,6
Всього				2
Президентський апартамент всього				
Номер першої категорії одномісний				
Житлова кімната				
Ліжко односпальне	AMINA N	1	930x2000x800	1,86

Продовження таблиці 3.6				
Тумбочка біля спального місця	Aurora	2	390x390x570	0,3
Підставка під багаж	Brand	1	900x440x730	0,32
Тумбочка під телевізор	Aurora	1	630x450x530	0,28
Крісло	MARS	1	850x760x810	0,65
Шафа	MARS	1	1300x500x200	0,65
Стілець	MARS	1	530x630x1020	0,33
Стіл письмовий	MARS	1	740x1200x650	0,88
Всього житлова кімната				5,27
Санітарний вузол основний				
Умивальник	MARS	1	550x280x750	0,1
Унітаз	PALOMBA	1	650x355x750	0,23
Душова кабіна	PALOMBA	1	900x900x2000	0,81
рушникосушительник	SIXO	1	500x200x1020	0,1
Всього санітарний вузол				1,24
Всього номер першої категорії одномісний				6,51
Всього номери першої категорії одномісні (30)				195,3
Номер першої категорії двомісний (71)				
Житлова кімната				
Ліжко двоспальне	Aksona LOZ/160	1	1755x2130 x 1000	3.57
Тумбочка біля спального місця	Aurora	2	390x390x570	0,3
Підставка під багаж	Brand	1	900x440x730	0,32
Тумбочка під телевізор	Aurora	1	630x450x530	0,28
Крісло	MARS	2	850x760x810	1,3
Шафа	MARS	1	1300x500x200	0,65
Стілець	MARS	1	530x630x1020	0,33
Стіл	MARS	1	740x1200x650	0,88
Стілець	MARS	3	530x630x1020	0,66

1	2	3	4	5
Стіл для гостей	MARS	1	800x500x850	0,4
Всього житлова кімната				8,69
Санітарний вузол основний				
Умивальник	MARS	1	550x280x750	0,1
Унітаз	PALOMBA	1	650x355x750	0,23
Душова кабіна	PALOMBA	1	900x900x2000	0,81
рушникосушительник	SIXO	1	500x200x1020	0,1
Всього санітарний вузол всього				1,24
Всього житлова кімната				9,93
Номер першої категорії двомісний всього (71)				705,3
Апартамент				
Житлова кімната 1				
Ліжко двоспальне	Aksona LOZ/160	1	1600x2100x2130	3.36

Тумбочка біля спального місця	Aksona KOM1S	2	335x510x405	0,32
Пуфік приліжковий	Aksona LOZ/m	1	545x1755x525	0,92
Підставка під багаж	Brand	1	900x440x730	0,32
Шафа	Aksona SZF5D2S	1	1610x585 x 2085	0,94
Шафа під TV	Aksona RTV2S	1	335x1435x555	0,4
Всього				6.64
Житлова кімната 1				
Міні-бар	Vitek Coolfort CF-0118	1	334x515x280	0,17
Крісло	MARS	2	850x760x810	1,3
Стіл для гостей	MARS	1	800x500x850	0,4
Стільчик	MARS	4	530x630x1200	1,34
Диван	Brand	1	1800x900x850	1,62
Всього Житлова кімната 2				4,83
Санітарний вузол В				
Умивальник	MARS	1	550x280x750	0,1
Унітаз	PALOMBA	1	650x355x750	0,23
Душова кабіна	PALOMBA	1	900x900x2000	0,81
рушникосушительник	SIXO	1	500x200x1020	0,1
Всього санітарний вузол				1,24
Всього апартамент				11,47
Всього апартаменти (2)				23
Люкс				
Житлова кімната 1				
Ліжко двоспальне	Aksona LOZ/160	1	1600x2100x2130	3.36
Тумбочка біля спального місця	Aksona KOM1S	2	335x510x405	0,32
Пуфік приліжковий	Aksona LOZ/m	1	545x1755x525	0,92
Підставка під багаж	Brand	1	900x440x730	0,32
Шафа	Aksona SZF5D2S	1	1610x585 x 2085	0,94
Шафа під TV	Aksona RTV2S	1	335x1435x555	0,4
Всього				6.64

1	2	3	4	5
Житлова кімната 2				
Міні-бар	Vitek Coolfort CF-0118	1	334x515x280	0,17
Крісло	MARS	2	850x760x810	1,3
Стіл для гостей	MARS	1	800x500x850	0,4
Стільчик	MARS	4	530x630x1200	1,34
Диван	Brand	1	1800x900x850	1,62
Всього				4,83
Санітарний вузол В				
Умивальник	MARS	1	550x280x750	0,1
Унітаз	PALOMBA	1	650x355x750	0,23
Душова кабіна	PALOMBA	1	900x900x2000	0,81
рушникосушительник	SIXO	1	500x200x1020	0,1
Всього санітарний вузол				1,24
Всього Люкс				12,7

Всього Люксів (3)				38,1
Напівстудіо				
Житлова кімната 1				
Ліжко односпальне	Aksona LOZ/160	1	930x2000x800	1,86
Тумбочка біля спального місця	Aksona KOM1S	2	335x510x405	0,32
Підставка під багаж	Brand	1	900x440x730	0,32
Шафа	Aksona SZF5D2S	1	1610x585 x 2085	0,94
Шафа під TV	Aksona RTV2S	1	335x1435x555	0,4
Всього				3,84
Житлова кімната 2				
Міні-бар	Vitek Coolfort CF-0118	1	334x515x280	0,17
Крісло	MARS	2	850x760x810	1,3
Стіл для гостей	MARS	1	800x500x850	0,4
Стільчик	MARS	2	530x630x1200	0,66
Диван	Brand	1	1800x900x850	1,62
всього				4,15
Санітарний вузол Г				
Унітаз	CERSANIT President 010	2	356x350x525	0,12
умивальник	Cersanit MARKET M40	1	400x400x1300	0,16
ванна	DL	1	2000x800x900	1,6
Всього				1,88
Всього напівстудіо				7,99
Всього напівстудіо (2)				16
Номер для людей з обмеженими фізичними можливостями				

Житлова кімната				
Ліжко багатофункціональне	Invacare	1	1600x2100x2130	3.36
Тумбочка біля спального місця	Aksona KOM1S	2	335x510x405	0,32
Підставка під багаж	Brand	1	900x440x730	0,32
Шафа	Aksona SZF5D2S	1	1610x585 x 2085	0,94
Крісло багатофункціональне	MARS	2	850x760x810	1,3
Міні-бар	Vitek Coolfort CF-0118	1	334x515x280	0,17
Всього житлова кімната				6,41
Санітарний вузол Г				
Туалет спеціальний	«Шанс» Ст23	1	650x355x520	0,23
Біде з поручнями			410x510x200	0,21
Душова кабіна спеціальна	PALOMBA	1	900x900x2000	0,81
Умивальник спеціальний	MARS	1	550x280x530	0,1

Ванна	DL 2678	1	2000x800x900	1,6
Всього санітарний вузол				2,9
Номер для людей з обмеженими фізичними можливостями всього				7,83
Номери для людей з обмеженими фізичними можливостями всього (2)				15,66

В нашому готелі, оскільки він належить до нижчої категорії, буде створено кафе для харчування відвідувачів. Стосовно умов харчування, то в готелі буде розроблено дворівневий тариф, тобто за побажанням клієнта він може сплачувати тільки за проживання, або за проживання зі сніданком. Обід та вечеря пропонуються за окрему плату, такий вибір обумовлений тим, що наш готель є туристичним, і після сніданку туристи можуть уходити на прогулянку на весь день і повертатись в номер тільки пізно ввечері. Замість цього кафе буде працювати цілодобово, щоб туристи у будь-яку годину могли отримати послугу харчування.

У нашому готелі буде запропоновано такий тип харчування, як повний пансіон.

В усіх готелях особлива увага приділяється сервісу сніданків. Зі сніданку починається день гостей, і від його організації багато в чому залежить, чи буде початок дня для гостей гарним чи поганим. На відміну від обіду і вечері, на сніданок приходять практично всі гості, що проживають у готелі.

В нашому закладі буде запропоновано розширений сніданок. Цей вид сніданку одержав поширення в Європі із середини 60-х років. На додаток до континентального сніданку гостям пропонуються: соки (апельсиновий, грейпфрутовий, томатний), страви з нарізаною шинкою, сиром і ковбасою, страви з яєць, йогурти, сир, сухі хлоп'я та інші страви.

Таблиця 3.7. Концептуальне меню

№ рецептури	Назва страви	Кількість порцій, шт.
1	2	3
Фірмові страви		
згідно ТТК	Салат з лосося «Рибка»	30
згідно ТТК	Яловичина під соусом	20
згідно ТТК	Лазанья	20
згідно ТТК	Рис з морепродуктами	20
Холодні страви і закуски		
44	Асорті рибне	24

Продовження таблиці 3.7		
1	2	3
згідно ТТК	Закуска «Морська»	40
517	Тунець з овочами	45
згідно ТТК	Лосось в огірках	26
згідно ТТК	Овочі мариновані	10
808	Асорті овочеве	10
101	Салат «Столичний»	30
згідно ТТК	Салат «Віта»	30
згідно ТТК	Салат «Ягідка»	30
згідно ТТК	Салат «Селянський»	31
згідно ТТК	Закуска «Чернівецька»	137
633	Паштет печінковий	55
42	Асорті сирне (чедер, російський)	47
Перші страви		
280	Бульйон курячий	60
217	Суп овочевий	48
Гарячі страви і закуски		
507	Закуска з червоного тунця	45
згідно ТТК	Філе сібаса з цитрусовим фрешем	11
згідно ТТК	Дорада Королівська	22
506	Лосось запечений під сиром	35
згідно ТТК	Креветка Королівська	29
згідно ТТК	Закуска картопляна з лососем	55
585	Біфстейк з молочної телятини	123
588	Філе свинини	90
579	Стейк італійський	130
636	Картопля з рагу м'ясним	70
згідно ТТК	Рис з цукіні та паприкою	20
749	Рис з овочами	17
згідно ТТК	Рис з білими грибами	20
згідно ТТК	Печеня з білими грибами	39
444	Макарони під соусом	5
446	Макарони з сиром та болгарським перцем	5
445	Макарони з томатом і базиліком	8
згідно ТТК	Макарони з морепродуктами	5
Напої		
1071	Пельмені з м'ясом	10
1073	Вареники з сиром	5
Солодкі страви		
1083/1070	Млинці під фруктовим соусом	170
968	Мусс малиновий	25
913	Фруктовий салат	63
1010	Чай чорний «Грінфілд» з лимоном	40
1011	Чай чорний «Грінфілд» з молоком чи вершками	25
1014	Кава чорна розчинна	40
1016	Кава з молоком чи вершками	60
згідно ТТК	Сік «Садочок» апельсиновий	65
згідно ТТК	Сік «Садочок» яблучний	65
згідно ТТК	Сік «Садочок» томатний	65
згідно ТТК	Сік «Садочок» виноградно-яблучний	65
згідно ТТК	Сік «Садочок» мультивітамін	65
згідно ТТК	Мінеральна вода «Евіан»	52

Продовження таблиці 3.7			
1	2	3	
згідно ТТК	Мінеральна вода «Поляна Квасова»	52	
згідно ТТК	Вода солодка «Оранж»	106	
згідно ТТК	Вода солодка «Лимон»	106	
згідно ТТК	Вода солодка «Фанта»	106	
згідно ТТК	Вода солодка «Спрайт»	106	
Кондитерські та хлібобулочні вироби			
згідно ТТК	Тістечко медове	30	
згідно ТТК	Тістечко Тірамісу	10	
згідно ТТК	Тістечко Наполеон	30	140
згідно ТТК	Тістечко заварне	30	110
згідно ТТК	Кекс ванільний	10	60
згідно ТТК	Тістечко з шоколадом	10	255
згідно ТТК	Кап-кейк шоколадний	10	40
згідно ТТК	Хліб пшеничний	87	150
згідно ТТК	Хліб український	130	150

Таблиця 3.8. Розрахункове меню (напої)

Безалкогольні напої		
1	2	3
Фруктові води		
«Оранж»	20	0.33
«Лимон»	25	0.33
«Фанта»	27	0.33
«Спрайт»	25	0.33
Мінеральні води		
Мінеральна вода ««Евіан»	40	0.5
Мінеральна вода «Поляна Квасова»	30	0.5
Соки «Садочок» в асортименті		
апельсиновий	30	0,2
яблучний	20	0,2
томатний	15	0,2
виноградно-яблучний	25	0,2
мультивітамін	20	0,2
Молоко та кисломолочні напої		
Молоко коров'яче 2,5%	30	0.2
Кефір нежирний 1%	20	0.2
Ряжанка	20	0.2
Коктейль молочний	31	0.2
Йогурт питний в асортименті	50	0.2
Гарячі напої		
Чай		
Чай чорний «Грінфілд» з лимоном	70	0.2
Чай чорний «Грінфілд» з вершками	50	0.2
Кава		
Кава чорна розчинна	60	0.03
Кава чорна з молоком	70	0.05

Після складання меню сформуємо карту напоїв, наведену в табл. 3.9.

Таблиця 3.9. Карта напоїв

Назва напою	Кількість пляшок або порцій, шт.
1	2
Алкогольні напої	
Вино-горілчані вироби	
<i>Горілка</i>	
Горілка «Фінляндія»	5
Горілка «Цельсій»	5
Горілка «Козацька рада»	5
Горілка «Неміров»	5
<i>Виноградні вина</i>	
Вино біле «Токай»	5
Вино біле «Шаблі»	4
Вино біле «Бордо»	4
Вино червоне «Шато-де-Флер»	5
Вино червоне «Кьянті»	5
Вино червоне «Бардоліно»	4
<i>Шампанське</i>	
Шампанське напівсолодке «Артемівське»	5
Шампанське напівсухе «Ореанда»	6
<i>Коньяк</i>	
Коньяк «Закарпатський»	2
Коньяк «Шабський»	2
Коньяк «Георгіївський»	2
Безалкогольні напої	
<i>Фруктові води</i>	
«Оранж»	20
«Лимон»	25
«Фанта»	27
«Спрайт»	25
<i>Мінеральні води</i>	
Мінеральна вода ««Евіан»»	40
Мінеральна вола «Поляна Квасова»	30
<i>Соки «Садочок» в асортименті</i>	
апельсиновий	30
яблучний	20
томатний	15
виноградно-яблучний	25
мультивітамін	20
<i>Молоко та кисломолочні напої</i>	
Молоко коров'яче 2,5%	30
Кефір нежирний 1%	20
Ряжанка	20
Коктейль молочний	31
Йогурт питний в асортименті	50
<i>Чай</i>	
Чай чорний «Грінфілд» з лимоном	70
Чай чорний «Грінфілд» з вершками	50

Продовження табл. 3.9	
1	2
Кава	130
Кава чорна розчинна	60
Кава чорна з молоком	70
Пиво	48
«Гіннес»	10
«Будвайзер»	12
«Крушовіце»	13
«Міллер»	13

Тепер наведемо орієнтовну динаміку завантаженості торгової зали.

Динаміка завантаженості торгівельної зали за день обґрунтовується у табл. 3.10.

Таблиця 3.10. Прогнозована динаміка завантаженості кафе на 96 місць

Години роботи	Оборотність місця за 1 годину, раз	Коефіцієнт заповнення залу	Кількість споживачів, осіб
9 ⁰⁰ – 10 ⁰⁰	1,5	0,3	43
10 ⁰⁰ – 11 ⁰⁰	1,5	0,3	43
11 ⁰⁰ – 12 ⁰⁰	1,5	0,4	57
12 ⁰⁰ – 13 ⁰⁰	1,5	0,9	128
13 ⁰⁰ – 14 ⁰⁰	1,5	1	143
14 ⁰⁰ – 15 ⁰⁰	1,5	0,9	128
15 ⁰⁰ – 16 ⁰⁰	1,5	0,5	71
16 ⁰⁰ – 17 ⁰⁰	1,5	0,4	57
17 ⁰⁰ – 18 ⁰⁰	0,5	0,3	14
18 ⁰⁰ – 19 ⁰⁰	0,5	0,6	29
19 ⁰⁰ – 20 ⁰⁰	0,5	0,9	43
20 ⁰⁰ – 21 ⁰⁰	0,5	0,9	43
21 ⁰⁰ – 22 ⁰⁰	0,5	0,8	38
22 ⁰⁰ – 23 ⁰⁰	0,5	0,6	29
Разом			865
Денна оборотність місць			9

Отже, прогнозована кількість щоденних відвідувачів складе 865 осіб, і з цієї кількості ми будемо планувати виробничу програму.

Кількість відвідувачів за годину роботи залу визначаємо за формулою:

$$N_m = P * \eta * K_3, \text{ осіб} \quad (3.2)$$

де N_m – кількість споживачів за години роботи, чол.;

P – кількість місць в залі;

η – оборотність місця, разів;

K_3 – коефіцієнт завантаження залу за години роботи.

Оборотність місця за день визначається за формулою:

$$\eta = N/P, \text{ раз} \quad (3.3)$$

де N – кількість споживачів за день, чол.;

P – кількість місць в залі;

$$\eta = 865/96 = 9 \text{ разів}$$

Прогноз денного обсягу реалізації продукції за меню вільного вибору розраховують на підставі визначення споживаної кількості страв за одне відвідування закладу та прогнозованої кількості споживачів за зміну роботи залу:

$$n = N \times m, \quad (3.4)$$

Де: n – денний обсяг реалізації продукції, порцій/виробів;

N – прогнозована кількість споживачів за зміну роботи торгівельної зали, чол.;

m – коефіцієнт споживання страв, порцій/чол.

Результати розрахунку прогнозованої кількості страв наводимо у табл. 3.11.

Таблиця 3.11. Асортиментний склад продукції кафе, реалізованої за день

Група страв	Коефіцієнт споживання	Кількість страв, шт.
Холодні страви та закуски:	0,35	757
гастрономічні продукти	0,6	454
салати	0,2	151
молоко та кисломолочні продукти	0,2	151
Супи	0,05	108
Другі гарячі страви:	0,4	865
м'ясні та рибні	0,5	1081
овочеві, круп'яні та борошняні	0,2	432
яечні та сирні	0,3	649
Солодкі страви та гарячі напої	0,2	432
Всього		2162

Кількість напоїв, кондитерських виробів, хліба, фруктів та іншої закупівельної продукції для закладів ресторанного господарства визначаємо на підставі норм споживання на одну особу та зводимо до табл. 3.12.

$$A_{\text{ком}} = m_1N_1 + m_2N_2 + m_3N_3 + m_4N_4, \quad (3.5)$$

$A_{\text{ком}}$ – загальна кількість страв, які реалізують у складі скомплектованих

раціонів за один день; N_1, N_2, N_3, N_4 – кількість споживачів за відповідних режимів харчування (сніданок, обід, вечеря, полуденок); m_1, m_2, m_3, m_4 – коефіцієнти споживання страв.

Таблиця 3.12. Розрахунок закупівельної продукції для кафе на 96 місць

Назва продукту	Одиниця виміру	Норма на 1 відвідувача	Загальна кількість
Гарячі напої:			
	л		
чай		0,014	12
кава		0,098	85
какао		0,028	24
Холодні напої:			
	л		
фруктова вода		0,02	17
мінеральна вода		0,01	9
натуральний сік		0,02	17
Хліб та хлібобулочні вироби:			
	кг		
житній		0,02	17
пшеничний		0,02	17
Борошняні кондитерські вироби	шт.	0,5	433
Вино-горілчані вироби	л	0,1	87
Пиво	л	0,025	22

На основі табл. 3.12 складається виробнича програма закладу ресторанного господарства (табл. 3.13).

Таблиця 3.13. Денна виробнича програма кафе на 96 місць

№ рецептури	Назва страви	Кількість порцій, шт.	Вихід, г
1	2	3	4
Фірмові страви			
згідно ТТК	Салат з лосося «Рибка» (лосось, свіжий огірок, яйця варені, зелена цибуля, горошок зелений)	30	180
згідно ТТК	Яловичина під соусом (яловичина, рукола, соус томатний)	20	295
згідно ТТК	Лазанья (листи лазаньї, твердий сир, фарш м'ясний, зелень, томатний соус)	20	340
згідно ТТК	Рис з морепродуктами (рис, креветки, мідії, кальмари)	20	340
Холодні страви і закуски			
44	Асорті рибне (масляна, горбуша)	24	100/100
згідно ТТК	Закуска «Морська» (креветки, мідій, кальмар)	40	170
517	Тунець з овочами (тунець, помідори, баклажани)	45	150
згідно ТТК	Лосось в огірках (лосось, огірки)	26	120
згідно ТТК	Овочі мариновані (початки кукурудзяні, шампіньйони)	10	75/75

Продовження табл. 3.13			
1	2	3	4
808	Асорті овочеве (помідори, огірок, болгарський перець)	10	50/50/50
101	Салат «Столичний» (курка, картопля, огірок, салат, краб, яйце)	30	270
згідно ТТК	Салат «Віта» (філе вареної риби, яблуко, огірки консервовані, помідори, майонез, гірчиця)	30	200
згідно ТТК	Салат «Ягідка» (куряче філе, ананас, огірок, майонез)	30	150
згідно ТТК	Салат «Селянський» (помідори, огірки, солодкий перець, маслини, каперси, сир фета, оливкова олія)	31	180
згідно ТТК	Закуска «Чернівецька» (шинка, буженина)	137	100/70
633	Паштет печінковий	55	200
42	Асорті сирне (cheder, фета)	47	60/60
Перші страви			
280	Бульйон курячий	60	100
217	Суп овочевий	48	310
Гарячі страви і закуски			
507	Закуска з червоного тунця	45	150
згідно ТТК	Філе сібаса з цитрусовим фрешем (філе сібаса, цитрусовий фреш)	11	190
згідно ТТК	Дорада Королівська (барракуда, риба-король)	22	100
506	Лосось запечений під сиром	35	200
згідно ТТК	Креветка Королівська (креветка Королівська)	29	100
згідно ТТК	Закуска картопляна з лососем (цибуля-порей, філе лосося, картопля, ріпчаста цибуля, морква, сир пармезан, часник)	55	300
585	Біфстейк з молочної телятини	123	340
588	Філе свинини	90	430
579	Стейк італійський	130	220
636	Картопля з рагу м'ясним	70	350
згідно ТТК	Рис з цукіні та паприкою (рис, цукіні, паприка)	20	270
749	Рис з овочами	17	300
згідно ТТК	Рис з білими грибами (рис, білі гриби, цибуля)	20	250
згідно ТТК	Печеня з білими грибами (гриби, цибуля, сир, вершки)	39	300
444	Макарони під соусом	5	200
446	Макарони з сиром та болгарським перцем	5	220
445	Макарони з томатом і базиліком	8	340
згідно ТТК	Макарони з морепродуктами (макарони, креветки, кальмар, мідії)	5	350
1071	Пельмені з м'ясом	10	125
1073	Вареники з сиром	5	280
Солодкі страви			
1083/1070	Млинці під фруктовим соусом	170	100
968	Мусс малиновий	25	110
913	Фруктовий салат	63	150

Продовження таб. 3.13			
1	2	3	4
Напої			
1010	Чай чорний «Грінфілд» з лимоном	40	200
1011	Чай чорний «Грінфілд» з молоком чи вершками	25	200
1014	Кава чорна розчинна	40	100
1016	Кава з молоком чи вершками	60	200
згідно ТТК	Сік «Садочок» апельсиновий	65	200
згідно ТТК	Сік «Садочок» яблучний	65	200
згідно ТТК	Сік «Садочок» томатний	65	200
згідно ТТК	Сік «Садочок» виноградно-яблучний	65	200
згідно ТТК	Сік «Садочок» мультивітамін	65	200
згідно ТТК	Мінеральна вода «Евіан»	52	500
згідно ТТК	Мінеральна вода «Поляна Квасова»	52	500
згідно ТТК	Вода солодка «Оранж»	106	330
згідно ТТК	Вода солодка «Лимон»	106	330
згідно ТТК	Вода солодка «Фанта»	106	330
згідно ТТК	Вода солодка «Спрайт»	106	330
Кондитерські та хлібобулочні вироби			
згідно ТТК	Тістечко медове	30	250
згідно ТТК	Тістечко Тірамісу	10	200
згідно ТТК	Тістечко Наполеон	30	140
згідно ТТК	Тістечко заварне	30	110
згідно ТТК	Кекс ванільний	10	60
згідно ТТК	Тістечко з шоколадом	10	255
згідно ТТК	Кап-кейк шоколадний	10	40
згідно ТТК	Хліб пшеничний	87	150
згідно ТТК	Хліб український	130	150

Таблиця 3.14. Виробнича програма (напої)

Назва напою	Кількість пляшок або порцій, шт.	Ємність пляшки або величина порції, л
1	2	3
Алкогільні напої		
Вино-горілчані вироби		
<i>Горілка</i>		
20		
Горілка «Фінляндія»	5	0,5
Горілка «Цельсій»	5	0,5
Горілка «Козацька рада»	5	0,5
Горілка «Неміров»	5	0,5
<i>Виноградні вина</i>		
27		
Вино біле «Токай»	5	0.75
Вино біле «Шаблі»	4	0.75
Вино біле «Бордо»	4	0.75
Вино червоне «Шато-де-Флер»	5	0.75
Вино червоне «Кьянті»	5	0.75
Вино червоне «Бардоліно»	4	0.75
<i>Шампанське</i>		
11		

Продовження табл. 3.14		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Шампанське напівсолодке «Артемівське»	5	0.75
Шампанське напівсухе «Ореанда»	6	0.75
Коньяк	10	
Коньяк «Закарпатський»	2	0.5
Коньяк «Шабський»	2	0.5
Коньяк «Георгіївський»	2	0.5
Безалкогольні напої		
Фруктові води	97	
«Оранж»	20	0.33
«Лимон»	25	0.33
«Фанта»	27	0.33
«Спрайт»	25	0.33
Мінеральні води	70	
Мінеральна вода ««Евіан»	40	0.5
Мінеральна вола «Поляна Квасова»	30	0.5
Соки «Садочок» в асортименті	110	
апельсиновий	30	0,2
яблучний	20	0,2
томатний	15	0,2
виноградно-яблучний	25	0,2
мультивітамін	20	0,2
Молоко та кисломолочні напої	151	
Молоко коров'яче 2,5%	30	0.2
Кефір нежирний 1%	20	0.2
Ряжанка	20	0.2
Коктейль молочний	31	0.2
Йогурт питний в асортименті	50	0.2
Гарячі напої		
Чай	110	
Чай чорний «Грінфілд» з лимоном	70	0.2
Чай чорний «Грінфілд» з вершками	50	0.2
Кава	130	
Кава чорна розчинна	60	0.03
Кава чорна з молоком	70	0.05
Пиво	48	
«Гіннес»	10	0.33
«Будвайзер»	12	0.33
«Крушовіце»	13	0.33
«Міллер»	13	0.33

Денна кількість сировини може визначатися декількома шляхами: за меню, фізіологічними нормами, та укрупненими показниками. Оскільки в нас вже спроектоване меню та розрахована виробнича програма, скористуємося ними для визначення денної кількості сировини.

На основі виробничої програми складемо таблицю добової потреби закладу в сировині, продуктах (напівфабрикатах, покупних товарах) за товарними групами (табл. 3.15).

$$Q = \sum (q \cdot n / 1000), \quad (3.6)$$

де q – норма витрат сировини на одну порцію (виріб), г;

n – кількість страв (виробів) даного виду, що реалізовані за день, шт.

Розрахунок виконується для кожного виду страв окремо за відповідними розкладками, поданими у збірниках рецептур (техніко-технологічних картах).

Таблиця 3.15. Добова потреба закладу в сировині, продуктах, закупівельних товарах за товарними групами

Товарна група	Найменування сировини, продукту, напівфабрикату	Гатунок, термічний стан	Кількість, кг
1	2	3	4
М'ясо, птиця, субпродукти	Свинина	Охолоджений	53,6
	Фарш свинячий	Охолоджений	2,1
	Телятина	Охолоджений	39,2
	Вирізка яловичини	Охолоджений	4,0
	М'ясо курятини	Охолоджений	5,8
	Печінка гусяча	Охолоджений	7,7
	Яйця	Охолоджений	220 шт.
Риба та морепродукти	Лосось	Охолоджений	23,1
	М'ясо краба	Охолоджений	2,0
	Тунець	Охолоджений	3,6
	Сібас	Охолоджений	1,2
	Бараккуда	Охолоджений	1,3
	Креветки звичайні	Охолоджений	3,5
	Креветки королівські	Охолоджений	2,6
	Мідії свіжоморожені	Охолоджений	4,6
	Кальмари свіжоморожені	Охолоджений	3,5
М'ясна та рибна гастрономія	Шинка	Копчена	17,7
	Буженина	Варено-копчена	12,4
	Масляна солена	Солоний	4,4
	Горбуша солена	Солоний	4,4
	Тунець солений	Солоний	6,0
Молоко, молочні та жирові продукти	Молоко	Охолоджений	0,9
	Вершки	Охолоджений	5,7
	Масло вершкове	Охолоджений	3,1
	Майонез	Охолоджений	4,2
	Сир Фета	Охолоджений	1,2
	Сир чедер	Охолоджений	8,5
	Сир твердий	Охолоджений	10,8

Продовження табл. 3.15

1	2	3	4
Овочі та зелень	Огірок свіжий	Свіжий	9,7
	Зелена цибуля	Свіжий	9,3
	Помідор свіжий	Свіжий	19,9
	Баклажан	Свіжий	4,0
	Шампінйони	Свіжий	4,6
	Болгарський перець	Свіжий	18,6
	Картопля	Свіжий	43,4
	Морква	Свіжий	2,4
	Часник	Свіжий	1,9
	Цибуля	Свіжий	7,8
	Цукіні	Свіжий	1,2
	Білі гриби	Свіжий	5,3
	Рукола	Свіжий	1,8
	Кріп	Свіжий	10,6
	Петрушка	Свіжий	9,9
	Листя салату	Свіжий	1,5
Фрукти та ягоди	Яблуко	Свіжий	4,7
	Апельсини	Свіжий	5,2
	Банани	Свіжий	1,9
	Ківі	Свіжий	1,3
	Груша	Свіжий	1,9
	Лимон	Свіжий	1,1
	Суниця	Свіжий	3,4
	Малина	Свіжий	2,0
Бакалійні товари	Горошок консервований	Консервований	0,9
	Кукурудзяні початки	Консервований	0,8
	Огірок консервований	Маринований	2,8
	Гірчиця	Консервований	1,3
	Маслини	Консервований	0,7
	Каперси	Консервований	0,5
	Ананас консервований	Консервований	1,6
	Томатний соус	Консервований	0,3
	Олія соняшникова	Консервований	11,3
	Олія оливкова	Консервований	3,5
Сипучі продукти	Борошно	Сухий	15,3
	Рис	Сухий	11,8
	Горох сухий	Сухий	9,5
	Паприка	Сухий	0,8
	Макарони	Сухий	11,1
Кондитерські та хлібобулочні вироби	Тістечко медове	-	10,0
	Тістечко «Тірамісу»	-	3,8
	Тістечко «Наполеон»	-	5,6
	Тістечко заварне	-	3,3
	Кекс ванільний	-	1,2
	Тістечко з шоколадом	-	2,6
	Кап-кейк шоколадний	-	0,6

	Хліб український	-	23,6
	Хліб пшеничний	-	26,6
Напої алкогольні	Горілка Фінляндія	-	7,5
	Горілка Цельсій	-	7,5
	Горілка Козацька рада	-	7,5
	Горілка Неміров	-	7,5
	Біле вино Токай	-	3,5
	Біле вино Шаблі	-	3,0
	Біле вино Бордо	-	3,0
	Червоне вино Шато-де-Флер	-	3,8
	Червоне вино Кьянті	-	3,8
	Червоне вино Бардоліно	-	3,0
	Шампанське напівсолодке	-	11,2
	Шампанське напівсухе	-	12,0
	Коньяк Закарпатський	-	5,0
	Коньяк Шабський	-	2,5
	Коньяк Георгіївський	-	2,5
	Коньяк Курвуазьє	-	2,5
	Коньяк Хенесі	-	2,5
	Лікер Шартрез	-	2,5
	Лікер Бейліс	-	3,0
	Лікер Шеріданс	-	2,0
	Бренді Джек Деніелс	-	3,0
	Бренді Метакса	-	2,0
	Напої безалкогольні та слабоалкогольні	Чай чорний «Грінфілд»	-
Кава чорна		-	1,3
Сік «Садочок» апельсиновий		-	6,0
Сік «Садочок» яблучний		-	6,0
Сік «Садочок»виноградно-яблучний		-	6,0
Сік «Садочок» томатний		-	6,0
Сік «Садочок» мультивітамін		-	6,0
Мінеральна вода «Евіан»		-	20,0
Мінеральна вода «Поляна квасова»		-	15,0
Солодка вода «Оранж»		-	6,6
Солодка вода «Лимон»		-	8,3
Солодка вода «Фанта»		-	8,9
Солодка вода «Спрайт»	-	8,3	

1	2	3	4
	Пиво Гіннес	-	3,3
	Пиво Будвайзер	-	34,0
	Пиво Крушовіце	-	4,3
	Пиво Міллер	-	4,3

Вибір цехів для проєктування визначається на основі схеми виробничо-торгівельної структури та з урахуванням виробничої програми закладу, що

проектується.

Технологічний процес механічного кулінарного оброблення сировини можна представити у вигляді схеми (табл. 3.16).

Таблиця 3.16. Структурно-технологічна схема заготівельного цеху

Технологічні лінії	Технологічний процес	Обладнання
Обробка коренеплодів та картоплі	Приймання сировини	Ваги товарні, стіл
	Зберігання сировини	Стелаж, підтоварник
	Миття	Ванна мийна
	Очищення	Картоплечистка
	Промивання	Ванна мийна
	Нарізання	Овочерізка
Обробка листяних овочів та фруктів	Приймання сировини	Ваги товарні, стіл
	Зберігання сировини	Стелаж, підтоварник
	Сортування	Стіл
	Миття	Ванна мийна
	Нарізання	Овочерізка
Обробка напівфабрикатів м'яса, субпродуктів, птиці, кроликів	Приймання сировини	Ваги товарні
	Зберігання сировини	Стіл
	Обмивання	Ванна
	Обсушування	Стелаж
	Зачищення	Стіл
	Нарізання	Стіл
	Порціонування	Бачок для відходів
	Приготування фаршу	Стіл
Обробка напівфабрикатів риби, морепродуктів	Приймання сировини	Ваги товарні, стіл
	Зберігання сировини	Стелаж
	Розморожування	Стіл
	Обмивання	Ванна мийна
	Обсушування	Стіл
	Порціонування	Стіл
	Формування	Стіл

Вибираємо обладнання овочевої лінії:

- Підготовчі операції – стелажі 2 шт.
- Лінія обробки коренеплодів: мийна ванна, стіл доочистки, овочерізка.
- Лінія обробки капустяних овочів, салатів і зелени: столи виробничі, мийна ванна, дошки, овочерізка.
- Обробка інших овочів та фруктів: мийна ванна, столи виробничі, овочерізка.

Вибираємо обладнання м'ясо-рибної лінії:

– Лінія обробки напівфабрикатів яловичини та свинини: мийна ванна, виробничі столи, м'ясорубка.

– Лінія обробки напівфабрикатів риби: мийна ванна, виробничі столи, м'ясорубка.

– Лінія обробки інших морепродуктів: мийна ванна, виробничі столи.

Структурно-технологічну схему овочевої лінії наведено на рис. 3.1.

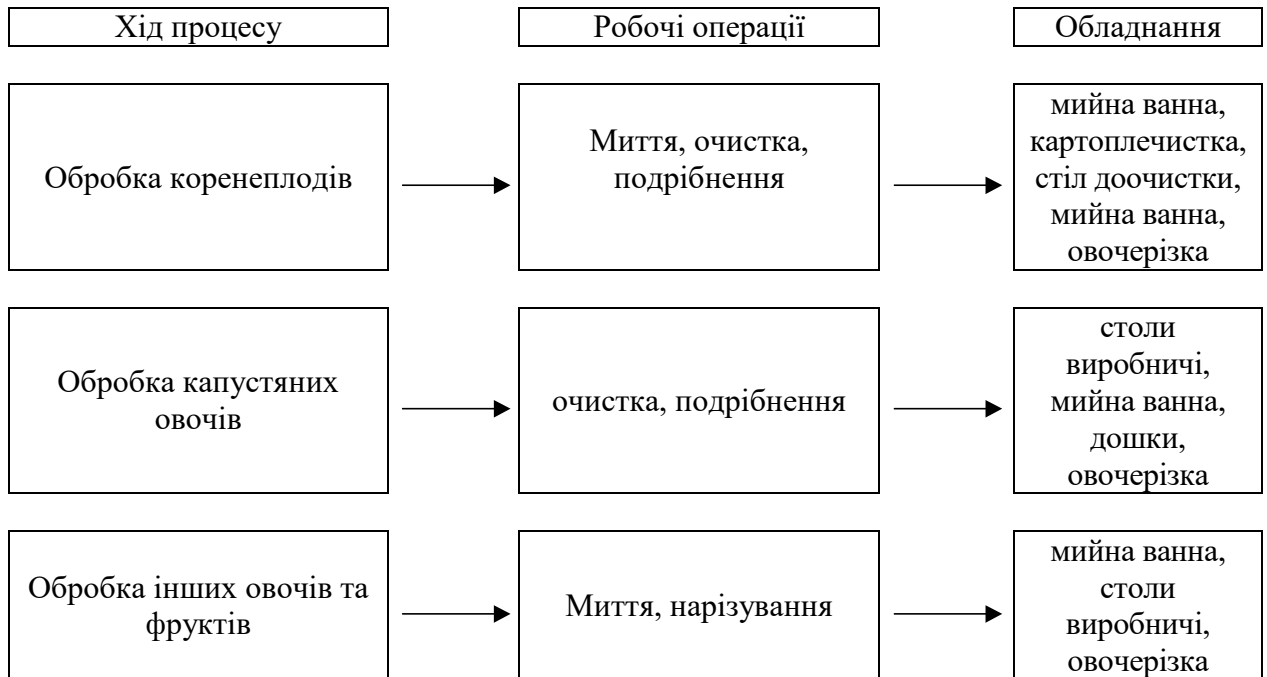


Рис. 3.1. Структурно-технологічна схема виробничого процесу овочевої лінії

Таким же чином будеться робота м'ясо-рибної лінії.

Обладнання цеху зведемо до табл. 3.17 та наведемо його розміри для розрахунків площі цеху.

Таблиця 3.17. Обладнання заготівельного цеху

Найменування обладнання	Тип, марка	Кількість, шт.	Габаритні розміри, мм	Площа обладнання, м ²
Визначення корисної площі м'ясо-рибного цеху				
Холодильна шафа	AISI-304	2	980 x 735 x 2000	1,43
Виробничий стіл	VTHE-15T2	2	1250 x 600 x 850	1,5
Стіл виробничий з м'ясорубкою	Техас PTE-10	1	1250 x 600 x 850	0,75
Ванна мийна двосекційна	ЗВПОК 1008	1	1200x500x850	0,6
Стелаж кухонний	FR 8LT	1	1000 x 650x850	0,65

Продовження табл. 3.17				
Обпалочна шафа	EK 63398 AW	1	940x820x3000	0,77
Кара для транспортування сировини	KF 981	1	730x450x320	0,77
Рукомийник	Атеси ВР-600	1	500x400x800	0,4
бачок для відходів	UNIB-223	3	300x300x600	0,36
Всього <i>Скор.</i>			5200x5200	7,23
Площа цеху, м ²				27,1
Визначення корисної площі овочевого цеху				
Підтоварник	НСОП403-6/6-150	1	600x600x150	0,3600
Ванна мийна двосекційна	ЗВПОК 1008	1	1200x500x850	0,6
Виробничий стіл	ВТНЕ-15Т2	2	1250 x 600 x 850	1,5
Бачок для відходів	UNIB-223	2	300x300x600	0,09
Стіл виробничий охолоджувальний	INOXNET 0002	1	900 x 600 x 850	0,54
Стелаж кухонний	FR 8LT	1	1000 x 650x850	0,65
Рукомийник	Атеси ВР-600	2	500x400x800	0,4
Всього <i>Скор.</i>				6,2064
Площа цеху, м ²				20,5

Підбір устаткування проводимо згідно виробничої програми та схеми виробничого процесу в заготівельних цехах.

Забезпечення обладнанням процесу механічного кулінарного оброблення сировини надається у вигляді табл. 3.18.

Таблиця 3.18. Перелік обладнання і розрахунок корисної площі заготівельних цехів

Найменування обладнання	Тип, марка	Кількість, шт.	Габаритні розміри, мм	Площа обладнання, м ²
Визначення корисної площі м'ясо-рибного цеху				
Холодильна шафа	AISI-304	2	980 x 735 x 2000	1,43
Виробничий стіл	ВТНЕ-15Т2	2	1250 x 600 x 850	1,5
Стіл виробничий з м'ясорубкою	Техас РТЕ-10	1	1250 x 600 x 850	0,75
Ванна мийна двосекційна	ЗВПОК 1008	1	1200x500x850	0,6
Стелаж кухонний	FR 8LT	1	1000 x 650x850	0,65
Обпалочна шафа	EK 63398 AW	1	940x820x3000	0,77
Кара для транспортування сировини	KF 981	1	730x450x320	0,77
Рукомийник	Атеси ВР-600	1	500x400x800	0,4

Продовження табл 3.18				
1	2	3	4	5
бачок для відходів	UNIB-223	3	300x300x600	0,36
Всього <i>Скор.</i>			5200x5200	7,23
Площа цеху, м ²				27,1
Визначення корисної площі овочевого цеху				
Підтоварник	НСОП403-6/6-150	1	600x600x150	0,3600
Ванна мийна двосекційна	ЗВПОК 1008	1	1200x500x850	0,6
Виробничий стіл	ВТНЕ-15Т2	2	1250 x 600 x 850	1,5
Бачок для відходів	UNIB-223	2	300x300x600	0,09
Стіл виробничий охолоджувальний	INOXNET 0002	1	900 x 600 x 850	0,54
Стелаж кухонний	FR 8LT	1	1000 x 650x850	0,65
Рукомийник	Атеси ВР-600	2	500x400x800	0,4
Всього <i>Скор.</i>				6,2064
Площа цеху, м ²				20,5

Отже, за розрахунками отримали загальну площу овочевого цеху 20,5 м². Загальна площа м'ясо-рибного цеху становить 27 м²

Для визначення чисельності робітників будь-якого цеху слід розрахувати кількість людино-годин, що необхідна для виконання його виробничої програми. При цьому враховують або коефіцієнт трудомісткості для кожної окремої страви (холодний, гарячий, борошняний цехи), або норми виробітку для виготовлення м'ясних, рибних, овочевих напівфабрикатів та кулінарних виробів (м'ясо-рибний, овочевий цехи).

Кількість людино-годин, H , *людино-годин*, для холодного та гарячого цехів обчислюється за формулою:

$$H = n \cdot K_{тр} , \quad (3.6)$$

де n – кількість порцій страви даного виду, що реалізовані за день, шт.;

$K_{тр}$ – коефіцієнт трудомісткості даної страви.

Одержані результати розрахунків зведемо до табл. 3.19 та табл. 3.20.

Розрахунок явочної кількості працівників, необхідних для виконання виробничої програми холодного та гарячого цехів, $N_{яв}$, осіб, здійснюють за формулою:

$$, \quad (3.8)$$

Таблиця 3.19. Розрахунок кількості людино-годин на виробництво продукції в холодному цеху

Назва страви	Кількість порцій, шт.	Коефіцієнт трудомісткості	Кількість людино-годин
Салат з лосося (лосось, свіжий огірок, яйця варені, зелена цибуля, горошок зелений)	30	1,2	36
Асорті рибне (масляна, горбуша)	34	0,4	13,6
Закуска «Морська» (креветки, мідій, кальмар)	40	0,6	24
Тунець з овочами (тунець, помідори, баклажани)	65	0,6	39
Лосось в огірках (лосось, огірки)	26	0,6	15,6
Овочі мариновані (початки кукурудзяні, шампінйони)	10	0,4	4
Асорті овочеve (помідори, огірок, болгарський перець)	30	0,6	18
Салат «Столичний» (курка, картопля, огірок, салат, краб, яйце)	30	1,2	36
Салат «Віта» (філе вареної риби, яблуко, огірки консервовані, помідори, майонез, гірчиця)	30	1,2	36
Салат «Ягідка» (куряче філе, ананас, огірок, майонез)	30	1,2	48
Салат «Селянський» (помідори, огірки, солодкий перець, маслини, каперси, сир фета, оливкова олія)	31	0,9	27,9
Закуска «Чернівецька» (шинка, буженина)	157	0,4	62,8
Паштет печінковий	55	1,3	71,5
Асорті сирне (чедер, російський)	62	0,4	24,8
Разом			457,2

Таблиця 3.20. Розрахунок кількості людино-годин на виробництво продукції в гарячому цеху

Назва страви	Кількість порцій, шт.	Коефіцієнт трудомісткості	Кількість людино-годин
1	2	3	4
Бульйон курячий	60	0,8	48,0
Суп овочевий	48	0,9	43,2
Закуска з червоного тунця	45	0,6	27
Філе сібаса з цитрусовим фрешем (філе сібаса, цитрусовий фреш)	11	0,7	7,7
Дорада Королівська (барракуда, риба-король)	22	1,2	26,4
Лосось запечений під сиром	35	1,1	38,5
Креветка Королівська	29	0,9	26,1
Закуска картопляна з лососем (цибуля-порей, філе лосося, картопля-фрі, ріпчаста цибуля, морква, сир пармезан, часник)	55	0,8	44

Продовження табл. 3.20			
1	2	3	4
Бісстейк з молочної телятини	123	1,2	147,6
Філе свинини	90	1,1	99
Стейк італійський	130	1,2	156
Картопля з рагу м'ясним	70	1,1	77
Рис з цукіні та паприкою (рис, цукіні, паприка)	20	0,8	16
Рис з овочами	17	0,7	11,9
Рис з білими грибами (рис, білі гриби, цибуля)	20	0,8	16
Печеня з білими грибами (гриби, цибуля, сир, вершки)	39	0,8	31,2
Макарони під соусом	5	0,6	3
Макарони з сиром та болгарським перцем	5	0,6	3
Макарони з томатом і базиліком	8	0,6	4,8
Макарони з морепродуктами (макарони, креветки, кальмар, мідії)	5	0,6	3
Пельмені з м'ясом	10	0,8	8
Вареники з сиром	5	0,8	4
Разом			845,4

де H – кількість людино-годин відповідного цеху, людино-година;

100 – кількість людино-годин, що необхідна для приготування страви, коефіцієнт трудомісткості якої дорівнює 1, людино-година;

T – тривалість робочого дня цеху, год.;

λ – коефіцієнт, який враховує зростання продуктивності праці ($\lambda=1,14$) (застосовується тільки при механізації процесу).

Таким чином, на дану виробничу програму потрібно $457,2 * 100 / (3600 * 8) = 1,6$, тобто 2 працівники для холодного цеху. У цеху штат робітників складається з 6 чоловік. У холодному цеху працює 2 кухарі IV розряду і 2 кухарі III розряду, а також 2 мийника посуду.

Кухарі та мийники посуду працюють позмінно – на 1 зміну виходить 1 кухар IV розряду і 1 кухар III розряду, а також 1 мийник посуду.

Таким чином, на дану виробничу програму потрібно $845,4 * 100 / (3600 * 8) = 2,94$, тобто 3 працівники для гарячого цеху. У цеху штат робітників складається з 5 чоловік. У цеху працює 2 кухарі IV розряду і 1 кухар III розряду, а також 2 мийника посуду.

У виробничих цехах закладу ресторанного господарства встановлюють механічне, немеханічне, холодильне, теплове та допоміжне обладнання. Розрахунок та підбір устаткування для цехів, що визначені завданням, здійснюють виходячи із процесів та вимог до організації технологічних ліній визначеними у структурно-технологічних схемах роботи цехів.

Площа будь-якого з виробничих цехів визначається в залежності від переліку обладнання, яке було розраховане та підібране у попередньому підрозділі.

Корисна площа цеху, $S_{кор}$, m^2 , розраховується, як сума площ, яку займає встановлене в даному приміщенні устаткування:

$$S_{кор} = \sum p \cdot S, \quad (3.9)$$

де p – кількість одиниць обладнання даного виду (типу), шт.;

S – площа, яку займає одиниця обладнання цього виду, m^2 .

На основі корисної площі визначається орієнтовна загальна площа цеху, S_0 , m^2 :

$$S_0 = S_{кор} / k, \quad (3.10)$$

де k – коефіцієнт використання площі приміщення цеху (заготівельні та холодний цехи, мийна столового посуду – $k=0,35$; гарячий, кондитерський та кулінарний цехи – $k=0,3$; цех обробки зелені, доготівельний, хліборізка, мийна кухонного посуду та тари – $k=0,4$) У даному випадку приймаємо 0,4.

$$S_0=4,94 / 0,4=18 \text{ м}^2$$

Розрахунок площі цеху наводиться у вигляді табл. 3.21.

Таблиця 3.21. Визначення корисної площі холодного цеху

Необхідне устаткування				Площа обладнання, m^2
Найменування обладнання	Марка	Кількість одиниць, шт.	Габаритні розміри, мм	
Холодний цех				
Стіл виробничий з вагами	INOXNETTP 0001	2	1150 x 600 x 850	1,32
Стіл виробничий охолоджувальний	INOXNET 0002	1	900 x 600 x 850	0,54
Холодильна шафа	AISI-304	2	980 x 735 x 2000	0,72
Ванна мийна двосекційна	ЗВПОК 1008	1	1200x500x850	0,6

Продовження табл. 3.21				
1	2	3	4	5
Рукомийник	Атеси ВР-600	1	500x400x800	0,2
Стелаж кухонний	FR 8LT	1	1000 x 650 x 800	0,65
бачок для відходів	UNIB-223	2	300x300x600	0,18
Роздавальна стійка	incotex	1	1200x610x850	0,732
Разом				$S_{кор}=4,94$

Таблиця 3.22. Визначення корисної площі гарячого цеху

Найменування обладнання	Тип, марка	Кількість, шт.	Габаритні розміри, мм	Площа обладнання, м ²
Визначення корисної площі гарячого цеху				
Холодильна шафа	AISI-304	1	980 x 735 x 2000	0.7
Виробничий стіл	ВTHE-15T2	3	1250 x 600 x 850	2
Стіл виробничий з вагами	INOXNETTP 0001	1	1150 x 600 x 850	0,66
Ванна мийна двосекційна	ЗВПОК 1008	1	1200x500x850	0,6
Плита електрична з жарочною шафою	ODOE 8090	1	800x900x850	0,72
Фритюрниця	EF 40	2	400x600x340	0,48
Пароконвекційна піч	CombiMaster20	1	879x790x1700	0,68
Бачок для відходів	UNIB-223	3	300x300x600	0,27
Рукомийник	Атеси ВР-600	3	500x400x800	0,2
Полиця	Invent КО	1	1000x330x1500	0,33
<i>Скор.</i>				6.75
Площа цеху, м ²				35

На основі корисної площі визначається орієнтовна загальна площа цеху, S_o , м²:

$$S_o = S_{кор} / k , \quad (3.11)$$

де k – коефіцієнт використання площі приміщення цеху (заготівельні та холодний цехи, мийна столового посуду – 0,35; гарячий, кондитерський та кулінарний цехи – 0,3; цех обробки зелені, доготівельний, хліборізка, мийна кухонного посуду та тари – 0,4).

$$\text{Холодний цех: } S_o = 5,24 / 0,3 = 17 \text{ м}^2.$$

$$\text{Гарячий цех: } S_o = 10,52 / 0,3 = 35 \text{ м}^2.$$

Склад і площі приміщень проєктуємого готелю наведемо у табл. 3.23.

Таблиця 3.23. Склад і площі приміщень готелю

Назва приміщення	Площа, м ²
1	2
Група А. Житлові поверхи	
Група А/1. Житлові номери	
Президентський апартамент	77
Номер першої категорії одномісний	557
Номер першої категорії двомісний	2014
Апартамент	65
Люкс	108
Напівстудіо	45
Номери з обмеженими фізичними можливостями	45
Разом по групі А/1	2911
Група А/2. Приміщення поповерхового обслуговування	
Комора брудної білизни	6
Площадка для розбирання брудної білизни	4
Приміщення для зберігання візків покоївок	12
Комора прибирального інвентарю	4
Санвузол для персоналу	4
Сервізна з підйомником	8
Кімната чергового персоналу	12
Центр інформаційних систем	12
Разом по групі А/2 (сума площ на поверх)	68*5 = 272
Група Б. Приміщення громадського призначення	
Група Б/1. Приймально-вестибюльна	
Вестибюль	100
Бюро прийому і реєстрації	12
Бюро бронювання	10
Кімната чергового персоналу	8
Сейфова	8
Кімната адміністратора 12	12
Камера схову	12
Приміщення охорони	8
Медпункт	26
Санвузол для чоловіків	12
Санвузол для жінок	12
Комора прибирального інвентарю	8
Приміщення для багажних візків	8
Приміщення посильних	8
Разом Група Б/1. Приймально-вестибюльна	244
Група Б/2. Заклади ресторанного господарства	
Разом по групі Б/2	759
Група Б/3. Приміщення побутового обслуговування і торгівлі	
- магазин сувенірів	5
Разом по групі Б/3	5
Приміщення культурно-дозвільного призначення	
-бізнес-центр	60
Разом по групі Б/4	60

Продовження табл. 3.23	
1	2
Група Б/5. Приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення	
SPA-центр	75
Кімната інструктора	8
Роздягальня жіноча	15
Роздягальня чоловіча	15
Зберігання і ремонт приладів	5
Разом по групі Б/5	118
Група В	
Група В/1. Адміністративно-побутові приміщення	
- кабінет директора	18
- приймальня	6
- кабінет заступника директора	12
- кімната завгоспа	10
-архів	12
- бухгалтерія, у т.ч.:	24
робочі приміщення	18
каса	6
- санвузли з умивальниками у шлюзах	16
Разом по групі В/1	122
Група В/2. Господарсько-виробничі приміщення	
- центральний диспетчерський пост, у тому числі: приміщення чергової ремонтної зміни	8
- вузол зв'язку, у тому числі: радіовузол	14
ремонтна майстерня	36
центральна білизняна	30
служба прибирання території (двірницька), у тому числі:	10
майстерні	12
складські приміщення	8
Разом по групі В/2	118
Корисна площа приміщень <i>Skop</i>	4609

Для врахування площ коридорів визначається робоча площа підприємства, $S_{роб}$, мІ:

$$S_{роб} = S_{кор} * K_1, \quad (3.12)$$

де $S_{кор}$ – корисна площа закладу, мІ;

K_1 – коефіцієнт збільшення площі, $K_1=1,10 \div 1,25$ (для малих закладів (до 100 номерів, до 150 місць) та закладів категорії *****) $K_1 \rightarrow \max$, для великих закладів (понад 300 номерів, більше 400 місць) $K_1 \rightarrow \min$).

Для врахування площі яку займають конструктивні елементи будівлі

(стіни, сходи, вентиляційні шахти, ліфти, тощо) розраховується загальна площа закладу, $S_{заг}$, мІ:

$$S_{заг} = S_{роб} \times K_2, \quad (3.13)$$

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

K_2 – коефіцієнт збільшення площі $K_2=1,03 \div 1,15$ (для малих закладів (до 100 номерів, до 150 місць) та закладів категорії *****) $K_2 \rightarrow \min$, для великих закладів (понад 300 номерів, більше 400 місць) $K_2 \rightarrow \max$).

Геометричні розміри будівлі (при проектуванні прямокутних в плані споруд) визначаються за формулою:

$$a \times b = S_{нов}, \quad (3.14)$$

де a – довжина будівлі, м;

b – ширина будівлі, м.

При проектуванні будівель інших форм дотримуються правил розрахунку площ відповідних геометричних фігур.

Об'ємно-планувальне рішення пов'язано перш за все з архітектурою місця, яке планується для забудови. В випадку цього проекту це прямокутні будинки та заклади різного типу правильної геометричної форми. Тому вибір геометричної фігури прямокутник. Плануємо розміщення номерів з двох боків вздовж коридору, що є найбільш раціональним.

Поверховість готелю повинна вписуватись в архітектурний ансамбль міста, а отже не повинна перевищувати 6 поверхів. Ресторан було вирішено розмістити на першому поверсі для тієї цілі, щоб привести відвідувачів ззовні готелю. Орієнтована поверховість – це 6 поверхів і мінус перший поверх де знаходяться основні комунікації та білизняна. Середня площа поверху складає 1200 м² тому форма будівлі буде прямокутною і сторони будуть складати 24 х 51.2 м.

Отже, проєктований об'єкт будівництва – готель «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» на 60 номерів, який розміщено в окремо розташованій чотириповерховій будівлі. Ділянка під будівництво знаходиться в рекреаційній зоні Пуща-Водиця. Архітектурний стиль забудови

мікрорайону – класичний, район забудовано переважно 5-9-ти поверховими будівлями;

Рельєф ділянки забудови – спокійний, рівний; типи ґрунтів – намивні (підзолисті, суглинкові, тощо); глибина промерзання ґрунту – 0,9 м.

На території, яка вільна від забудови вжито такі заходи благоустрою:

- наявна зелена захисна смуга шириною 1,5 м;
- огороження території – декоративне та комбіноване з цегли, залізобетонних конструкцій, зелених насаджень кущів самшиту висотою 1 м;
- підходи, доріжки планується вимостити фігурною тротуарною плиткою; під'їзди, тротуари – асфальтом. Основний підхід до закладу спроектовано шириною 2 м, а пішохідні доріжки – шириною 0,75 м;
- проїзди шириною 6 м на територію організовано з двох сторін;
- територію та сам заклад планується освітлювати у вечірній та нічний час. Штучне освітлення території забезпечуватимуть наземні ліхтарі з декоративними плафонами;
- організована зелена зона для відпочинку відвідувачів. Озеленення вирішено шляхом влаштування газонів та клумб сезонних квітів;
- передбачається влаштування малих архітектурних форм на території прогулянкової зони (лави, бесідки, арки);
- передбачена автостоянка для машин відвідувачів на 24 місця.

Заклад, що проєктується є будівлею, яка відповідає наступним вимогам:

- за призначенням – громадська споруда;
- за містобудівними вимогами – міського значення;
- за довговічністю – 1 ступінь;
- за вогнестійкістю – 2 ступінь;
- за поверховістю – малоповерховий будинок;
- за конструктивною схемою – неповний каркас.

Характеристику основних конструктивних елементів будівлі наведено у табл. 3.24.

Таблиця 3.24. Характеристика конструктивних елементів будівлі готелю

№ з/п	Найменування конструктивного елементу	Характеристика конструктивного елементу
1	2	3
I. Підземна частина будівлі		
1.	Фундамент	<p>Стіни зовнішні – стрічковий збірний; Глибина закладання 1,5 м; Матеріал – залізобетон; Гідроізоляція – тришарова гідроізол на бітумній мастиці; Стіни внутрішні – стрічковий монолітний; Глибина закладання 1,8 м; Матеріал – залізобетон; Гідроізоляція – тришарова гідроізол на бітумній мастиці; Колони – стрічковий; Глибина закладання 1,5 м; Матеріал – залізобетон; Гідроізоляція – тришарова гідроізол на бітумній мастиці;</p>
II. Надземна частина будівлі		
2.	Стіни	<p>Стіни зовнішні – самонесучі; Матеріал – цегла керамічна 75М, будівельний розчин – цементний; Товщина 510 мм; Стіни внутрішні – ненесучі; Матеріал – цегла керамічна 75М, будівельний розчин – цементний; Товщина 120 мм.</p>
3.	Колони	<p>Матеріал – залізобетон; Розміри перерізу 300 мм×300мм; Крок сітки колон 6.м.</p>
4.	Ригелі (балки)	<p>Матеріал – залізобетон; Форма перерізу – тавровий;</p>
5.	Перекриття	<p>Тип – збірні; Матеріал – залізобетон; Висота 220 мм.</p>
6.	Покрівля	<p>Тип – безгорищна; Форма – плоска; Структура захисний прошарок гравію, втопленого в бітумну мастику, товщиною 20 мм; гідроізоляція 4-х руберойдний килим на бітумній мастиці товщиною 20 мм; утеплювач пінобетон 150 мм; пароізоляція 20 мм; настил : збірні залізобетонні плити 220 мм</p>
7.	Вікна	<p>Тип віконних блоків – подвійні; Матеріал віконного блоку – металопластик; Засклення – склопакет; Розміри 2400мм×1200.мм, кількість 21.шт; Відстань від полу до підвіконня 900 мм;</p>
8.	Двері	Призначення – внутрішні;

№ з/п	Найменування конструктивного елементу	Характеристика конструктивного елементу
1	2	3
		Тип дверного блоку – одностулкові; Тип дверних полотен – глухі; Матеріал дверного блоку – дерево; Розміри 800мм×2100 мм, кількість 5шт. Призначення – зовнішні; Тип дверного блоку – двостулкові; Тип дверних полотен – засклені; Матеріал дверного блоку – дерево; Розміри 1500мм×2300 мм, кількість 2 шт.

Зовнішні стіни закладу викладені з керамічної цегли товщиною 510 мм. На перекриттях та покрівлі як утеплювач використовується пінобетон. З метою утеплення вікон були використані подвійні металопластикові склопакети. Для утеплення дверних прорізів використовуються двостулкові дверні блоки з утеплювачами та звукоізоляцією.

Площа ділянки під будівництво:

$$S_d = n_z \times N \quad (3.15)$$

де S_d – площа ділянки під будівництво, м²;

n_z – норматив площі земельної ділянки, м²/місце;

N – кількість місць у закладі, місць.

$$S_d = 60 \times 40 = 2400 \text{ кв. м}$$

Визначаємо загальну площу будівлі, м²;

$$S_{\text{заг}} = S_{\text{кор}} \times K_z, \quad (3.16)$$

де $S_{\text{кор}}$ – корисна (технологічна площа) будівлі, м²;

K_z – коефіцієнт, який враховує проходи, підходи ($K_z = 1,15-1,25$ залежно від типу та потужності закладу).

$$S_{\text{заг}} = 2400 \times 1,25 = 3000 \text{ (м}^2\text{)}$$

Креслення будівлі, плану приміщень наведено в додатках до дипломної роботи.

Ідея екологічного лофту в готелі передбачає створення природного та стильного середовища, де враховані принципи екологічності та урбаністичної

естетики:

Природні матеріали:

Використання екологічно чистих матеріалів, таких як дерево, бамбук, вовна, лляна тканина тощо. Це надасть готелю природний та теплий вигляд.

Природне освітлення:

Максимальне використання природного світла шляхом великих вікон, шибок та скляних дверей. Це допоможе знизити використання штучного освітлення та створить атмосферу легкості.

Рецикльовані матеріали:

Використання матеріалів з вторинної переробки або відновлення. Це може включати в себе меблі, декор, підлогові покриття тощо.

Внутрішній зелений простір:

Створення внутрішніх зон з рослинами, можливо, вертикальними садами чи зеленими стінами. Це покращить якість повітря та створить затишну атмосферу.

Меблі з природних матеріалів:

Використання меблів, зроблених з дерева, бамбука, або відновлених антикваріатів. Важливо вибирати меблі, виготовлені без використання шкідливих хімікатів.

Енергоефективність:

Впровадження енергоефективних технологій, таких як LED-освітлення, терморегуляція та інші інноваційні рішення для зменшення впливу на довкілля.

Мистецькі елементи:

Використання мистецтва та рукоділля, які відображають природні мотиви та взаємодію з навколишнім середовищем.

Ці елементи в сукупності допоможуть створити екологічно чистий та стильний лофт-дизайн для готелю.

Отже, готельний комплекс реалізує концепцію екологічного лофту, визначаючи великий акцент на використанні природних та екологічно чистих

матеріалів, таких як дерево, глиняна черепиця, екологічні фарби та інші. Ідея полягає в створенні природного та стильного середовища, де кожен аспект дизайну відображає зобов'язання до екології та урбаністичної естетики.

Використання природних матеріалів, природного освітлення та рецикльованих компонентів спрямоване на забезпечення комфорту гостей та мінімізацію впливу на навколишнє середовище. Матраци з натуральних компонентів, система подвійного зливу та енергозберігаючі лампи LED додають готелю інноваційність та стимулюють відповідальне використання ресурсів.

Генеральний план благоустрою та озеленення території готелю «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» наведено на рис. 3.2.



-  Листяні дерева
-  Хвойні дерева
-  Лавки
-  Декоративне каміння
-  Стежки по периметру
- 
- 

Жива загорожа

Оформлення квітами

Газони

Рис. 3.2. Генеральний план благоустрою та озеленення території готелю

«GRAND ADMIRAL RESORT & SPA»

Також буде здійснено озеленіння і вестибюльної зали готелю за допомогою фіто стіни (рис. 3.3).

Суцільна вертикальна стіна із живих рослин повністю змінює уявлення про простір. Килим із суцільної зелені справляє приголомшливе враження і створює відчуття оазису у будь-якому приміщенні.



Рис. 3.3. Фітостінка

Стіни з рослин можуть бути різної форми та розміру. Вибір рослин залежить від розміру стіни та настрою, який Ви хочете створити в приміщенні. Можна створити вишукану, рівну стіну, що зберігає акуратний зовнішній вигляд протягом тривалого часу, а можна буйноростаючу і дику.

Стіна рослин дозволяє наповнити приміщення зеленню без втрати дорогоцінної площі.

Що стосується самої стіни, то вона тримається на металевій конструкції зі спеціальним напиленням (порошкове покриття), стіну будівлі захищає від

вологи водонепроникний шар, рослини ж посаджені в спеціальний матеріал (пінку), який замінює рослинам натуральний ґрунт і забезпечує їхній кореневій системі необхідні умови для розвитку. Зауважимо, що в процесі посадки рослин необхідності відмивати їх коріння від землі немає. Тому при посадці рослини просто дістають із тридюймових (7,6 см) горщиків і відразу ж висаджують у пінку. Згодом коренева система розвивається і проростає в пінку.

Таким чином, рослини отримують оптимальне співвідношення повітря та води – умови, необхідні для найкращого їх розвитку.

Дизайн зрошувальної системи: вода просочується через вертикальну конструкцію зеленого саду в резервуар із нержавіючої сталі. Резервуар цей накритий ґратами і при цьому самі ґрати сховані під чорним камінням (рис. 3.3). У поєднанні з білою підлогою вся композиція виглядає природно і дуже ошатно.

Для виготовлення фіто стіни знадобиться:

- Каркас із металевого профілю.
- Непромокальне полотно. Воно не дасть просочуватися волозі. Це може бути поліпропіленове або ПВХ полотно.
- Трубки необхідного перерізу для влаштування оптимального крапельного поливу.
- Тканина для кишень із повстяної нитки з метою запобігання гниття.
- Занурювальна помпа малої потужності для того, щоб підкачувати воду акваріумного типу. Правила такі: на стіни висотою 1 м потрібно 1,5 м висоти підйому помпи.
- Відповідний піддон для забору зайвої рідини.
- Ґрунт. Краще гідропоніка та керамзит. Вони не вимиваються і відлякують комах.
- На стінці будемо висаджувати наступні види рослин:
 - Маранта біложильчаста (*Maranta leuconeura* var. *erythrophylla*);
 - Хлорофітум чубатий (*Chlorophytum comosum*);

– Спатіфілум Мауна Лоа (*Spathiphyllum Mauna Loa*).

3.2. Маркетингова стратегія

Оскільки ринок динамічно розвивається, зростають нові сегменти, конкуренція дуже велика, готель «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» повинен постійно оновлювати асортимент своїх послуг і постійно знаходити та освоювати нові техніки та методики надання послуг з розміщення гостей.

SWOT-аналіз – це процес встановлення зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами), слабкостями, результати якого в подальшому можуть бути використані для формулювання і вибору стратегій підприємства. Він проводиться з метою дослідження підприємства як господарюючої системи у певному ринковому середовищі. SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік стратегій підприємства з урахуванням їхніх особливостей – адаптації до середовища або формування впливу на нього. Аналіз сильних та слабких сторін готелю «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA», його загроз та можливостей наведено в табл. 3.25.

Таблиця 3.25. SWOT-Аналіз молодіжного готелю «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA»

СИЛЬНІ СТОРОНИ		СЛАБКІ СТОРОНИ	
1	Охоплення декількох сегментів ринку	1	Відсутність чіткої маркетингової стратегії
2	Власна мережа реалізації послуг	2	Низька якість сервісу та супроводу
3	Висока якість наданих послуг	3	Обмежені маркетингові комунікації
4	Широкі канали збуту власних послуг	4	Велика кількість гравців-компаній з потужним брендом
5	Можливість інвестування в розвиток готелю	5	Відсутність довіри вітчизняного споживача
6	Продуктивність персоналу		
МОЖЛИВОСТІ		ЗАГРОЗИ	
1	Ринок постійно зростає і динамічно розвиваються нові сегменти	1	Висока популярність брендів конкурентів
2	Можливість збільшити виробничі потужності	2	Залежність від постачальників
3	Збільшення обсягів реалізації послуг	3	Високі валютні ризики
4	Покращення ділової репутації за рахунок активної маркетингової стратегії	4	Насичення ринку аналогічними послугами

Як бачимо з табл. 3.25, слабкою стороною готелю «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» є якість сервісу та супроводу. Ситуація склалася таким чином, що споживачі витрачають багато часу на пошук інформації про заклад, а також існує недостатність місць для нових клієнтів. Це викликає невдоволення у деяких споживачів.

Ще одним недоліком готелю «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» є маркетингові комунікації. Ситуація по даному аспекту залишає бажати кращого. Це питання є актуальним для всіх інших готелів. І це дуже негативно, оскільки даний критерій є дуже важливим для готелю.

На основі проведеного аналізу можна визначити ряд стратегічних дій, які компанія може здійснити з метою зниження або ліквідації слабких сторін та загроз, за рахунок використання сильних сторін компанії та її можливостей. Запропоновані стратегічні дії для готелю «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» відобразимо в табл. 3.26.

Таблиця 3.26. Матриця стратегічного балансу (SWOT) для готелю «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA»

	Можливості	Загрози
Сильні сторони	<p>Поле СіМ</p> <ul style="list-style-type: none"> – Збільшити обсяги наданих послуг за рахунок розширення власної мережі закладів – Підтримка та розвиток сервісу та супроводу послуг – Диференціація бізнесу за рахунок маркетингових комунікацій 	<p>Поле СіЗ</p> <ul style="list-style-type: none"> – Диференціація послуг – Зростання присутності на вітчизняному ринку за рахунок збільшення власних потужностей – Розробка корпоративної культури, яка б відображала цінність послуг для клієнта
Слабкі сторони	<p>Поле СлМ</p> <ul style="list-style-type: none"> Розробка маркетингової стратегії для створення та підтримки ділової репутації Виведення з ринку послуг, що не є перспективними для компанії Розробка нових каналів надання послуг (використання технології інтернет-продажів) 	<p>Поле СлЗ</p> <ul style="list-style-type: none"> Створення продукції преміум сегменту для конкуренції з вітчизняними компаніями Пошук вітчизняних постачальників обладнання для зменшення валютних ризиків Розширення асортименту послуг за новими техніками і методиками

На основі проведеного SWOT-аналізу можливо визначити наступні шляхи підвищення конкурентоспроможності готелю «GRAND ADMIRAL

RESORT & SPA»:

- збільшення обсягів реалізації послуг за рахунок розширення власної мережі закладів;
- зростання присутності на вітчизняному ринку за рахунок збільшення власних потужностей;
- розробка нових каналів надання послуг (використання технології інтернет-продажів).

Отже, готель «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» має досить високий рівень конкурентоспроможності, який зумовлений стійкими зовнішніми перевагами за такими критеріями, як асортимент послуг, зручне місце розташування самого центру, якість та сучасність послуг, контроль якості послуг, інвестиційна привабливість. Однак сильної шкоди конкурентній позиції компанії, а отже, її конкурентоспроможності, наносять високі ціни на обладнання, недостатня якість сервісу та супроводу, а також відсутність ефективної системи маркетингових комунікацій. Усунення зазначених слабких сторін компанії передбачає розробку конкурентної стратегії, яка гарантує зростання конкурентоспроможності та забезпечить їй переміщення з нинішньої конкурентної позиції в більш сильну.

Таким чином, готель «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» має істотні передумови для подальшого розвитку та посилення своїх позицій на ринку готельних послуг.

Нижче наведено перелік програм лояльності, які можуть бути використані в готелі:

1. Спеціальна клієнтська база. Учасникам клієнтської бази розсилається інформація про важливі події в готелі, запрошення на річні дії діяльності та ін.
2. Індивідуальний підхід. Підхід з врахуванням смаків гостей, їх національної специфіки, а також шляхом обслуговування клієнтів у повній відповідності до їх вимог (сервіс, орієнтований на індивідуальні запити).
3. Фіксована знижка. Знижки постійним клієнтам від фіксованої ціни

номеру.

4. Накопичувальна знижка. Клієнт набирає певну кількість днів проживання в готелі або певну суму за проживання і одержує значні пільги.

5. Бонусні бали. За кожну проведену в готелі ніч, гість одержує бонусні бали, на які можна «купити» безкоштовну добу в готелі, обід у ресторані, додаткові послуги (відвідування тренажерної зали або басейну, екскурсія, тощо). Кожний такий «товар» коштує певну кількість бонусів. Також можна обмінювати бали на міні програми авіапасажирів, що багато літають.

6. Програма клубних карток. Наприклад, програма VIP-Club, коли кожний гість може прийняти участь в програмі за умови проживання в готелі за зазначеними цінами. При проживанні не менше ніж 10 ночей (як одночасно, так і в різні дати впродовж 2-х років) або, якщо дохід від проживання за зазначеними цінами перевищив 25 тисяч грн., гість стає членом клубу рівня Star. При проживанні від 20 до 50 ночей, або, якщо дохід від проживання за зазначеними цінами перевищив 50 тисяч грн., статус гостя підвищується до рівня Super Star. При проживанні більше 50 ночей, якщо дохід від проживання за зазначеними цінами перевищив 75 тисяч грн., статус гостя підвищується до рівня Mega Star.

7. Привілеї. Наприклад, постійного клієнта можуть заохотити раннім заїздом, безкоштовними екскурсіями, подарунками від готелю і наданням додаткових та специфічних послуг у вигляді транспортного обслуговування, встановлення спеціального технічного обладнання в номерах тощо.

8. Спеціальні акції – заходи, що організовує готель спеціально для постійних клієнтів: тематичні вечори та свята, фуршети і банкети тощо.

9. Корпоративні програми. Ці програми націлені на залучення великих груп гостей: знижки при заїзді групи клієнтів, можливість вранішнього заїзду і пізнього від'їзду групи, пільгові ціни на оренду групою конференц-зали ресторану і додаткового обладнання.

3.3. Організаційний план готелю у рекреаційній зоні та обґрунтування організаційної структури управління підприємством

Основні служби готелю, персонал, який входить до організаційно-функціональної структури готелю та їхні обов'язки подамо у вигляді табл. 3.27.

Таблиця 3.27. Основні служби в готелі

Назва служби	Обов'язки	Працівники
Служба приймання і розміщення	<ul style="list-style-type: none"> – продаж номерного фонду та збір даних про його використання; – приймання гостей, їх реєстрація і розміщення; – створення і ведення карток гостей; – оброблення замовлення на бронювання; – надання різноманітної інформації; – підготовка платіжних документів за послуги і розрахунок гостя; – координування всіх видів послуг, які надаються гостям. 	Начальник служби, адміністратор, порт'є, швейцар, менеджер служби прийому
Служба номерного фонду	<ul style="list-style-type: none"> – прибирання житлових та побутових приміщень – надання додаткових послуг 	Начальник номерного фонду, покоївка, кастелянша
Служба харчування	<ul style="list-style-type: none"> – надання харчування – обслуговування в номерах 	Завідувач виробництвом, кухарі, мийники посуду, офіціанти, метрдотель
Маркетингова служба	– реклама та вивчення ринку	Маркетолог
Інженерно-технічна служба	– контроль за технічним станом устаткування, обладнання, автоматики	Начальник служби, технічні працівники

На основі визначених служб складемо лінійну організаційну структуру проєктованого готелю.

Лінійна організаційна структура — це тип організаційної структури, в якій кожен підлеглий має одного керівника, а всі управлінські функції та відповідальність за ухвалення рішень зосереджені на вищому рівні управління. Ця структура є найпростішою і найстарішою формою організації, яка використовується в багатьох підприємствах. Лінійна структура підходить для стабільних умов роботи, але для великих чи динамічних організацій зазвичай використовують більш гнучкі структури, такі як матрична чи

функціональна.

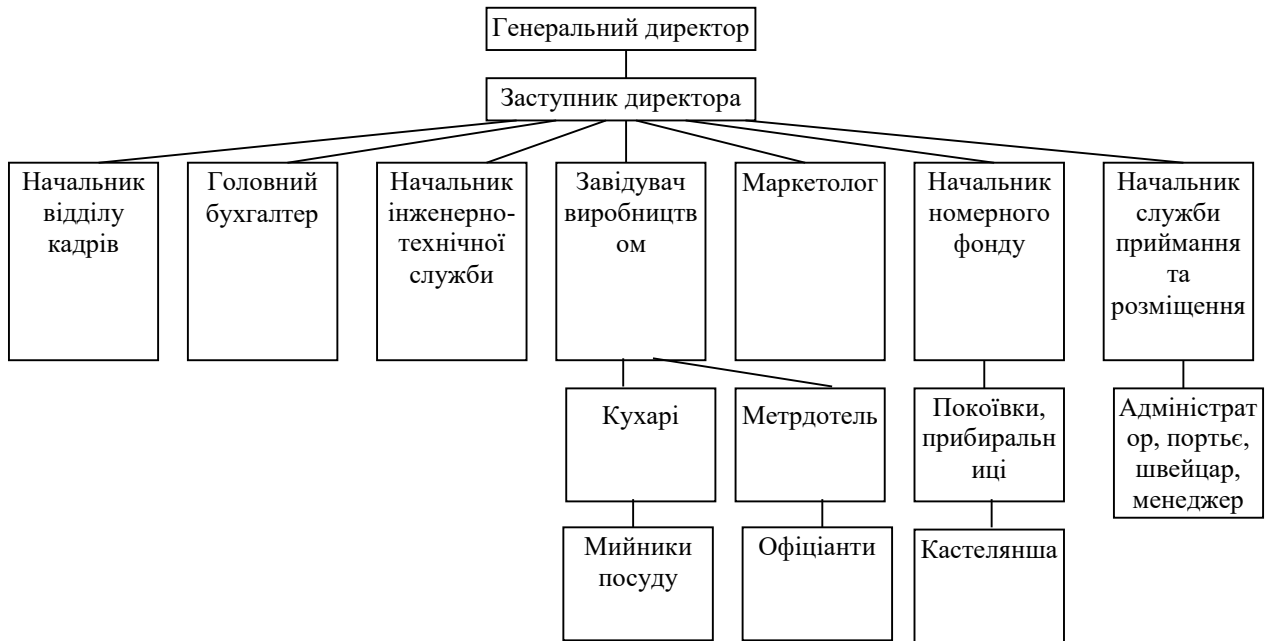


Рис. 3.4. Організаційна структура готельного підприємства

Таким чином, ми спроектували організаційно-функціональну структуру для нашого готелю.

3.4. Фінансовий план

Далі нам потрібно обґрунтувати вартість створення закладу та ефективність його функціонування в сучасних ринкових умовах.

Бізнес-планування проводитимемо в два етапи – для першого року розвитку, та на другий – п'ятий роки діяльності. Вихідними даними приймемо: середньогалузевий рівень рентабельності до обсягів реалізації проектуємо на рівні 15-18%. Припустимо, що максимальний рівень завантаження виробничих потужностей у першому році експлуатації може досягти лише 70%.

Розрахунок планового доходу від реалізації послуг розміщення готелю оформимо у вигляді табл. 3.28.

Таблиця 3.28. Розрахунок планового доходу (виручки) від продажу

готельних послуг за номерами на плановий період

Категорія номеру	Одноразова кількість, номерів	Кількість днів роботи, діб	Середній рівень використання номерів з врахуванням сезонності попиту гостей та інших факторів, %	Плановий тариф за добу, грн.	Виручка від реалізації послуг, тис. грн.
1	2	3	4	5	$6=(2*3*4)/100\% * 5/1000$
Номер I категорії для інвалідів	3	365	33	570	205,97
Номер I категорії (одномісний)	10	365	60	555	1012,88
Номер I категорії (двомісний)	44	365	70	580	6054,62
Разом					7273,46

Отже, виходячи з планових розцінок за лішко/добу, загальний планований прибуток від основних послуг складе 7273,46 тис. грн., або, округлюючи до тисяч гривень, маємо 7273 тис. грн.

Основними операційними доходами є доходи від реалізації продукції та послуг. Розрахуємо одноденний обсяг для визначення доходу від реалізації продукції РГ. Скористаємось спроектованими та розрахованими у попередніх розділах кількістю споживачів та середньою вартістю продукції.

Таблиця 3.29. Прогноз максимального одноденного товарообороту закладу ресторанного господарства

3 7 ⁰⁰ до 10 ⁰⁰ (шведська лінія)	
Кількість відвідувачів, осіб	120
Середня вартість харчування, тис. грн.	0,02
Товарооборот, тис. грн.	2,4
В т.ч. закупні товари (40%)	0,96
3 11 ⁰⁰ до 08 ⁰⁰	
Кількість відвідувачів, осіб	282
Середня вартість купівель, тис. грн.	0,08
Товарооборот, тис. грн.	22,56
Персональні знижки (в будні дні кожна 2 страва в замовленні – безкоштовно)	12,28
Товарооборот, тис. грн.	10,28
В т.ч. закупні товари (40%)	4,11
Одноденний товарооборот залу ресторану, тис. грн.	12,68
В т.ч. закупні товари (40%)	5,07
Разом одноденний товарооборот ресторану, тис. грн.	12,68
В т.ч. закупні товари	5,07

Таким чином, прогнозований одноденний товарооборот ресторану

складе 12,68 тис. грн., в т.ч. 5,07 тис. грн. – закупні товари.

Тоді узагальнюємо та наводимо планові річні обсяги реалізації продукції та закупних товарів у таблиці 3.30.

Таблиця 3.30. Розрахунок планового обсягу роздрібного товарообороту по ЗРГ на 2024 рік

№ з/п	Найменування продукції та товарів	Обсяг товарообороту за день	Обсяг товарообороту річний
		тис. грн.	
1	2	3= табл.4.9	4 = 3*365 днів
1.	Продукція власного виробництва	7,61	2777,65
2.	Закупні товари	5,07	1850,55
3.	<i>Плановий роздрібний товарооборот (n.1+n.2)</i>	12,68	4628,2

Отже, річний товарообіг ресторану заплановано у розмірі 4628,2 тис. грн.

За результатами проведених маркетингових досліджень визначаємо рівень торговельної націнки проєктованого закладу в розмірі 50% від товарообороту – оптимальний показник. Розрахуємо значення собівартості продукції ресторанного господарства в табл. 3.31.

Таблиця 3.31. Планування собівартості реалізованої продукції проєктованого закладу на рік

№ з/п	Найменування продукції	Обсяг реалізації, роздрібний товарооборот, тис. грн.	Середній процент торговельної націнки, %	Сума націнки ЗРГ, тис. грн.	Собівартість реалізованих товарів, тис. грн.
1	Продукція власного виробництва	2777,65	50	1388,82	1388,82
2	Закупні товари	1850,55	50	925,28	925,28
Разом на рік		4628,2			2314,1

Собівартість продукції ресторанного господарства складе 2314,1 тис. грн. на рік.

Розрахуємо планований дохід від надання додаткових послуг нашим готельним комплексом. Результати занесемо в таблицю 3.32.

Таблиця 3.32. Розрахунок доходу від реалізації додаткових платних послуг та послуг структурних підрозділів готелю

Підрозділи, що надають додаткові послуги	Найменування видів послуг	Планова кількість послуг за видами, од.	Середня ціна за одиницю послуги, грн.	Виручка від реалізації (дохід)
1.Приміщення побутового обслуговування і торгівлі	Перукарня	5000	30	150000
	Хімчистка	1500	25	37500
	Ремонт взуття	1800	10	18000
	Ремонт ювелірних виробів	1500	20	30000
	Майстерня	1400	10	14000
2.Приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення	Масажний кабінет	1400	25	35000
	Тренажерний зал	3000	25	75000
3.Приміщення для культурного дозвілля	Конференц-зал	1500	200	300000
ВСЬОГО				659500

Інші доходи приймаємо на рівні 5% від загальної суми доходів. Розрахувавши таким чином плановий обсяг послуг за кожним видом, зведемо їх в загальну таблицю.

Таблиця 3.33. Планування річного обсягу доходів від реалізації послуг готельного підприємства

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Плановий рік	Питома вага, %
1.	Дохід від реалізації готельних послуг	тис. грн.	7273,0	55,0
2.	Дохід від реалізації послуг ресторанного господарства	тис. грн.	4628,2	35,0
3.	Дохід від реалізації додаткових платних послуг	тис. грн.	659,5	5,0
4.	Інші доходи	тис. грн.	655,0	5,0
5.	Загальна сума доходу від реалізації послуг	тис. грн.	13215,7	

Отже, за попередніми розрахунками, плановий дохід готельного комплексу за рік складе 13215,7 тис. грн.

Результати планування основних результатів діяльності проєктованого закладу на 2024 рік наведено у табл. 3.34.

Таблиця 3.34. Результати планування основних результатів діяльності проєктованого закладу на 2024 рік

№ з/п	Стаття	Разом за рік
1.	Дохід (виручка) від реалізації послуг ГК	13215,7
2.	Податок на додану вартість	2202,62
3.	Чистий дохід	11013,08
4.	Операційні витрати ГК	8565,01
5.	Прибуток від операційної діяльності	2448,08
6.	Фінансові доходи – фінансові витрати	0,00
7.	Фінансові результати (прибуток чи збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	2448,08
8.	Податок на прибуток	465,13
9.	Чистий прибуток – можливий	1982,94
10.	Рентабельність реалізації послуг ГК,%	15,00
11.	Амортизація	2143,75
12.	Чистий грошовий потік	4126,69

Таким чином, ми побудували проєктний звіт про фінансові результати готелю за перший рік діяльності. Можливий чистий прибуток за даних умов складе 1982,94 тис. грн., що відповідає плановій рентабельності у 15%.

Визначаємо показники рентабельності.

Рентабельність реалізованої продукції:

$$R_{рп} = \frac{\Pi_p}{ЧД} \cdot 100, \quad (3.17)$$

Де Π_p – прибуток від реалізації продукції, грн.; $ЧД$ – чистий дохід від реалізації продукції, грн..

$$R_{рп} = 1982,94/13215,7 = 15\%.$$

Рентабельність поточних витрат:

$$R_{рп} = \frac{\Pi}{ПВ} \cdot 100, \quad (3.18)$$

Де $ПВ$ – обсяг поточних витрат, грн.

$$R_{рп} = 1982,94/8565,01 \cdot 100\% = 23,15\%.$$

Отже, маємо початкову рентабельність на рівні 15%, що є достатнім для прийняття проєкту.

Для планування діяльності готельного комплексу на 5 років слід

скористатись результатами маркетингового дослідження, проведеного в 2 розділі. Динаміка обсягів туристичних послуг за останні 3 роки та виручки від готельних послуг є нестабільними, середній приріст за рік з врахуванням коливань складає 10%. Середнє зростання витрат складає 5% на рік. Отже, спроектуємо основні показники діяльності протягом найближчих 5 років.

Результати планування основних показників діяльності проєктованого закладу на п'ять років заносимо до таблиці 3.35.

Таблиця 3.35. Планування основних показників діяльності проєктованого закладу готельно-ресторанного господарства на 10 років

№ з/п	Стаття	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
1.	Дохід (виручка) від реалізації послуг ГК	13215,7	14537,27	15991,00	17590,10	19349,11	21284,0	23412,4	25753,7	28329,0	31161,9
2.	Податок на додану вартість	2202,62	2422,88	2665,17	2931,68	3224,85	4256,80	4682,48	5150,73	5665,81	6232,39
3.	Чистий дохід	11013,08	12114,39	13325,83	14658,41	16124,26	17027,2	18729,9	20602,9	22663,2	24929,5
4.	Операційні витрати ГК	8565,01	8993,26	9442,92	9915,07	10410,82	10931,36	11477,93	12051,83	12654,42	13287,14
5.	Прибуток від операційної діяльності	2448,08	3121,13	3882,91	4743,34	5713,43	6095,9	7252,0	8551,1	10008,8	11642,4
6.	Фінансові доходи – фінансові витрати	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7.	Фінансові результати (прибуток чи збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	2448,08	3121,13	3882,91	4743,34	5713,43	6095,9	7252,0	8551,1	10008,8	11642,4
8.	Податок на прибуток (19% з 1.01.13 р.)	465,13	593,01	737,75	901,24	1085,55	1158,21	1377,88	1624,71	1901,67	2212,06
9.	Чистий прибуток	1982,94	2528,12	3145,15	3842,11	4627,88	4937,64	5874,13	6926,40	8107,14	9430,35
10.	Рентабельність реалізації послуг ГК, %	15,00	17,39	19,67	21,84	23,92	29,00	31,36	33,62	35,77	37,83
12.	Амортизація	2143,75	2143,75	2143,75	2143,75	2143,75	2143,75	2143,75	2143,75	2143,75	2143,75
13.	Чистий грошовий потік	4126,69	4671,87	5288,90	5985,86	6771,63	7081,39	8017,88	9070,15	10250,89	11574,10

Таким чином, на протязі 10 років можливий прибуток при дотриманні всіх умов може зрости до 37,83%. Середній прибуток складе 3225,24 тис. грн.

3.5. Оцінка ризиків і можливостей готелю у рекреаційній зоні

Планування та реалізація проєктів відбувається в умовах невизначеності, яка породжена зміною внутрішнього та зовнішнього

середовища. Невизначеність призводить до того, що уникнути ризику неможливо. Необхідно навчитися передбачати ризик, оцінювати його розміри, планувати заходи по його запобіганню та не перевищувати допустимих меж.

З точки зору причин виникнення, проєктні ризики обумовлені:

- постановкою помилкової цілі;
- можливістю відхилень у процесі реалізації рішень від цілей, передбачених проєктом, внаслідок внутрішнього та зовнішнього впливу;
- ймовірністю досягнення помилкового результату;
- можливістю виникнення несприятливих наслідків у ході реалізації;
- обмеженістю ресурсів;
- зіткненням інтересів учасників складання плану проєкту та виконавців;
- недостатньою кваліфікацією персоналу, схильністю до суб'єктивізму;
- протидією партнерів;
- форс-мажорними обставинами (природними, політичними, економічними, технологічними, ринковими і т. п.);
- договірною дисципліною (затримкою постачань, розривом контрактів);
- дисципліною зобов'язань (несвоєчасною оплатою кредиторської заборгованості, податків та інших платежів);
- низькою якістю продукції, робіт, послуг тощо.

У залежності від причин виникнення ризику класифікують на такі групи: зовнішні ризики, внутрішні та інші ризики.

Зовнішні ризики:

- фінансові. Обмежені джерела фінансування, адже надходження коштів залежить винятково від бажання інвестора – банку;
- податкові, що включає зміну розміру податку на додану вартість, єдиного соціального внеску та податку на дохід фізичних осіб, сплату яких

перебачено під час реалізації проєкту;

– форс-мажорні обставини (ризик землетрусу, бурі та інших стихійних лих; ризик виникнення міжнаціональних конфліктів; ризик втрати майна при пожежі)

Внутрішні ризики:

– організаційні ризики, тобто зриви робіт через нестачі робочої сили, матеріалів, затримки постачань, помилок у плануванні та проєктуванні, незадовільного оперативного управління; зміна раніше узгоджених вимог та поява додаткових вимог з боку замовників та партнерів; перевитрати, що виникли внаслідок: зриву планів робіт проєкту, низької кваліфікації розробників проєкту, помилок у складанні кошторисів та бюджетів, неефективної стратегії постачання, виявлення претензій з боку партнерів, постачальників;

– технічні ризики, до яких входять зміна технології виконання робіт, помилкові технологічні рішення, помилки в проєктній документації, невідповідність проєктним стандартам, поломки техніки тощо.

До інших ризиків відносять ризик непередбачених змін вартісних оцінок проєкту в результаті зміни початкових управлінських рішень, а також змін ринкових та політичних обставин, який отримав назву динамічного.

План управління наведеними вище ризиками проєкту готелю наведено у табл. 3.36.

Таблиця 3.36. План запобіжних заходів щодо зниження ризику проєкту відкриття готелю «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA»

Можливі ризики проєкту	Заходи щодо усунення ризику		
	Ліквідація причини	Пом'якшення ризику	Прийняття ризику
1	2	3	4
Фінансові ризики	Пошук додаткових джерел фінансування		
Політичні ризики			+
Податкові ризики			+
Форс-мажорні обставини		Страховання майна	

Продовження табл. 3.36

1	2	3	4
Організаційні ризики	Педантичний добір членів проєктної групи та контрагентів	Впровадження штрафних санкцій при невиконанні чи неналежному виконанні умов договору з підрядниками і постачальниками	
Технічні ризики	Затвердження проєктної документації державними органами та консультації щодо технологічних рішень з міжнародними спеціалістами		
Динамічний ризик	Розроблення бюджету в оптимістичному, песимістичному та найбільш реальному варіанті		

Реагування на ризики відображає, як організація розуміє баланс між прийняттям ризику і ухиленням від нього. Для успішного досягнення цілей проєкту команда проєкту повинна робити заздалегідь і послідовно, протягом всього проєкту, попереджувальні заходи з управління ризиками.

ВИСНОВКИ

В даному проєкті нами буде створено бізнес-план готелю «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» в рекреаційній зоні Пуща-Водиця.

Відкриття рекреаційного готелю може бути розглянуто як інновація у галузі туризму і гостинності. Інновація включає в себе впровадження нових ідей, концепцій та підходів, які відрізняються від традиційних методів.

Саме створення рекреаційного готелю є інноваційним за багатьма причинами:

- унікальна концепція – рекреаційний готель пропонує новий підхід до відпочинку та рекреації;
- використання нових технологій – в новоствореному готелі буде відкрито SPA-салон;
- створення унікального середовища – готель буде відкрито у курортній зоні Пуща-Водиця;
- розвиток нових послуг – готель буде пропонувати спа-процедури, фітнес-програми, фешн-тематичні вечори.

Отже, відкриття рекреаційного готелю «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» як інновації буде спонукати розвиток туризму та створювати нові можливості для бізнесу у м. Києві.

Необхідність відкриття рекреаційного готелю в Пуща-Водиця можна оцінювати з різних поглядів. На першому місці стоїть збільшення популярності рекреаційного туризму та відпочинку на природі. Багато людей, особливо жителів великих міст, мають потребу в відпочинку на природі, подиху свіжим повітрям, а також відповідному комплексі розваг і послуг.

Курортна зона Пуща-Водиця відома своїм чистим повітрям, мальовничими лісами та озерами. Це приваблює туристів, які бажають відпочити в тихому та затишному місці. Розташування готелю в такій зоні

дозволяє забезпечити гостям необхідну релаксацію та повноцінний відпочинок.

Крім того, відкриття рекреаційного готелю у такій зоні може сприяти розвитку туристичної інфраструктури, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня економічного розвитку регіону. Туристи, які відвідують готель, також можуть витратити кошти на інші послуги та товари, що приводить до зростання прибутковості місцевих підприємств.

Нарешті, відкриття рекреаційного готелю в курортній зоні Пуща-Водиця може бути важливим для місцевих мешканців, які прагнуть відкрити свої бізнеси в туристичному секторі. Це може створювати нові можливості для розвитку та підтримки малого та середнього бізнесу на рівні регіону.

Отже, відкриття готелю в рекреаційній зоні Пуща-Водиця має багато переваг, таких як збільшення популярності рекреаційного туризму, розвиток туристичної інфраструктури та підтримка місцевого бізнесу. Цей проєкт може бути актуальним для регіону і сприяти його розвитку.

Номерний фонд готелю складатиме 60 місць.

В номерах готелю є всі зручності: телефон, телевізор, Інтернет, міні-бар, кондиціонер. В ванній кімнаті є набір косметичних засобів, халати та рушники, також гостям готелю пропонуються тапочки для пересування по номеру. Стандартні номери – одномісні і двомісні обладнані як одним великим ліжком, так і окремими. Є так називані трьохмісні номери для батьків з дитиною: зазвичай це двомісний номер з додатковим ліжком або з диваном, що розкладається. Апартаменти оснащені високоякісними гарнітурними меблями й обладнані відповідно до вимог міжнародних стандартів.

В нашому готелі, оскільки він належить до нижчої категорії, буде створено кафе для харчування відвідувачів. Стосовно умов харчування, то в готелі буде розроблено дворівневий тариф, тобто за побажанням клієнта він може сплачувати тільки за проживання, або за проживання зі сніданком. Обід та вечеря пропонуються за окрему плату, такий вибір обумовлений тим, що наш готель є туристичним, і після сніданку туристи можуть уходити на

прогулянку на весь день і повертатись в номер тільки пізно ввечері. Замість цього кафе буде працювати цілодобово, щоб туристи у будь-яку годину могли отримати послугу харчування.

Ідея екологічного лофту в готелі передбачає створення природного та стильного середовища, де враховані принципи екологічності та урбаністичної естетики.

Отже, готель «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» має досить високий рівень конкурентоспроможності, який зумовлений стійкими зовнішніми перевагами за такими критеріями, як асортимент послуг, зручне місце розташування самого центру, якість та сучасність послуг, контроль якості послуг, інвестиційна привабливість. Однак сильною шкодою конкурентній позиції компанії, а отже, її конкурентоспроможності, наносять високі ціни на обладнання, недостатня якість сервісу та супроводу, а також відсутність ефективної системи маркетингових комунікацій. Усунення зазначених слабких сторін компанії передбачає розробку конкурентної стратегії, яка гарантує зростання конкурентоспроможності та забезпечить їй переміщення з нинішньої конкурентної позиції в більш сильну.

Таким чином, готель «GRAND ADMIRAL RESORT & SPA» має істотні передумови для подальшого розвитку та посилення своїх позицій на ринку готельних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байлик С. І. Готельне господарство. Організація, управління, обслуговування: посібник / С.І. Байлик. – Київ: ВІРА-Р, 2018. – 252 с.
2. Басюк Т. П. Інвестиційна привабливість підприємств готельно-ресторанного бізнесу / Т.П. Басюк // Вісн. Запорізь. нац. ун-ту. Економічні науки. – 2018. – № 4. – С. 12–18.
3. Берещак В. Огляд ринку готелів: що відбувається з готелями в Україні. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/analytics/obzor-otelynogo-rinka-ukraini-2024/#:~:text=%D0%A3%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%BE%D0%B4%20%D0%B7%202024%20%D0%BF%D0%BE%202026%20%D1%80%D1%96%D0%BA%20%D0%B2> (дата звернення: 03.10.2024).
4. Боренков А. Як і навіщо залучати інвестора в бізнес [Електронний ресурс] // ЛІГА:ЗАКОН. 2024. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/225477_yak--navshcho-zaluchati-nvestora-v-bznes (дата звернення: 15.10.2024).
5. Горіна Г. О. Аналіз розвитку міжнародних та національних готельних мереж в Україні / Г.О. Горіна // Економіка розвитку. Харків: ХНЕУ. – 2018. – № 1. – С. 78-79.
6. Готельний бізнес в Україні зазнав серйозних збитків через війну – готельєри. 2024. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-227tourism/3174593-gotelnijbiznes-v-ukraini-zaznav-serjoznih-zbitkiv-cerezpandemiu-goteleri.html> (дата звернення: 03.10.2024).
7. Готельно-ресторанний бізнес: навч. посібник / О.А. Ніколайчук [та ін.]; ред. О.А. Ніколайчук. – Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2022. – 250 с.
8. Гук Х. З. Ідентифікація концептуальних особливостей функціонування та державного регулювання розвитку готельно-ресторанного бізнесу держави / Х.З. Гук // Глобальні та національні проблеми економіки. –

2018. – № 6. – С. 134–139.

9. Данілова Е. Концепція системного підходу до управління економічною безпекою підприємства: монографія. Київ: Видавничий дім «UKRLOGOS Group», 2020. 342 с.

10. Денисенко М.П. Сучасний стан розвитку туристичної сфери у контексті управління готельним бізнесом / М.П. Денисенко, С.В. Бреус // Вчені записки Університету «КРОК». – 2020. – № 3 (59). – С. 105-110.

11. Земліна Ю. Тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні. ресторанний і готельний консалтинг / Ю. Земліна, О. Ліфіренко // Інновації. – 2019. – № 1. Том 2. – С. 121-131.

12. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку / за заг. ред. В.М. Зайцевої. – Запоріжжя : Просвіта, 2017. – 240 с.

13. Картунов, О. В. Метод та матриця swot-аналізу : пошуки шляхів удосконалення / О. В. Картунов // *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22 : Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін : зб. наук. праць.* – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2017. – Вип. 21. – С. 3-12.

14. Климчук А.О. Проектування підприємств готельно-ресторанного бізнесу: навч. посібник. / А.О. Климчук, І.В. Левицька, Г.М. Тарасюк – Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2023. – 302 с.

15. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навч. посіб. / Г.Я. Круль – Київ: Центр учбової літератури, 2018. – 368 с.

16. Ладигенська Р. С. Конспект лекцій з дисципліни «Технологія обслуговування в готелях і туркомплексах» (для студентів 4 курсу усіх форм навчання за напрямом підготовки «Менеджмент») / Р.С. Ладигенська; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2018. – 254 с.

17. Лук'янов В. О. Організація готельно-ресторанного обслуговування : навч. посіб. / В.О. Лук'янов, Г.Б. Мунін. – Київ : Кондор, 2018. – 346 с.

18. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. – Київ: Центр учбов. л-ри, 2019. – 472 с.
19. Мархонос С. М. Аналіз сучасного стану та фінансове забезпечення розвитку готельного господарства України / С.М. Мархонос, Н.П. Турло // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017.– Вип.14 (2).– С. 35-40.
20. Мунін Г. Б. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. / за ред. С.І. Дорогунцова. – Київ : Ліра-К, 2018. – 156 с.
21. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб / Л.І. Нечаюк. – Київ: ЦУЛ, 2019. – 344 с.
22. Пекна Г.Б. Бізнес-планування та його роль в сучасних умовах розвитку України / Г.Б. Пекна, Г.В. Білокур // Вчені записки Університету «КРОК». – 2018. – Вип. 49. – С. 197–202.
23. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів. Наш Формат. 2019. 624 с.
24. Раскін Л. Г. Методи аналізу систем і прийняття рішень в умовах невизначеності : підручник / Л. Г. Раскін, О. В. Сіра, Г. К. Кожевников. Харків : Факт, 2023. 256 с.
25. Трикоз І. В. Визначення факторів впливу на готельну сферу України та особливості й значення її ризиків / І.В. Трикоз, С.С. Панчук, Л.П. Полохач // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2019. – № 2 (46). – С. 32-36.
26. Airbnb, Inc. 2024. URL: <https://www.airbnb.com.ua/> (дата звернення: 16.10.2024).
27. Favor Sport Hotel. URL: <https://favor-sport.com/>. (дата звернення: 09.10.2024).
28. Business Planning: It's Importance, Types and Key Elements. URL: <https://www.simplilearn.com/business-planning-article>. (дата звернення: 03.10.2024).
29. Enterprise Resource Planning, ERP. URL:

<https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/enterprise-resource-planning-erp>. (дата звернення: 15.10.2024).

30. Essential Guide to Hospitality Risk Management. URL: <https://esoftskills.com/hospitality/hospitality-risk-management/>. (дата звернення: 15.10.2024).

31. Fairmont Grand Hotel Kyiv. URL: <https://ua.fairmont.com/kyiv/> (дата звернення: 09.10.2024).

32. Girod S. Jg, Králik M. Resetting management: Thrive with agility in the age of uncertainty. Kogan Page Publishers, 2021. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=1RgwEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=According+to+financial+management+research,+companies+that+actively+reinvest+their+own+profits+can+better+withstand+crisis+phenomena+while+maintaining+flexibility+in+making+management+decisions.&ots=P9kCdFDGVY&sig=Latj_cs8SRwZOzxViL0JK6DCQTc&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. (дата звернення: 18.10.2024).

33. Google Ads. URL: https://ads.google.com/intl/uk_ua/home/. (дата звернення: 09.10.2024).

34. Hayes A. Business Plan: WhatItIs, What's Included, and Howto Write One URL:<https://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp>. (дата звернення: 02.10.2024).

35. Hotel Business Plan [Електронний ресурс]. URL:<https://ribashotelsgroup.ua/en/blog/biznes-plan-gostinitsy/>. (дата звернення: 02.10.2024).

36. Hotel Lavilia .Agoda. URL: <https://www.agoda.com/uk-ua/hotel-lavilia/hotel/kyiv-ua.html?cid=1844104&ds=g%2BmaUywT%2B7On95D3> (дата звернення: 09.10.2024).

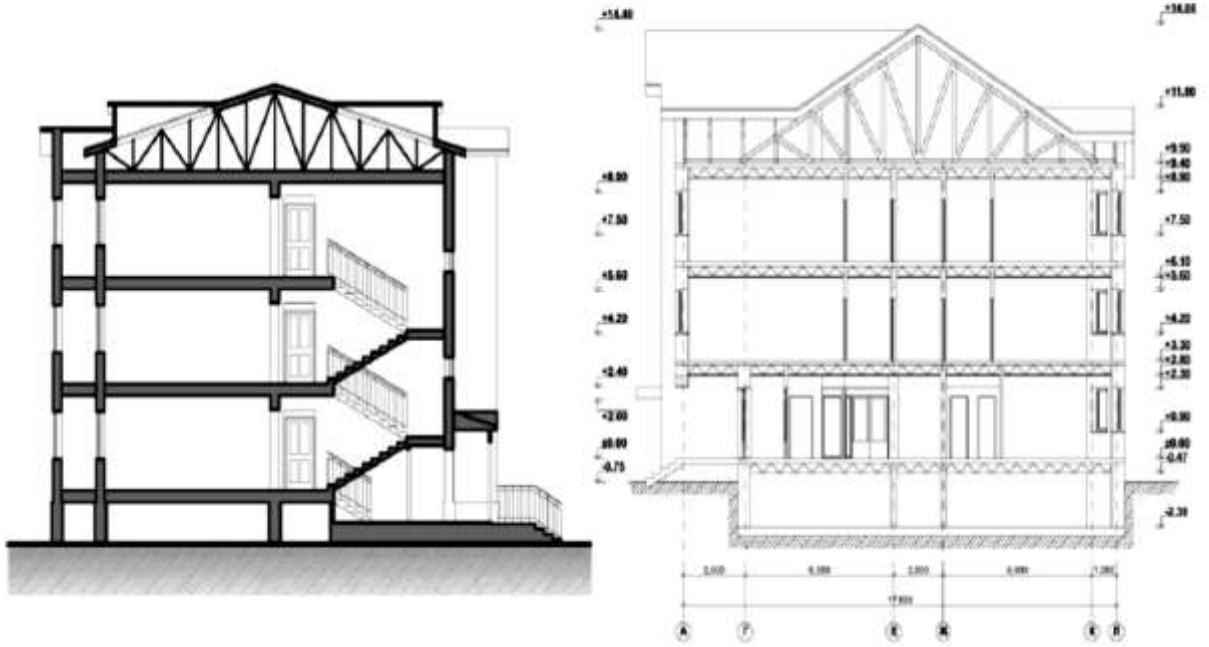
37. RoyalCongressHotel. URL:<https://royal-congress-hotel-kyiv.hotel-ids.com/ru/>. (дата звернення: 09.10.2024).

38. International Air Transport Association. URL:<https://www.iata.org>. (дата звернення: 09.10.2024).

39. Kenton W. Monte Carlo Simulation: What It Is, How It Works, History, 4Key Steps. 2024. URL: <https://www.investopedia.com/terms/m/montecarlosimulation.asp> (дата звернення: 15.10.2024).
40. Kenton W. Understanding Value at Risk (VaR) and How It's Computed.2024. URL: <https://www.investopedia.com/terms/v/var.asp>. (дата звернення: 15.10.2024).
41. Kovacevic R. M., Pflug G. CH., Pichler A. Measuring and Managing Risk // In: Baker H. K., Filbeck G. (Eds.), Investment Risk Management. Financial Markets and Investments. New York: Oxford Academic, 2015. URL: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199331963.003.0002> (дата звернення: 15.10.2024).
42. Lavilia. Офіційний сайт. URL: <https://lavilia.com/>. (дата звернення: 09.10.2024).
43. Modigliani F., Miller M.H. The cost of capital, corporation finance and the theory of investment // *The American Economic Review*. – 1958. – № 48(3). – С. 261-297.
44. Naumenkova S. Assessment and mitigation of credit risks in project financing. *Banks and Bank Systems*, 2020, 15(1), P.72-84.
45. Oladipo E. E. BusinessPlan — Definition, Importance&WhatisIncluded URL: <https://medium.com/@igwedipo/business-plan-definition-importance-what-is-included-afaaee45f7fd>. (дата звернення: 02.10.2024).
46. Favor Park Hotel. URL:<https://favorparkhotel.com> (дата звернення: 09.10.2024).
47. ComfortHouse, Kyiv. URL:<http://comfort-house.kiev-hotels.com.ua/> (дата звернення: 09.10.2024).
48. Statista. URL: <https://www.statista.com/>. (дата звернення: 09.10.2024).

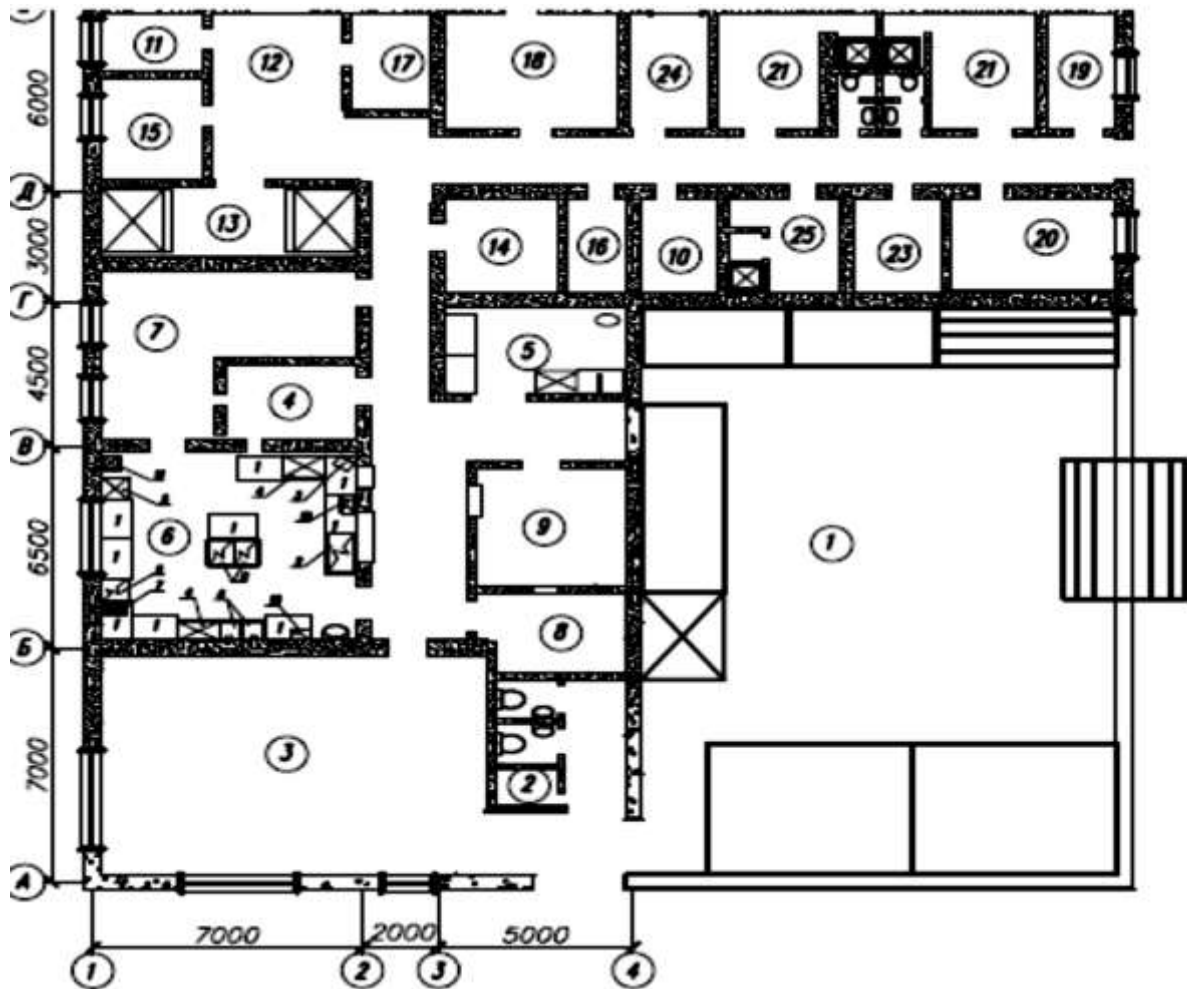
ДОДАТКИ

КОМПУНУВАЛЬНЕ РІШЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА



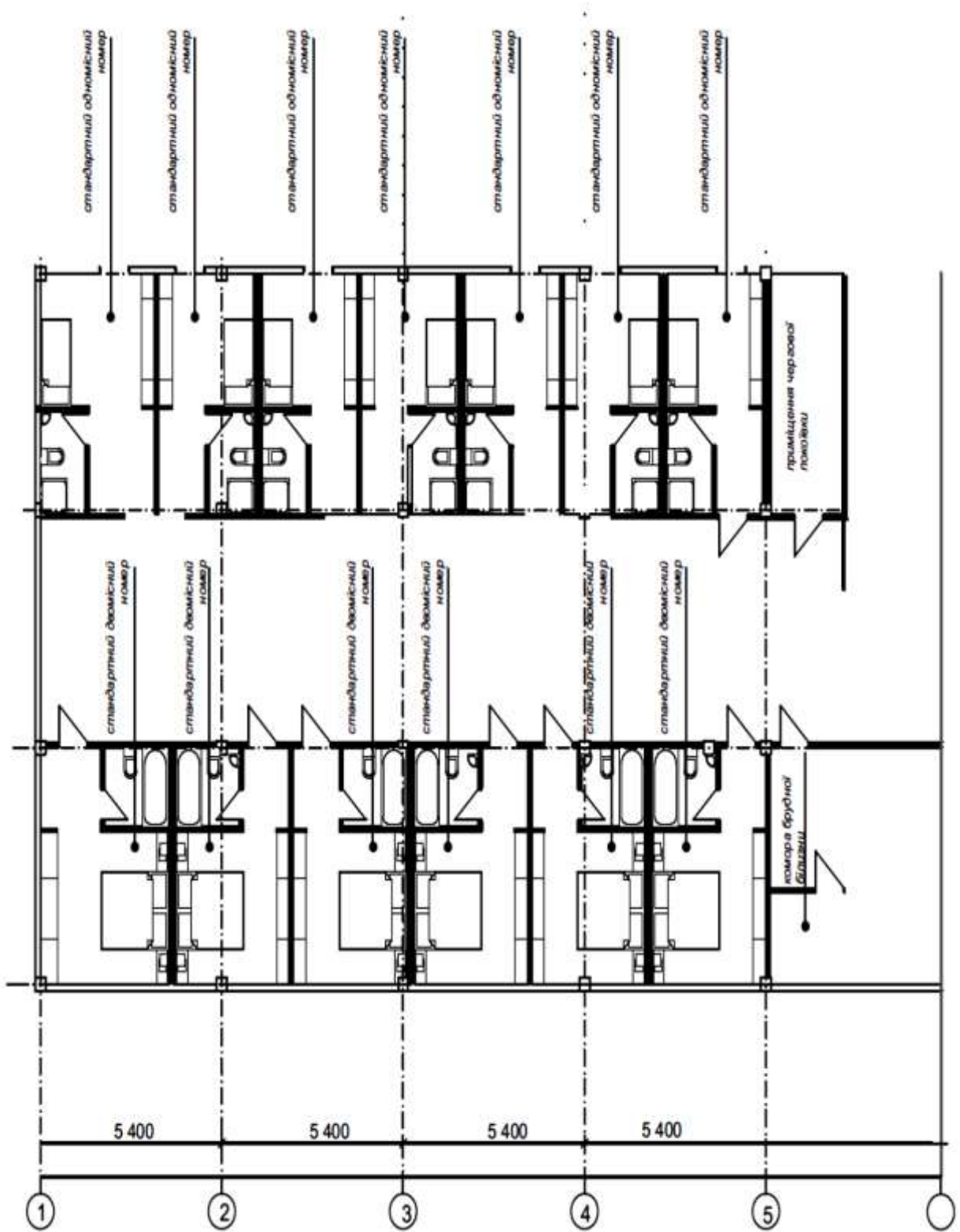
ПЛАН БЛАГОУСТРОЮ В 3D-ПРОЕКЦІЇ

Об'ємно-планувальне рішення 1-го поверху



1	Приймально-вестибюльна група	105
2	Кімната для паління	6
3	Торгівельна зала кафе	90
4	Раздаткова	6
5	Овочевий цех	6
6	Гарячий цех	35
7	Холодний цех	17
8	Мийна кухонного посуду	6
9	Мийна столового посуду	6
10	Комора харчових відходів	6
11	Приміщення конфорки	6
12	Сервісна	6
13	Холодильні камери	6
14	Комора сухих продуктів	5
15	Комора тари	6
16	Комора інвентарю	6
17	Комора напоїв	6
18	Завантажувальна	8
19	Кабінет директора	6
20	Офіс	6
21	Гардероб персоналу	8
22	Сан.вузли персоналу	4
23	Близняна	4
24	Приміщення персоналу	6
25	Кімната офіціантів	5

Об'ємно-планувальне рішення житлового поверху



УДК 005:338.48

БІЗНЕС-ПЛАН ГОТЕЛЮ У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ЗОНІ

Матвієнко В.В.

здобувач вищої освіти

спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

освітня програма «Готельно-ресторанний бізнес»

Національний університет біоресурсів і природокористування України
Науковий керівник – Кудінова Ірина Петрівна, к.е.н., доцент

Рекреаційний готель – це готель, який спеціалізується на наданні рекреаційних послуг і відпочинку гостей. В такому готелі зазвичай є широкий спектр розваг і дозвілля, таких як басейни, спа-центри, сауни, фітнес-зали, ресторани, бари, розважальні програми та екскурсії [1, с. 314].

Рекреаційні готелі часто розташовані неподалік від природних або туристичних об'єктів, що дозволяє гостям насолоджуватися природою або відвідати визначні місця. Такі готелі популярні серед людей, які шукають активний та релаксуючий відпочинок.

Відкриття рекреаційного готелю може бути розглянуто як інновація у галузі туризму і гостинності. Інновація включає в себе впровадження нових ідей, концепцій та підходів, які відрізняються від традиційних методів.

Саме створення рекреаційного готелю є інноваційним за багатьма причинами [3]:

- унікальна концепція – рекреаційний готель пропонує новий підхід до відпочинку та рекреації;
- використання нових технологій – в новоствореному готелі буде відкрито SPA-салон;
- створення унікального середовища – готель буде відкрито у курортній зоні Пуща-Водиця;
- розвиток нових послуг – готель буде пропонувати спа-процедури, фітнес-програми, фешн-тематичні вечори.

Складання бізнес-плану для відкриття готелю у рекреаційній зоні вимагає детального розрахунку і аналізу різних аспектів бізнесу. Деякі особливості складання бізнес-плану для готелю включають [2, с. 157]:

1. Ринковий аналіз. Необхідно детально вивчити ринок готельного бізнесу, визначити цільову аудиторію, конкурентів, можливості для розвитку.
2. Обрання локації. Важливо обрати відповідну локацію для готелю, яка забезпечить зручний доступ для гостей і відповідати їх вимогам.
3. Фінансовий план. Необхідно розрахувати витрати на відкриття і експлуатацію готелю, визначити очікувану прибутковість і визначити стратегію фінансування проекту.
4. Маркетингова стратегія. Для привертання клієнтів потрібно розробити ефективну маркетингову стратегію, включаючи рекламу, просування в соціальних мережах, співпрацю з туристичними агентствами тощо.

5. Операційний план. Важливо розробити детальний план з управління готелем, включаючи вибір персоналу, управління обслуговуванням гостей, контроль якості послуг.

6. Правові аспекти. Потрібно вивчити всі правові вимоги і ліцензійні умови для відкриття готелю, включаючи пожежну безпеку, санітарні норми та інші.

Ці аспекти допоможуть підготувати компетентний бізнес-план для відкриття готелю і забезпечити успішний старт нашому бізнесу.

Відкриття рекреаційного готелю як інновації буде спонукати розвиток туризму та створювати нові можливості для бізнесу в обраному місті. Ми ж пропонуємо відкрити готель у Пуща-Водиця.

Необхідність відкриття рекреаційного готелю в курортній зоні Пуща-Водиця можна оцінювати з різних поглядів. На першому місці стоїть збільшення популярності рекреаційного туризму та відпочинку на природі. Багато людей, особливо жителів великих міст, мають потребу в відпочинку на природі, подиху свіжим повітрям, а також відповідному комплексу розваг і послуг.

Рекреаційний потенціал Пуща-Водиця м. Києва є дуже великим і різноманітним. Це один з найбільших природних парків у місті, який розташований на півдні Києва і охоплює площу близько 2,300 гектарів.

У парку є багато прекрасних місць для прогулянок, пікніків та відпочинку на природі. Тут є кілька озер, таких як Водиця і Пуща, де можна веслувати на човнах і катамаранах або займатися риболовлю. Також парк має багато лісових стежок і трас для пішохідного туризму і велосипедних прогулянок.

Пуща-Водиця також відома своїми історичними та культурними пам'ятками, такими як Вишгородська фортеця і храми, де можна посидіти і насолодитися красою архітектури. Крім того, парк також пропонує спортивні майданчики для баскетболу, футболу, волейболу та інших видів спорту.

В парку часто організовуються різноманітні заходи, такі як концерти, фестивалі та ярмарки, що робить його ще більш привабливим для відвідувачів.

Загалом, рекреаційний потенціал Пуща-Водиця м. Києва дозволяє людям насолодитися природою, зайнятися спортом та відпочити від міської метушні. Це прекрасне місце для активного й релаксуючого відпочинку для всієї родини.

Крім того, відкриття рекреаційного готелю у такій зоні може сприяти розвитку туристичної інфраструктури, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня економічного розвитку регіону. Туристи, які відвідують готель, також можуть витратити кошти на інші послуги та товари, що приводить до зростання прибутковості місцевих підприємств.

Нарешті, відкриття рекреаційного готелю в курортній зоні Пуща-Водиця може бути важливим для місцевих мешканців, які прагнуть відкрити свій бізнес в туристичному секторі. Це може створювати нові можливості для розвитку та підтримки малого та середнього бізнесу на рівні регіону.

Отже, відкриття рекреаційного готелю в курортній зоні Пуща-Водиця має багато переваг, таких як збільшення популярності рекреаційного туризму,

розвиток туристичної інфраструктури та підтримка місцевого бізнесу. Цей проєкт може бути актуальним для регіону і сприяти його розвитку.

Список використаних джерел

1. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.
2. Розметова О.Г. Організація готельного господарства: підручник. Кам'янець-Подільський: Абетка, 2014. 432 с.
3. Любинський Д. SPA в готелі від «А» до «Я». URL: http://www.starpool.com.ua/uploads/Publications/AlfaSPA_Hotel_business_7.pdf (дата звернення 10.03.2024).