

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА
РОБОТА**

04.02 – МКР. №1968 «С» 2023.30.10. 013

ПЗ

ЯСЬКО ЮРІЙ ВІТАЛІЙОВИЧ

2024 р.

Міністерство освіти і науки України
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ННІ неперервної освіти і туризму

УДК 338.486.2: 338.48-44(1-87):

ПОГОДЖЕНО

Директор
ННІ неперервної освіти і
туризму

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

(підпис) **Іван
ГРИЦЕНКО**

(підпис) **Світлана
МЕЛЬНИЧЕНКО**

« ____ » _____ 2024

« ____ » _____ 2024 р.

р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «БІЗНЕС-ПЛАН ГОСТЬОВОГО БУДИНКУ»

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

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

Орієнтація освітньої програми **освітньо-професійна**

Гарант освітньої програми
д. е. н., професор

(підпис) **Світлана
МЕЛЬНИЧЕНКО**

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

(підпис) **Стефанія МОСІЮК**

Виконав

(підпис) **Ясько Юрій**

КИЇВ – 2024

**Національний університет біоресурсів і природокористування
України**

Інститут	неперервної освіти і туризму
Кафедра	готельно-ресторанної справи та туризму
Спеціальність	241 «Готельно – ресторанна справа»
Освітньо-професійна програма	«Готельно - ресторанний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри готельно-ресторанної справи та туризму

Світлана
МЕЛЬНИЧЕНКО

« ___ » _____ 2024_ р.

ЗАВДАННЯ

на магістерську кваліфікаційну роботу студентів

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема магістерської кваліфікаційної роботи: «БІЗНЕС-ПЛАН ГОСТЬОВОГО БУДИНКУ»

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

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: «30» жовтня 2024 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Метою дослідження: є розробка та обґрунтування теоретичних і практичних засад створення бізнес-плану для гостьового будинку, який би забезпечив успішне відкриття та функціонування підприємства в сфері гостинності.

Об'єктом дослідження: є процес бізнес-планування в сфері гостинності, зокрема для гостьових будинків.

4. 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>	виконано
2.	Підготовка першого розділу роботи	<i>11 грудня 2023 р.- 1 лютого 2024 р.</i>	виконано
3.	Підготовка другого розділу роботи	<i>2 лютого – 30 березня 2024 р.</i>	виконано
4.	Підготовка третього розділу роботи	<i>1 квітня – 30 травня 2024 р.</i>	виконано
5.	Підготовка тез за результатами виконаної роботи	<i>до 30 червня 2024 р.</i>	виконано
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>	виконано
7.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника (консультанта)	<i>до 30 вересня 2024 р.</i>	виконано
8.	Перевірка роботи на академічний плагіат	<i>1-10 жовтня 2024 р.</i>	виконано
9.	Отримання відгуку керівника роботи	<i>11-15 жовтня 2024 р.</i>	виконано
10.	Отримання зовнішньої рецензії	<i>16-20 жовтня 2024 р.</i>	виконано
11.	Постерна презентація роботи	<i>21-25 жовтня 2024 р.</i>	виконано
12.	Подача роботи на кафедру	<i>16-30 жовтня 2024 р.</i>	виконано
13.	Підготовка доповіді і презентації.	<i>1-4 листопада 2024 р.</i>	виконано
14.	Допуск магістерської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	<i>5 листопада 2024 р.</i>	виконано
15.	Захист роботи перед екзаменаційною комісією	<i>Відповідно до графіка</i>	виконано

Дата видачі завдання « 1 » листопада 2023 р.
Керівник магістерської кваліфікаційної роботи _____ Стефанія Мосіюк
(підпис) (ім'я, прізвище)

Гарант освітньої програм _____ Світлана Мельниченко
(підпис) (ім'я, прізвище)

Завдання прийняв до виконання _____ Ясько Юрій Віталійович
(підпис) (ім'я прізвище)

5. Відгук керівника магістерської кваліфікаційної роботи

Магістерська кваліфікаційна робота Яська Юрія Віталійовича на тему «Бізнес-план гостьового будинку» є комплексним дослідженням, яке охоплює важливі аспекти розробки та обґрунтування теоретичних і практичних засад створення бізнес-плану для гостьового будинку. Студент продемонстрував високий рівень теоретичних знань та практичних навичок у цій сфері, а також вміння проводити дослідження на основі реальних даних.

Магістерська робота Яська Юрія Віталійовича заслуговує на позитивну оцінку та може бути рекомендована до захисту для здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа».

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи

(підпис, дата)

Стефанія Мосіюк
(ім'я, прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС - ПЛАНУ ГОСТЬОВОГО БУДИНКУ	5
1.1 Поняття та сутність бізнес-плану: визначення, структура та призначення.....	5
1.2 Особливості розробки бізнес-планів для підприємств сфери гостинності.....	12
1.3. Характеристика гостьових будинків як об'єкта підприємницької діяльності.....	25
1.4. Роль і значення бізнес-планування у створенні та розвитку гостьових будинків.....	30
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ГОСТЬОВОГО БІЗНЕСУ	34
2.1. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку українського ринку гостьових будинків.....	34
2.2. Дослідження перспектив розвитку гостьового будинку «Villa Pinia» (Одеса).....	42
2.3 Оцінка конкурентного середовища та стратегій маркетингового позиціонування гостьового будинку «Villa Pinia».....	51
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНА ТА СОЦІАЛЬНА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС - ПЛАНУ ДЛЯ ГОСТЬОВОГО БУДИНКУ «РОБІНЗОН».....	62
3.1. Стратегічне бізнес - планування розвитку гостьового будинку «Робінзон».....	62
3.2 Соціальний ефект від впровадження проекту гостьового будинку «Робінзон».....	71
3.3. Перспективи подальшого розвитку гостьового будинку «Робінзон» на ринку індустрії гостинності України.....	80
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	101

ВСТУП

У сучасних умовах економічного розвитку України, в умовах глобалізації та зростаючої конкуренції в сфері гостинності, бізнес-планування набуває особливого значення. Одним із перспективних напрямів розвитку малого та середнього підприємництва є створення гостьових будинків, що пропонують індивідуальний підхід до клієнтів та високий рівень обслуговування. Проте, для успішного функціонування таких підприємств необхідно ретельно планувати всі етапи їхнього розвитку, що потребує розробки якісного бізнес-плану.

Актуальність теми полягає у зростаючому попиті на послуги гостьових будинків, особливо в туристичних регіонах України, а також у необхідності забезпечення високої конкурентоспроможності таких об'єктів підприємницької діяльності. Незважаючи на значний інтерес до цього питання, проблема створення ефективних бізнес-планів для гостьових будинків залишається недостатньо дослідженою в українській науковій літературі. Це визначає актуальність та доцільність подальшого вивчення цієї тематики, зокрема, з урахуванням специфіки національного ринку гостинності.

Гіпотеза дослідження полягає в припущенні, що одним із перспективних сегментів ринку готельно - ресторанного бізнесу є сектор гостьових будинків, який ефективно забезпечуватиме потреби цільових споживачів сьогодення.

Метою дослідження є розробка та обґрунтування теоретичних і практичних засад створення бізнес-плану для гостьового будинку, який би забезпечив успішне відкриття та функціонування підприємства в сфері гостинності.

Завдання дослідження включають:

1. Вивчення теоретичних основ бізнес-планування та особливостей його розробки для підприємств сфери гостинності.

2. Дослідження ринку гостьових будинків як об'єктів підприємницької діяльності.

3. Розробку бізнес – плану гостьового будинку та визначення стратегії розвитку.

Об'єктом дослідження є процес бізнес-планування в сфері гостинності, зокрема для гостьових будинків.

Предметом дослідження є методичні та практичні підходи до розробки бізнес-плану для гостьових будинків.

Теоретичну основу випускної кваліфікаційної роботи становлять наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, аналіз останніх досягнень науки в розвитку готельно – ресторанного бізнесу.

Інформаційну базу дослідження становлять офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, міністерств, відомств, а також результати діяльності підприємства та власних досліджень.

Методичною основою випускної кваліфікаційної роботи є комплекс методів: порівняння, узагальнення, аналізу і синтезу, системно-структурного та порівняльного аналізу, економічного моделювання, комплексного і системного підходів, структурно-логічного моделювання, розрахунково-аналітичні методи, методи кількісного та якісного аналізу, прогнозування тощо.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробці комплексного підходу до створення бізнес-плану для гостьового будинку, що включає аналіз ринку, розробку стратегії розвитку та прогнозування фінансових результатів.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості застосування запропонованих рекомендацій для успішного створення та функціонування закладів гостинності типу «Гостьовий будинок» в Україні, що сприятиме підвищенню їх конкурентоспроможності на ринку готельного бізнесу.

Апробація результатів роботи і публікації: Основні положення дослідження були представлені на наукових конференціях і семінарах, а також опубліковані у збірнику Тез доповідей III Міжнародної науково – практичної конференції «Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти», (16- 17 травня 2024 р.). Київ: НУБіП України. 2024. 297 с. Тема «Інноваційні впровадження в проектування гостьових будинків».

Структура роботи: Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС - ПЛАНУ ГОСТЬОВОГО БУДИНКУ

1.1 Поняття та сутність бізнес-плану: визначення, структура та призначення

Бізнес-план - це детальний документ, що містить опис майбутнього підприємства або проекту, його цілей, стратегії розвитку, фінансових показників та планів щодо досягнення успіху. Він є ключовим інструментом для планування, залучення інвестицій, оцінки ризиків та управління діяльністю підприємства.

Бізнес-план є основним документом, що забезпечує успішне функціонування будь-якого підприємства, включаючи підприємства сфери гостинності, такі як гостьові будинки. Це комплексний документ, який відображає стратегічне бачення розвитку підприємства, його основні цілі, завдання та шляхи їх досягнення. Бізнес-план виконує кілька важливих функцій, таких як планування, прогнозування, залучення інвестицій, управління ризиками, контроль за виконанням запланованих заходів та координація діяльності підприємства .

Поняття бізнес-плану включає в себе комплексне відображення процесу планування, що охоплює різні аспекти діяльності підприємства. Бізнес-план є не лише інструментом для внутрішнього використання керівництвом підприємства, але й важливим документом для зовнішніх стейкхолдерів, таких як інвестори, кредитори та партнери. Він дозволяє оцінити перспективи розвитку бізнесу, його потенціал та ризики, а також обґрунтувати доцільність інвестування коштів у проект.

Бізнес-план також враховує виробничі, організаційні та правові аспекти діяльності, відображаючи структуру управління, кадрову політику, матеріально-технічне забезпечення та потенційні джерела фінансування. Крім того, бізнес-план слугує основою для оцінки ефективності проекту та

прийняття рішень інвесторами або кредиторами щодо доцільності вкладення коштів. Він є важливим інструментом не лише для запуску нового бізнесу, але й для оптимізації вже існуючих процесів, визначення шляхів розвитку та адаптації до змінних ринкових умов .

Сутність бізнес-плану полягає в тому, що він є системним документом, який містить детальний аналіз ринку, опис продуктів або послуг, стратегічні та тактичні цілі підприємства, а також фінансовий план, що включає прогнози доходів, витрат та прибутковості. Бізнес-план охоплює всі аспекти функціонування підприємства, починаючи від маркетингової стратегії і закінчуючи організаційною структурою, а також описує ресурси, необхідні для реалізації проекту.

Структура бізнес-плану є гнучкою та може варіюватися в залежності від специфіки підприємства та вимог до документа. Проте, типовий бізнес-план складається з таких розділів: резюме, аналіз ринку, опис продукту або послуги, маркетингова стратегія, виробничий план, організаційний план, фінансовий план та аналіз ризиків. Кожен з цих розділів має своє значення та містить детальну інформацію, що дозволяє всебічно оцінити проект.

Резюме є ключовою частиною бізнес-плану, що надає стислий, але вичерпний огляд проекту, акцентуючи увагу на його основних характеристиках та ключових моментах. Воно зазвичай розташовується на початку документа, однак складається вже після завершення роботи над усім бізнес-планом, щоб відобразити найважливіші аспекти проекту.

Метою резюме є швидке ознайомлення з суттю бізнес-плану, забезпечуючи йому розуміння основних аспектів проекту в найкоротший термін. Це важливий елемент для потенційних інвесторів, кредиторів та інших зацікавлених сторін, адже саме від резюме часто залежить перше враження про проєкт і рішення щодо подальшого ознайомлення з деталями бізнес-плану .

Резюме включає ключові відомості про продукт або послугу, яку пропонує підприємство, описує його унікальні та конкурентні переваги на

ринку. Також у резюме повинна бути відображена стратегія компанії, яка включає плани щодо виходу на ринок, маркетингові заходи, обсяги та етапи виробництва, а також організаційну структуру управління.

Особливу увагу в резюме приділяють фінансовим аспектам проєкту. Тут подаються ключові фінансові показники, такі як прогнозовані витрати, очікувані доходи, чистий прибуток, а також розмір необхідних інвестицій. Якщо проєкт передбачає залучення зовнішнього фінансування, у резюме вказують джерела фінансування, умови залучення капіталу, а також строки окупності та потенційну прибутковість для інвесторів .

Резюме також повинно містити коротку інформацію про команду, яка реалізує проєкт, її досвід, кваліфікацію та роль у проєкті. Це допомагає потенційним інвесторам оцінити рівень компетентності і надійності команди, що є критичним фактором успіху будь-якого бізнесу.

Тобто, резюме є концентрованим викладом всієї суті бізнес-плану, призначеним для того, щоб швидко донести до читача найважливіші ідеї та показники проєкту. Його завдання полягає в тому, щоб зацікавити і переконати зацікавлені сторони у потенціалі бізнесу, тим самим забезпечуючи підтримку проєкту на всіх етапах його реалізації .

Аналіз ринку є одним із ключових етапів розробки бізнес-плану, що надає всебічне розуміння ринкового середовища, в якому функціонуватиме підприємство. Цей процес є фундаментальним для формування стратегії бізнесу, оскільки він дозволяє визначити, наскільки реалістичними є цілі, поставлені перед проєктом, та наскільки ефективно підприємство зможе реалізувати свої продукти чи послуги на ринку.

Одним з основних завдань аналізу ринку є дослідження ринкового середовища. Це включає вивчення загальних умов, у яких функціонує галузь, аналіз економічних, соціальних, політичних та технологічних факторів, що впливають на розвиток ринку .т Наприклад, економічні умови, такі як рівень інфляції, процентні ставки, та загальний стан економіки, можуть визначати купівельну спроможність споживачів та попит на продукт. Соціальні

фактори, зокрема зміни в демографічних тенденціях або споживчих перевагах, також можуть суттєво впливати на структуру ринку.

Ключовим елементом ринкового аналізу є визначення цільової аудиторії. Це процес ідентифікації та опису груп споживачів, на яких підприємство планує зосередити свої маркетингові зусилля. Аналіз цільової аудиторії включає вивчення демографічних характеристик, поведінкових особливостей, потреб, уподобань та мотивацій споживачів. Це дозволяє бізнесу точно налаштувати свої продукти або послуги під потреби конкретної аудиторії, що підвищує ймовірність успіху на ринку .

Не менш важливим аспектом аналізу ринку є вивчення конкурентного середовища. Це включає ідентифікацію основних гравців на ринку, аналіз їх сильних та слабких сторін, дослідження їх стратегії, ціноутворення, рівня сервісу та ринкових часток. Вивчення конкурентів допомагає підприємству визначити свої конкурентні переваги, зрозуміти, що робить їх продукцію або послугу унікальною, та визначити, як ефективно конкурувати на ринку.

Окрім цього, аналіз ринку включає оцінку потенційних ринкових можливостей. Це може стосуватися нових або недооцінених сегментів ринку, змін у споживчих уподобаннях, появи нових технологій, що можуть створити нові можливості для бізнесу . Наприклад, зростаючий інтерес до екологічно чистих продуктів може стати важливою ринковою можливістю для компанії, що пропонує товари з органічних матеріалів.

Загалом, аналіз ринку є комплексним процесом, який забезпечує глибоке розуміння умов, у яких функціонуватиме бізнес, та допомагає сформулювати стратегії, спрямовані на успішне освоєння ринку. Він дозволяє підприємству оцінити свої шанси на успіх, виявити можливі ризики та визначити найбільш перспективні напрямки розвитку, що зрештою сприяє досягненню довгострокових цілей.

Опис продукту або послуги є важливим елементом бізнес-плану, оскільки він надає потенційним інвесторам, партнерам та клієнтам детальне уявлення про те, що саме пропонує підприємство. Цей розділ містить

інформацію про основні характеристики продукту або послуги, їх унікальні властивості та конкурентні переваги, які роблять пропозицію привабливою для цільової аудиторії.

Перш за все, опис продукту або послуги починається з детального викладу основних характеристик. Це можуть бути фізичні властивості продукту, такі як розміри, форма, матеріали, з яких він виготовлений, функціональні особливості, або, у випадку послуг, опис процесу надання послуги, її тривалість, обсяг та інші важливі аспекти. Цей опис має бути максимально точним і повним, щоб читачі могли чітко уявити, що саме пропонується [8, с. 205-206].

Унікальні властивості продукту або послуги є наступним важливим аспектом, на який слід звернути увагу. Це ті особливості, які відрізняють продукт або послугу від конкурентів на ринку. Наприклад, якщо мова йде про продукт, це можуть бути інноваційні технології, використані у виробництві, або особливі функції, які роблять його більш зручним або ефективним у використанні. Якщо ж розглядається послуга, унікальними властивостями можуть бути високий рівень персоналізації, унікальний підхід до обслуговування клієнтів або наявність додаткових послуг, що підвищують її цінність.

Конкурентні переваги продукту або послуги також є важливим елементом опису. Це ті характеристики, які роблять пропозицію підприємства більш привабливою порівняно з конкурентами. Конкурентні переваги можуть включати в себе як унікальні властивості продукту, так і інші фактори, такі як ціна, якість, доступність або рівень сервісу [9, с. 189-193]. Наприклад, якщо продукт пропонується за нижчою ціною при збереженні високої якості, це може бути важливою конкурентною перевагою, що дозволить підприємству зайняти вигідну позицію на ринку.

Опис продукту або послуги також може включати інформацію про можливі варіанти використання, життєвий цикл продукту, стратегії продажу та просування. Це допоможе читачам бізнес-плану краще зрозуміти, як

продукт або послуга буде інтегруватися в ринкове середовище та задовольняти потреби клієнтів [8-9].

Загалом, опис продукту або послуги має бути логічно структурованим, зрозумілим та переконливим. Він повинен підкреслювати всі важливі аспекти пропозиції, які роблять її унікальною та конкурентоспроможною, що в результаті підвищує шанси на успіх бізнесу на ринку.

Маркетингова стратегія -це ключовий елемент бізнес-плану, що визначає, як саме продукт або послуга буде виводитися на ринок, просуватися серед цільової аудиторії, а також якими будуть канали збуту та цінова політика. Стратегія включає в себе комплекс заходів, спрямованих на підвищення впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів і утримання існуючих [10, с. 47-50].

Просування продукту охоплює різноманітні інструменти маркетингу, такі як реклама, PR-кампанії, акції та спеціальні пропозиції. Вибір відповідних каналів збуту - це визначення оптимальних шляхів доставки продукту до споживачів, будь то прямі продажі, онлайн-платформи, роздрібні мережі або інші способи. Цінова політика, у свою чергу, встановлює оптимальні ціни на продукт, враховуючи собівартість, рівень конкуренції та очікувану рентабельність .

Загалом, маркетингова стратегія забезпечує комплексний підхід до досягнення цілей бізнесу, створюючи ефективні умови для успішного виходу на ринок і довгострокового розвитку компанії.

Виробничий план описує технологічні процеси, необхідні для створення продукту або надання послуги, а також ресурси, необхідні для їх реалізації.

Виробничий план - це детальний опис технологічних процесів, які використовуються для створення продукту або надання послуги. Він включає в себе інформацію про етапи виробництва, необхідне обладнання, матеріали, трудові ресурси та управлінські процеси. План також визначає ресурси, які

потрібні для ефективної реалізації цих процесів, включаючи фінансові витрати та час, необхідний для завершення виробництва.

Організаційний план містить інформацію про структуру управління підприємством, кваліфікаційні вимоги до персоналу та систему мотивації працівників.

Організаційний план описує структуру управління підприємством, включаючи організаційну ієрархію та розподіл обов'язків між керівниками і співробітниками. Він також визначає кваліфікаційні вимоги до персоналу, необхідні для виконання різних ролей, та включає систему мотивації працівників, яка може включати заробітну плату, бонуси, премії та інші стимули для підвищення продуктивності та задоволеності працівників.

Фінансовий план є одним з ключових розділів бізнес-плану, оскільки він включає прогнози доходів, витрат, прибутків, а також аналіз фінансової стійкості підприємства. Він допомагає визначити фінансові потреби, планувати бюджет та оцінювати економічну ефективність бізнесу.

Аналіз ризиків оцінює можливі загрози для успішної реалізації проекту та визначає заходи для їх мінімізації, допомагає передбачити можливі проблеми та забезпечити ефективні заходи для їх запобігання [13, с.149–150].

Для узагальнення викладеного вище, зформована таблиця 1.1.

Таблиця 1.1. Структура бізнес-плану

№	Розділ	Опис
1	Резюме	Ключова частина бізнес-плану, яка надає стислий огляд проекту, включаючи основні характеристики, конкурентні переваги, фінансові аспекти та інформацію про команду.
2	Аналіз ринку	Включає дослідження ринкового середовища, цільової аудиторії, конкурентного середовища та ринкових можливостей.

3	Опис продукту або послуги	Деталізує основні характеристики, унікальні властивості та конкурентні переваги продукту або послуги.
4	Маркетингова стратегія	Описує стратегію виходу на ринок, просування продукту, канали збуту та цінову політику.
5	Виробничий план	Описує технологічні процеси, необхідні ресурси та етапи виробництва.
6	Організаційний план	Містить інформацію про структуру управління підприємством, кваліфікаційні вимоги до персоналу та систему мотивації працівників.
7	Фінансовий план	Включає прогнози доходів, витрат, прибутків, а також аналіз фінансової стійкості підприємства.
8	Аналіз ризиків	Оцінює можливі загрози для успішної реалізації проекту та визначає заходи для їх мінімізації.

**Розроблено автором*

Отже, бізнес-план є комплексним документом, що поєднує в собі стратегічний та тактичний підходи до планування діяльності підприємства. Він забезпечує керівництво підприємства інструментами для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, а також є важливим документом для залучення зовнішніх інвестицій та підтримки довгострокової конкурентоспроможності підприємства.

1.2 Особливості розробки бізнес-планів для підприємств сфери гостинності

Розробка бізнес-плану для підприємств сфери гостинності є складним та багатогранним процесом, який вимагає особливої уваги до ряду специфічних аспектів. Ця сфера охоплює широкий спектр діяльності, від готелів і ресторанів до гостьових будинків, кожен з яких має свої унікальні

виклики та можливості. Враховуючи високу конкуренцію, сезонність попиту та велику залежність від якості обслуговування, бізнес-планування в цій галузі має свої особливості, які варто детально розглянути.

Однією з ключових особливостей розробки бізнес-плану для підприємств сфери гостинності є необхідність глибокого аналізу ринку. Успішний бізнес-план повинен починатися з детального дослідження ринку, яке включає вивчення тенденцій, аналіз попиту та пропозиції, а також оцінку конкурентного середовища. Для цього важливо врахувати такі фактори:

1. Цільова аудиторія гостьового будинку – це група потенційних клієнтів, які поділяють певні спільні риси, потреби та очікування. Визначення цієї аудиторії є важливим кроком у створенні успішної маркетингової стратегії, яка дозволяє ефективно звертатися до тих, хто найбільше зацікавлений у послугах гостьового будинку.

Розуміння цільової аудиторії починається з аналізу демографічних характеристик потенційних клієнтів. Це включає вивчення таких аспектів, як вік, стать, сімейний стан, рівень доходу та освіта. Наприклад, якщо гостьовий будинок орієнтований на сімейний відпочинок, важливо врахувати потреби сімей з дітьми, що може включати наявність дитячих зон, спеціальних меню або програм для дітей. У випадку орієнтації на молодь, акцент може бути зроблений на сучасному дизайні, доступності інтернету та близькості до розважальних закладів.

Географічні фактори також відіграють важливу роль у визначенні цільової аудиторії. Це включає не лише розташування гостьового будинку, але й місця проживання потенційних гостей. Наприклад, для гостьового будинку, розташованого в туристичній зоні, основною цільовою аудиторією можуть бути туристи з інших регіонів чи країн. Важливо врахувати специфіку подорожей цих груп, їхні очікування щодо комфорту, рівня обслуговування та додаткових послуг, які можуть бути їм цікаві.

Поведінкові характеристики потенційних клієнтів також є важливими для розуміння цільової аудиторії. Це включає в себе їхні звички, вподобання

та мотиви, що впливають на прийняття рішень. Наприклад, для мандрівників, які цінують унікальні враження та аутентичний досвід, гостьовий будинок може запропонувати тематичні номери, екскурсії місцевими пам'ятками чи організацію кулінарних майстер-класів. Для клієнтів, які шукають спокій та релаксацію, акцент може бути зроблений на наявності SPA-послуг, приватності та гармонії з природою.

Соціальні та культурні фактори також мають вплив на формування цільової аудиторії. Знання культурних особливостей та соціальних трендів дозволяє адаптувати пропозицію гостьового будинку під очікування різних груп клієнтів. Наприклад, для міжнародних туристів важливо забезпечити зручність у спілкуванні, наявність інформаційних матеріалів кількома мовами, а також відповідність пропозиції місцевим культурним нормам.

Аналіз цільової аудиторії також передбачає вивчення їхніх потреб та очікувань. Це дозволяє створити продукт, який максимально задовольняє клієнтські потреби та забезпечує високу лояльність. Важливо також враховувати зміни у поведінці споживачів, які можуть бути викликані різними факторами, такими як економічна ситуація, нові технології або зміни у стилі життя. Це допомагає підтримувати актуальність пропозиції та постійно залучати нових клієнтів.

Тобто, цільова аудиторія гостьового будинку – це складний і багатогранний аспект бізнесу, який потребує глибокого аналізу та розуміння. Тільки з урахуванням усіх характеристик, потреб і поведінкових особливостей цільової аудиторії, гостьовий будинок може ефективно функціонувати на ринку, залучати нових клієнтів та забезпечувати їхню лояльність.

2. Конкурентний аналіз є одним із ключових етапів у процесі бізнес-планування для гостьового будинку, оскільки він дозволяє зрозуміти ринкове середовище, ідентифікувати основних гравців на ринку та оцінити їх вплив на ваш бізнес. Цей аналіз допомагає визначити конкурентні переваги, виявити слабкі сторони конкурентів і знайти можливості для позиціонування

гостьового будинку таким чином, щоб він вигідно виділявся серед інших пропозицій .

Процес конкурентного аналізу починається з визначення основних конкурентів. Це можуть бути як прямі конкуренти, що пропонують аналогічні послуги в тому ж регіоні, так і непрямі, які задовольняють схожі потреби клієнтів, але через інші типи послуг або продуктів. Наприклад, якщо ваш гостьовий будинок розташований у курортній зоні, до прямих конкурентів можна віднести інші гостьові будинки, міні-готелі або орендовані квартири, які надають аналогічні послуги. Непрямими конкурентами можуть бути великі готельні комплекси, які пропонують ширший спектр послуг, але за вищими цінами.

Наступним кроком є аналіз сильних і слабких сторін конкурентів. Це дозволяє виявити, в чому вони перевершують вас і де ви можете отримати перевагу. Наприклад, деякі конкуренти можуть мати більш розвинену інфраструктуру або довготривалу репутацію на ринку, що робить їх привабливими для певної аудиторії. Водночас вони можуть мати недоліки, такі як відсутність інновацій, недостатня персоналізація послуг або вища вартість, що відкриває можливості для вашого бізнесу .

Важливо також проаналізувати цінову політику конкурентів. Розуміння того, як формується ціна на послуги в регіоні, дозволяє правильно позиціонувати власний гостьовий будинок. Якщо ви плануєте пропонувати послуги за нижчою ціною, необхідно переконатися, що це не вплине на якість, і водночас підкреслити економічну вигоду для клієнтів. Якщо ж ваш бізнес орієнтований на преміальний сегмент, потрібно чітко аргументувати вартість, обґрунтовуючи її високим рівнем сервісу або унікальними пропозиціями.

Конкурентний аналіз також включає дослідження маркетингових стратегій, які використовують ваші конкуренти. Це може включати аналіз їх присутності в інтернеті, активності в соціальних мережах, рекламу, а також програми лояльності та спеціальні пропозиції для клієнтів. Вивчення цих

аспектів допомагає зрозуміти, як ваші конкуренти приваблюють та утримують клієнтів, і як ви можете адаптувати або вдосконалити свої маркетингові підходи.

На думку автора, ще одним важливим аспектом є аналіз репутації конкурентів. Відгуки клієнтів, рейтинги на онлайн-платформах, згадки у ЗМІ – все це допомагає скласти уявлення про те, як сприймається бізнес вашого конкурента в очах споживачів. Розуміння того, що саме клієнти цінують або, навпаки, критикують у конкурентів, дозволяє вам уникнути їхніх помилок і підкреслити свої сильні сторони.

Нарешті, конкурентний аналіз дозволяє виявити можливості для співпраці або партнерства з іншими гравцями на ринку. Наприклад, розглянути можливість співпраці з локальними туристичними агентствами, ресторанами чи розважальними закладами, які доповнюють послуги і можуть допомогти розширити клієнтську базу.

3. Сезонність є одним із ключових факторів, що впливає на діяльність гостьових будинків, особливо тих, що розташовані в туристичних регіонах. Вона визначає попит на послуги протягом року, впливає на фінансові показники, маркетингові стратегії та загальне управління бізнесом. Розуміння сезонних коливань і вміння адаптуватися до них є критично важливим для успішного функціонування гостьового будинку.

У багатьох регіонах туристичний потік значно варіюється залежно від пори року. Наприклад, в літній сезон, коли погода сприяє активному відпочинку, попит на гостьові будинки, розташовані біля моря чи в горах, може значно зрости. Це спричиняє високий рівень завантаженості, що, в свою чергу, дозволяє збільшити ціни на проживання та підвищити доходи бізнесу. З іншого боку, у зимовий період попит може різко впасти, що призводить до зменшення заповнюваності номерів і зниження доходів. Для гостьових будинків, розташованих у гірських регіонах, навпаки, зимовий сезон може бути найбільш активним завдяки привабливості зимових видів спорту.

Сезонність також впливає на управління персоналом гостьового будинку. Під час високого сезону може виникнути потреба в залученні додаткового персоналу для забезпечення належного рівня обслуговування гостей, тоді як у низький сезон можна скоротити штат або запропонувати працівникам часткову зайнятість. Це вимагає гнучкого підходу до управління людськими ресурсами, що дозволяє оптимізувати витрати на оплату праці та забезпечити високий рівень сервісу .

Маркетингові стратегії також повинні враховувати сезонність. У періоди високого попиту можна активізувати рекламні кампанії, спрямовані на залучення більшої кількості гостей, зокрема за рахунок спеціальних пропозицій, акцій або пакетних турів. Водночас, у міжсезоння, коли туристичний потік зменшується, важливо розробляти стратегії для підтримки завантаженості, наприклад, пропонуючи знижки, організовуючи заходи чи конференції, що приваблюють ділових туристів.

Сезонні коливання впливають і на фінансове планування гостьового будинку. Важливо передбачати як періоди з високими доходами, так і часи, коли доходи можуть бути значно нижчими. Це вимагає ретельного планування бюджету та управління грошовими потоками, що дозволяє зберігати фінансову стабільність протягом усього року. Наприклад, накопичення прибутку під час пікового сезону може допомогти покрити витрати в міжсезонний період.

Крім того, сезонність може мати вплив на стратегічне планування розвитку гостьового будинку. Наприклад, під час низького сезону можна проводити ремонтні роботи або оновлення інфраструктури, щоб не переривати обслуговування гостей під час активного періоду. Це дозволяє підтримувати високий рівень якості послуг і забезпечувати конкурентоспроможність на ринку .

Сезонність є важливим фактором, що впливає на всі аспекти діяльності гостьового будинку. Успішне управління сезонними коливаннями вимагає гнучкого підходу до планування, маркетингу, управління персоналом та

фінансових ресурсів. Розуміння та адаптація до сезонних змін дозволяє гостьовому будинку не лише виживати, але й процвітати, забезпечуючи стабільний потік клієнтів і прибуток протягом усього року. У таблиці 1.2 викладено ключові аспекти розробки бізнес-плану з врахування специфіки галузі обслуговування.

Таблиця 1.2. Аналіз ключових аспектів розробки бізнес-плану для гостьового будинку

№	Ключовий аспект	Опис
1	Аналіз цільової аудиторії	Включає дослідження демографічних, географічних, поведінкових, соціальних та культурних характеристик потенційних клієнтів для створення успішної маркетингової стратегії.
2	Конкурентний аналіз	Процес вивчення ринкового середовища, ідентифікації основних конкурентів, їх сильних і слабких сторін, цінової політики, маркетингових стратегій і репутації.
3	Сезонність	Враховує сезонні коливання попиту, управління персоналом, маркетингові стратегії, фінансове планування та стратегічний розвиток для оптимізації діяльності гостьового будинку.

**Узагальнено автором на основі джерел [14-21].*

Важливою частиною бізнес-плану є чітке визначення концепції та формату підприємства. У сфері гостинності існує велика кількість варіантів, від економічних готелів до елітних гостьових будинків. Вибір концепції визначає напрямок подальшого планування та впливає на всі аспекти бізнесу, включаючи:

1. Цінова політика є одним з ключових елементів стратегії управління гостьовим будинком, оскільки вона безпосередньо впливає на

конкурентоспроможність, фінансовий стан і здатність залучати та утримувати клієнтів. Цей аспект управління визначає, як формуються ціни на послуги, враховуючи різні фактори, такі як витрати, конкурентне середовище та специфічні потреби ринку.

Процес визначення цінової політики починається з детального аналізу витрат. Для гостьового будинку це включає витрати на утримання будівлі, комунальні послуги, заробітну плату персоналу, витрати на постачання та обслуговування інфраструктури. Оцінка всіх цих витрат дозволяє визначити мінімальний рівень цін, який забезпечить покриття витрат і досягнення прибутковості. Водночас, цінова політика повинна враховувати прибутковість бізнесу і забезпечувати фінансову стабільність, тому ціни часто встановлюються з урахуванням бажаного рівня маржі .

Конкуренція є ще одним важливим фактором, що впливає на цінову політику. Вивчення цін конкурентів допомагає визначити, як ваші ціни порівнюються з ринковими стандартами. Це дозволяє адаптувати свою стратегію таким чином, щоб вона була конкурентоспроможною, але водночас не знижувала прибутковість. Наприклад, якщо конкуренти пропонують подібні послуги за нижчими цінами, може виникнути необхідність знайти унікальні переваги або додаткові послуги, які можуть виправдати вищу ціну, яку ви пропонуєте.

Ще один аспект цінової політики – це адаптація до сезонних коливань. Як було зазначено, попит на послуги гостьового будинку змінюється в залежності від пори року. Високий сезон може вимагати підвищення цін, що дозволяє максимізувати прибутки в періоди пікових навантажень. У міжсезоння, коли попит знижується, може бути необхідно знизити ціни або запропонувати спеціальні акції, щоб підтримувати завантаженість і залучати клієнтів .

Цінова політика також повинна враховувати цільову аудиторію гостьового будинку. Наприклад, для сегмента преміум-класу можуть бути встановлені вищі ціни, що відповідають високому рівню обслуговування і

ексклюзивним умовам. Для масового сегмента, де конкуренція може бути більш жорсткою, ціни можуть бути більш помірними і орієнтованими на економічний клас.

Важливим аспектом є гнучкість цінової політики. Можливість адаптувати ціни в залежності від попиту, конкурентного середовища та інших факторів може стати значною перевагою. Для цього можуть використовуватися різні механізми, такі як динамічне ціноутворення, знижки для раннього бронювання, спеціальні пропозиції для постійних клієнтів чи акції на святкові дати.

Нарешті, ефективна цінова політика включає в себе регулярний моніторинг та аналіз результатів. Постійний перегляд фінансових показників, відгуків клієнтів і змін на ринку допомагає оцінити, чи відповідають ціни бізнес-цілям і чи задовольняють потреби клієнтів. Це дозволяє вчасно вносити корективи, щоб підтримувати баланс між конкурентоспроможністю, прибутковістю і якістю обслуговування. 2. Концепція визначає стандарти обслуговування, які повинні бути впроваджені. Наприклад, у готелі преміум-класу клієнти очікують надання додаткових послуг, таких як SPA, фітнес-зали, конференц-зали тощо.

3. Формат підприємства також визначає інтер'єр та атмосферу закладу. Гостьові будинки, орієнтовані на туристів, можуть мати затишну, домашню атмосферу, тоді як бізнес-готелі часто вибирають сучасний, мінімалістичний дизайн.

Фінансове планування є критично важливим етапом при розробці бізнес-плану для підприємств у сфері гостинності. Вартість початкових інвестицій може бути значною, особливо коли мова йде про будівництво або купівлю приміщення, його облаштування, а також отримання всіх необхідних ліцензій і дозволів. З цього приводу особлива увага повинна приділятися кільком ключовим аспектам.

По-перше, важливо ретельно оцінити початкові витрати. Це охоплює витрати на придбання або оренду приміщень, а також витрати на ремонт і

облаштування. Крім того, необхідно врахувати витрати на закупівлю обладнання, меблів, інвентарю та інших матеріальних активів, які потрібні для функціонування гостьового будинку.

Операційні витрати також потребують детального аналізу. Сюди входять витрати на оплату праці працівників, комунальні послуги, маркетинг, а також на підтримку об'єкта в належному стані. Не слід забувати й про витрати на закупівлю продуктів харчування, миючих засобів та інших необхідних ресурсів, які забезпечують безперебійне функціонування бізнесу .

Прогнозування доходів є ще однією важливою частиною фінансового планування. Для цього потрібно розробити реалістичні прогнози на основі детального аналізу ринку та попереднього досвіду. Це передбачає прогнозування середньої заповнюваності номерів або гостьових кімнат, середньої вартості перебування, а також можливих доходів від додаткових послуг.

Нарешті, бізнес-план повинен містити детальні розрахунки рентабельності та окупності проекту. Це включає аналіз різних сценаріїв розвитку подій, зокрема і песимістичних, що дозволяє краще підготуватися до можливих фінансових ризиків і забезпечити стійкість бізнесу в різних умовах.

Загалом, фінансове планування вимагає комплексного підходу та глибокого аналізу всіх аспектів витрат і доходів, що дозволяє забезпечити ефективне управління ресурсами та успішне функціонування гостьового будинку .

Маркетинг у сфері гостинності має вирішальне значення, оскільки він безпосередньо впливає на наповнюваність закладу і його популярність серед клієнтів. Успішна маркетингова стратегія повинна бути всебічною та враховувати кілька ключових аспектів.

Перш за все, важливо провести детальний аналіз ринку і чітко визначити позиціонування гостьового будинку. Це включає визначення конкурентних переваг підприємства, формування його унікальної

торговельної пропозиції (УТП) і розробку стратегії позиціонування на ринку. Наприклад, гостьовий будинок може виділятися завдяки своїй екологічній чистоті, унікальному розташуванню або автентичній атмосфері, що робить його привабливим для певних категорій туристів.

Подальше завдання полягає у виборі найбільш ефективних каналів просування. Це може включати використання онлайн-маркетингу, активність у соціальних мережах, співпрацю з туристичними агенціями та партнерські програми. Правильний вибір каналів допомагає максимізувати охоплення аудиторії і забезпечити ефективну комунікацію з потенційними клієнтами.

Цінова стратегія є ще одним важливим компонентом маркетингового плану. Вона повинна враховувати потреби цільової аудиторії, сезонні коливання попиту і загальне позиціонування гостьового будинку на ринку. Розуміння того, як правильно встановити ціни, може суттєво вплинути на привабливість пропозиції для різних сегментів клієнтів.

Ще одним аспектом є підтримка лояльності клієнтів. Програми лояльності, бонуси для постійних відвідувачів, спеціальні пропозиції та акції можуть значно підвищити рівень лояльності і стимулювати повторні візити. Це не лише збільшує стабільність доходів, але й формує позитивний імідж гостьового будинку серед клієнтів.

Управління персоналом є не менш важливим, оскільки якість обслуговування безпосередньо залежить від ефективності роботи команди. Це починається з підбору кваліфікованих і досвідчених працівників, які здатні забезпечити високий рівень обслуговування, від прийому гостей до обслуговування номерів і кухні. Регулярне навчання і розвиток персоналу є необхідними для підтримання високих стандартів обслуговування. Тренінги з обслуговування клієнтів, стандарти гостинності та управління конфліктними ситуаціями допомагають підтримувати якість послуг на стабільному рівні.

Забезпечення мотивації і утримання персоналу також має велике значення. Система мотивації повинна включати не лише конкурентоспроможну заробітну плату, але й інші форми стимулювання, такі

як бонуси, можливості для кар'єрного зростання та інші стимули, що сприяють підвищенню продуктивності та задоволеності працівників [31, с. 8-10].

Вважається, що маркетинг і управління персоналом у сфері гостинності є взаємопов'язаними аспектами, які мають бути гармонійно інтегровані для досягнення успіху в цьому конкурентному середовищі. Основні елементи бізнес – плану, які враховують вплив маркетингових чинників на процес управління закладом наведено в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3. **Основні аспекти бізнес-плану для гостьового будинку**

№	Аспект	Опис
1	Концепція та формат підприємства	Визначення концепції та формату гостьового будинку, що включає цінову політику, стандарти обслуговування, інтер'єр та атмосферу. Важливий для подальшого планування і впливає на всі аспекти бізнесу.
2	Цінова політика	Охоплює аналіз витрат, врахування конкурентного середовища, сезонних коливань, цільової аудиторії та гнучкість цінової політики. Включає моніторинг та аналіз фінансових показників.
3	Фінансове планування	Оцінка початкових витрат, операційних витрат, прогнозування доходів та розрахунок рентабельності й окупності проєкту. Вимагає комплексного підходу та глибокого аналізу.
4	Маркетинг	Включає аналіз ринку, визначення позиціонування, вибір каналів просування, цінову стратегію, підтримку лояльності клієнтів. Впливає на наповнюваність закладу і його популярність серед клієнтів.
5	Управління персоналом	Охоплює підбір кваліфікованих працівників, регулярне навчання, розвиток, мотивацію та

	утримання персоналу. Взаємопов'язано з маркетингом і має значний вплив на якість обслуговування.
--	--

**Узагальнено автором на основі джерел [22-31].*

У сфері гостинності підприємства повинні ретельно дотримуватися законодавчих вимог, які регулюють їхню діяльність, щоб забезпечити легальність і безпеку своїх операцій.

Першочергове завдання полягає в отриманні всіх необхідних ліцензій та дозволів. Це може включати ліцензії на розміщення гостей, що дозволяють офіційно приймати і розміщувати відвідувачів, а також дозволи на продаж алкогольних напоїв і надання послуг харчування. Всі ці документи є обов'язковими для легальної діяльності і мають бути включені до бізнес-плану.

Окрім ліцензій, підприємства повинні забезпечити відповідність санітарним, пожежним і будівельним нормам. Ці вимоги стосуються якості обслуговування, безпеки для гостей і працівників, а також відповідності інфраструктури певним стандартам. Дотримання таких норм не тільки гарантує безпеку, але й впливає на репутацію підприємства та його здатність успішно функціонувати.

Не менш важливим аспектом є страхування. Підприємствам у сфері гостинності необхідно враховувати різні види страхування для покриття потенційних ризиків. Це може включати страхування майна на випадок пошкоджень або втрат, страхування відповідальності перед третіми особами та страхування персоналу. Наявність належного страхового покриття забезпечує фінансову безпеку і захист від можливих непередбачених ситуацій.

Загалом, дотримання законодавчих вимог є критично важливим для успішної діяльності в сфері гостинності. Вірне управління ліцензіями, відповідність нормам і наявність страхування є основою для легального і

безпечного ведення бізнесу, що впливає на загальний успіх і стабільність підприємства.

1.3. Характеристика гостьових будинків як об'єкта підприємницької діяльності.

Гостьові будинки є популярною формою підприємницької діяльності в сфері гостинності, що пропонує гостям комфортні умови проживання в атмосфері домашнього затишку. Вони займають важливе місце на ринку туристичних послуг, забезпечуючи альтернативу традиційним готелям та орієнтуючись на різні сегменти клієнтів. Гостьові будинки відзначаються рядом особливостей та характеристик, які визначають їх як об'єкт підприємницької діяльності.

Гостьові будинки можуть мати різноманітні концепції та формати, що залежить від їхнього розташування, цільової аудиторії та рівня послуг. Вони відрізняються за стилем і призначенням, що дозволяє задовольняти різні потреби гостей.

Традиційні гостьові будинки зазвичай представляють собою невеликі приватні будинки або котеджі, що пропонують обмежену кількість номерів для проживання. Їхня основна перевага полягає в домашній атмосфері та індивідуальному підході до кожного гостя. Така обстановка створює затишок і комфорт, який важко знайти у великих готелях .

Екотуристичні гостьові будинки зосереджені на екологічній стійкості та гармонії з природою. Вони зазвичай розташовані в сільській місцевості або на природних об'єктах і використовують екологічно чисті матеріали та енергоефективні технології. Гості таких закладів можуть насолоджуватися природними красотами, при цьому знаючи, що їхній вибір підтримує збереження навколишнього середовища .

Гостьові будинки в міських умовах, розташовані у великих містах, зазвичай орієнтовані на бізнес-мандрівників або туристів, які шукають комфортне житло за помірну ціну. Вони часто пропонують зручне

розташування і хорошу інфраструктуру для тих, хто приїжджає у місто з різними цілями.

Управління гостьовими будинками має свої особливості, які впливають на їх маркетинг і операційну діяльність. Гнучкість у наданні послуг є однією з основних переваг. Власники можуть легко адаптувати свої послуги відповідно до потреб гостей, пропонуючи, наприклад, організацію екскурсій або спеціальні заходи, що дозволяє створювати індивідуальний досвід для кожного відвідувача.

Невеликі розміри гостьових будинків також сприяють високому рівню обслуговування, оскільки обмежена кількість номерів дозволяє надавати більш персоналізовану увагу. Це водночас знижує витрати на утримання великого персоналу, оскільки власники часто самі займаються управлінням і обслуговуванням гостей.

Локальна інтеграція є ще однією важливою рисою гостьових будинків. Часто вони інтегровані в місцеву спільноту, що дозволяє пропонувати гостям автентичний досвід. Це може включати використання місцевих продуктів у харчуванні, співпрацю з місцевими ремісниками та надання інформації про культурні та природні особливості регіону.

Не менш важливим є врахування сезонності. Як і інші підприємства в сфері гостинності, гостьові будинки можуть відчувати значні коливання в попиті в залежності від сезону. Це вимагає ретельного планування операційної діяльності та маркетингових заходів, щоб забезпечити стабільний дохід протягом року [39, с. 193-195].

Цільова аудиторія гостьових будинків може бути дуже різноманітною, в залежності від їх розташування та концепції. Наприклад, туристи і відпочивальники часто є основними гостями, оскільки вони шукають затишне місце для проживання під час свого відпочинку. Такі заклади можуть пропонувати різні види відпочинку, від активних розваг до спокійного релаксу.

В міських умовах гостьові будинки також можуть приваблювати бізнес-мандрівників, які потребують комфортабельного проживання з можливістю відпочинку після робочого дня. Для сімей з дітьми деякі гостьові будинки спеціалізуються на забезпеченні комфортних умов для відпочинку з дітьми, надаючи такі послуги, як дитячі майданчики, спеціальне меню і послуги няні.

Крім того, для мандрівників, які шукають унікальні враження, гостьові будинки можуть запропонувати ексклюзивні програми, такі як кулінарні майстер-класи, екскурсії до природних заповідників або культурні заходи, що дозволяє їм насолодитися особливим досвідом.

Гостьові будинки, як частина сфери гостинності, підлягають регуляторному контролю та ліцензуванню. Власники таких закладів зобов'язані отримати відповідні ліцензії, що дозволяють їм вести діяльність, включаючи прийом гостей, а також можливість надання послуг харчування чи продажу алкоголю.

Крім того, гостьові будинки повинні відповідати встановленим стандартам безпеки, санітарії та пожежної безпеки. Це означає забезпечення відповідного стану приміщень, наявність засобів для пожежогасіння та розробка планів евакуації [40, с. 273-275].

Також обов'язковим є страхування відповідальності перед третіми особами і страхування майна, що покриває можливі ризики.

Фінансове управління гостьовим будинком має кілька ключових аспектів. Початкові інвестиції зазвичай включають витрати на придбання або оренду нерухомості, її ремонт та облаштування інтер'єру, а також на закупівлю меблів та обладнання. Операційні витрати охоплюють витрати на комунальні послуги, обслуговування будинку, заробітну плату персоналу та витрати на маркетинг.

Цінова політика є важливою складовою, яка повинна бути конкурентоспроможною і враховувати місцевий ринок, рівень послуг та витрати на утримання будинку. Врахування сезонних коливань та пропозиція

спеціальних пакетів для гостей можуть стати ефективними стратегіями для залучення клієнтів.

Основним джерелом доходу є плата за проживання, проте додаткові доходи можуть надходити від надання додаткових послуг, таких як організація заходів, харчування, екскурсійні програми та інші послуги для гостей.

Ефективне управління та маркетинг є критично важливими для успіху гостьового будинку. Важливо забезпечити високий рівень якості обслуговування, що включає ретельний догляд за приміщенням, підтримку чистоти, швидке реагування на запити гостей та оперативне вирішення будь-яких проблем.

Розробка комплексної маркетингової стратегії також має велике значення. Це передбачає активне онлайн-просування, співпрацю з туристичними платформами, ретельну роботу з відгуками гостей та впровадження програми лояльності.

Особливу увагу слід приділяти роботі з відгуками, оскільки вони істотно впливають на репутацію гостьового будинку. Позитивні відгуки можуть значно підвищити попит, в той час як негативні можуть його знизити. Тому важливо уважно аналізувати кожен відгук, швидко реагувати на проблеми та постійно вдосконалювати якість обслуговування.

У світлі зростаючої уваги до екологічної стійкості та соціальної відповідальності, гостьові будинки мають можливість впроваджувати практики, що сприяють збереженню довкілля і підтримці місцевих громад. Це може включати застосування енергоефективних технологій, впровадження систем сортування сміття, зменшення використання пластику та підтримку місцевих виробників. Крім того, соціальна відповідальність може проявлятися через співпрацю з місцевими громадами, підтримку культурних та освітніх ініціатив, а також надання робочих місць місцевим жителям. Такі заходи не тільки позитивно впливають на навколишнє середовище, але й сприяють зміцненню репутації гостьового будинку,

роблячи його більш привабливим для гостей. Характеристика гостьових будинків на ринку України зазначена в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4. Характеристика гостьових будинків як об'єкта підприємницької діяльності

Категорія	Характеристика
Типи гостьових будинків	<i>Традиційні</i> : домашня атмосфера, індивідуальний підхід.
	Бутик: стильний дизайн, унікальний досвід.
	Екотуристичні: екологічна стійкість, гармонія з природою.
	<i>Міські</i> : орієнтація на бізнес-мандрівників, зручне розташування.
Управління	Гнучкість у наданні послуг, висока якість обслуговування, локальна інтеграція.
Сезонність	Коливання попиту, необхідність ретельного планування.
Цільова аудиторія	Туристи, бізнес-мандрівники, сім'ї з дітьми, мандрівники за унікальними враженнями.
Регуляторний контроль	Ліцензування, дотримання безпеки, санітарних норм, страхування.
Фінансове управління	Інвестиції: нерухомість, ремонт, меблі.

*Узагальнено автором на основі джерел [34-43].

Отже, гостьові будинки як об'єкт підприємницької діяльності є складним і багатогранним бізнесом, що вимагає ретельного планування, управління та маркетингу. Вони пропонують значні можливості для розвитку, але водночас вимагають врахування багатьох факторів, що впливають на їх успіх та стабільність на ринку.

1.4. Роль і значення бізнес-планування у відкритті та розвитку гостьових будинків.

Бізнес-планування відіграє ключову роль у відкритті та розвитку гостьових будинків, забезпечуючи підприємцям чітке розуміння цілей, стратегій і кроків, необхідних для досягнення успіху. Ретельно складений бізнес-план є не лише інструментом для залучення інвестицій, але й дорожньою картою для управління всіма аспектами діяльності гостьового будинку.

Бізнес-планування дозволяє підприємцю чітко сформулювати довгострокові та короткострокові цілі бізнесу. Це включає визначення основних напрямків розвитку, обсягів ринку, очікуваного прибутку та основних показників ефективності. Важливо встановити чіткі, вимірювані цілі, які можна реалізувати через певні стратегії та тактичні дії.

У процесі бізнес-планування визначаються такі важливі аспекти, як:

Аналіз ринку є важливим етапом, що дозволяє виявити цільову аудиторію та визначити конкурентні переваги гостьового будинку. Цей аналіз охоплює оцінку попиту на послуги, вибір оптимального місця розташування та створення унікальної пропозиції, яка допоможе виділити гостьовий будинок серед конкурентів.

Розробка місії та бачення є ключовою для стратегічного планування. Місія допомагає зосередити зусилля на досягненні конкретних цілей, тоді як бачення формує довгострокову перспективу розвитку. Це дозволяє будувати

плани, що враховують можливі зміни в ринку та бізнес-середовищі [44, с. 5-6].

Бізнес-планування передбачає детальний аналіз ринкових умов і конкурентного середовища, що є критично важливим для успішного відкриття та розвитку гостьового будинку. Цей процес допомагає врахувати ринкові тенденції, вивчити потреби споживачів і визначити конкурентів. Вивчення попиту на послуги гостьових будинків в конкретному регіоні, а також вивчення сезонних коливань і тенденцій у сфері гостинності, допомагає створити ефективну маркетингову стратегію та визначити цінову політику. Оцінка основних конкурентів, аналіз їх сильних і слабких сторін, а також їх цінової політики та якості обслуговування, дозволяє розробити стратегії для зміцнення конкурентних позицій на ринку.

Фінансовий розділ бізнес-плану є ключовим для залучення інвесторів і забезпечення стабільності бізнесу. Він передбачає оцінку початкових інвестицій, розробку бюджету, прогнозування доходів та витрат, а також аналіз фінансових ризиків. Важливо визначити обсяг капіталовкладень, необхідних для запуску гостьового будинку, що включає витрати на нерухомість, ремонт, облаштування інтер'єру, закупівлю обладнання та маркетинг. Прогнозування доходів, витрат і грошових потоків допомагає оцінити окупність проєкту, встановити реалістичні фінансові цілі і планувати подальший розвиток бізнесу. Це також включає оцінку можливих ризиків, таких як коливання попиту, зростання витрат або економічні кризи, що дозволяє заздалегідь підготуватися до можливих труднощів. Розробка стратегії фінансування передбачає визначення джерел фінансування, таких як власні кошти, кредити, інвестиції або гранти, що допомагає оптимально розподілити фінансові ресурси та зменшити фінансові ризики.

Бізнес-планування також передбачає розробку операційної стратегії, яка охоплює всі аспекти управління ресурсами та організації діяльності гостьового будинку, що дозволяє забезпечити ефективне функціонування бізнесу і досягнення поставлених цілей. Управління персоналом включає

розробку кадрової політики, визначення потреб у співробітниках, створення системи мотивації та організацію навчання. Це є критично важливими для забезпечення високої якості обслуговування і ефективного управління. Організація постачання необхідних товарів і послуг, таких як продукти харчування, засоби гігієни та меблі, має бути ретельно спланована для забезпечення безперебійної роботи закладу. Впровадження стандартів якості та контроль за їх дотриманням допомагають підтримувати високу якість обслуговування, що є основним чинником успіху в сфері гостинності.

Маркетинговий розділ бізнес-плану є критично важливим для залучення клієнтів та формування позитивного іміджу гостьового будинку. Він включає розробку стратегії просування, вибір каналів маркетингових комунікацій та визначення цільової аудиторії. Аналіз цільової аудиторії дозволяє виявити характеристики потенційних клієнтів, їхні потреби та переваги, що допомагає створити ефективні маркетингові стратегії, орієнтовані на задоволення конкретних запитів ринку. Формування унікального бренду та чітке позиціонування на ринку дозволяє гостьовому будинку виділитися серед конкурентів і привернути увагу цільової аудиторії. Рекламна кампанія, активне використання соціальних мереж, співпраця з туристичними платформами та організація PR-заходів сприяють підвищенню впізнаваності бренду та залученню нових клієнтів.

Бізнес-планування продовжується і після розробки плану, оскільки контроль та моніторинг його реалізації є ключовими етапами. Це дозволяє оцінити досягнення поставлених цілей, своєчасно виявити проблеми та внести необхідні корективи. Регулярний моніторинг ключових показників ефективності, таких як фінансові та операційні показники, дозволяє визначити, наскільки ефективно реалізується бізнес-план, і приймати обґрунтовані рішення для подальшого розвитку. Виявлення відхилень від запланованих показників допомагає швидко реагувати на зміни у ринку чи внутрішні проблеми, коригуючи стратегії та тактичні кроки. Гнучкість та здатність до адаптації важливі для успішного розвитку бізнесу, оскільки

зміни в ринкових умовах або внутрішніх процесах можуть вимагати коригування бізнес-плану.

Крім того, бізнес-план є основним інструментом для залучення інвестицій та отримання фінансування. Інвестори та кредиторі потребують чіткої картини майбутнього бізнесу, його потенціалу та ризиків, що можна оцінити на основі детального бізнес-плану. Це дозволяє створювати презентації для потенційних інвесторів та формувати кредитні заявки для банків або інших фінансових установ. Бізнес-план допомагає залучити додатковий капітал, необхідний для відкриття та розвитку гостьового будинку, а також забезпечити фінансову підтримку через кредити.

Бізнес-планування є критично важливим етапом у відкритті та розвитку гостьового будинку. Воно забезпечує стратегічне управління, контроль фінансових та операційних аспектів, а також успішне позиціонування бізнесу на ринку. Ретельно розроблений бізнес-план є не тільки інструментом для залучення інвестицій, але й основою для прийняття ефективних управлінських рішень, що сприяють стабільному розвитку та успіху гостьового будинку.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ГОСТЬОВОГО БІЗНЕСУ

2.1. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку українського ринку гостьових будинків

Ринок гостьових будинків в Україні за останні роки демонструє стабільні позитивні тенденції розвитку, що зумовлено декількома ключовими факторами. Однією з головних причин цього зростання є збільшення попиту на індивідуальні туристичні послуги, особливо серед українських туристів. Зміна пріоритетів мандрівників, які все більше звертають увагу на екологічний і культурний туризм, а також прагнуть уникати масових напрямків, значно вплинула на популяризацію гостьових будинків, які в умовах сьогодення забезпечують більшу приватність і комфорт. Такий підхід відповідає сучасним трендам у сфері гостинності, де особлива увага приділяється індивідуальним потребам клієнтів.

Збільшення внутрішнього туризму, особливо після початку пандемії COVID-19, стало ключовим драйвером розвитку гостьових будинків в Україні. Пандемія змінила звичні патерни поведінки туристів, обмеживши можливості для міжнародних подорожей через карантинні заходи та страхи перед вірусом. Це сприяло тому, що українці почали частіше відкривати для себе принади рідної країни, включаючи відвідування віддалених природних локацій, таких як Карпати, Шацькі озера, біосферні заповідники, що мають велику екологічну та культурну цінність.

Гостьові будинки, які часто розташовані в мальовничих куточках України, є привабливою альтернативою великим готелям завдяки своєму затишку, автентичній атмосфері та можливості особистого підходу до кожного клієнта. На відміну від великих мережевих готелів, де сервіси стандартизовані, власники гостьових будинків можуть адаптувати свої пропозиції відповідно до уподобань своїх гостей, пропонуючи їм унікальні умови проживання. Це може включати місцеві кулінарні традиції, екскурсії до природних чи історичних об'єктів, а також організацію індивідуальних програм дозвілля. Наприклад, у Карпатах гості можуть насолодитися походами в гори або знайомством з місцевою культурою через народні фестивалі чи майстер-класи з виготовлення традиційних виробів.

Крім цього, в умовах зростаючого попиту на екологічні та стійкі подорожі, гостьові будинки, зокрема ті, що використовують екологічно чисті методи будівництва та управління, привертають увагу туристів, які прагнуть залишати мінімальний екологічний слід. Використання відновлюваних джерел енергії, впровадження програм утилізації відходів і зменшення споживання води стають дедалі важливішими критеріями вибору місця відпочинку для сучасних мандрівників. У той же час, подорожі такого формату є не лише екологічно відповідальними, але й сприяють розвитку місцевих громад, оскільки гостьові будинки, на відміну від великих готелів, часто тісно співпрацюють із місцевими постачальниками, ремісниками та фермерами, тим самим підтримуючи локальні економіки.

Ще одним фактором, який сприяв розвитку гостьових будинків, є збільшення цифрових можливостей для просування та бронювання місць проживання через інтернет. Сучасні онлайн-платформи, такі як Booking.com або Airbnb, надають можливість невеликим гостьовим будинкам отримати доступ до широкої аудиторії потенційних клієнтів як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку. Завдяки цьому власники таких об'єктів можуть активно залучати туристів, використовуючи сучасні маркетингові

інструменти, що сприяє зростанню їхнього бізнесу та підвищенню конкурентоспроможності на ринку.

Українські гостьові будинки не лише відповідають запитам сучасного туриста, але й грають важливу роль у розвитку туристичної інфраструктури країни, підтримуючи економічний розвиток регіонів, зберігаючи культурні традиції та надаючи індивідуальний підхід до кожного гостя.

За даними досліджень, розвиток інфраструктури в курортних та туристичних регіонах України є важливим фактором для розширення мережі гостьових будинків. Найбільше зростання відзначається в регіонах, які відомі своїми природними ресурсами, зокрема в Карпатах, на узбережжях Чорного та Азовського морів (див. таб. 2.1). Державна підтримка підприємницьких ініціатив в цих регіонах також сприяє створенню нових гостьових будинків. Однак нерівномірність розвитку інфраструктури і логістичних можливостей у різних частинах країни вимагає значної уваги для збалансування цього процесу.

Таблиця 2.1. Кількість гостьових будинків в основних туристичних регіонах України (2020-2023 рр.) одиниці виміру

Регіон	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Карпати	250	280	320	350
Одеська область	180	190	210	230
Закарпаття	160	170	180	195
Львівська область	140	150	160	170

**Складено автором на основі джерел [51; 52].*

Незважаючи на позитивні тенденції, існують певні виклики, що стоять перед сектором гостьових будинків. Одним із них є конкуренція з великими готельними мережами, які мають значно більший бюджет для маркетингових кампаній та можливість надавати більш широкий спектр послуг. Водночас, для гостьових будинків актуальною залишається проблема сезонності, що

часто обмежує стабільність прибутків протягом року. Це особливо помітно в гірських регіонах, де туристична активність значною мірою залежить від зимового сезону (див. таб. 2.2).

Таблиця 2.2. Сезонна завантаженість гостьових будинків у Карпатському регіоні (2022 р.)

Пора року	Середній рівень завантаженості (%)
Зима	85
Весна	60
Літо	70
Осінь	55

Складено автором на основі джерел [51, 52].

Важливим чинником подальшого розвитку ринку є впровадження сучасних технологій. Діджиталізація дозволяє гостьовим будинкам покращити якість управління та комунікації з клієнтами. Інвестиції в онлайн-платформи для бронювання, CRM-системи для управління взаємодією з гостями, а також впровадження програм лояльності створюють додаткові переваги для бізнесу (див. таб. 2.3). Це дозволяє підприємствам сфери гостинності більш ефективно адаптуватися до змін попиту і підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Таблиця 2.3. Рівень впровадження цифрових технологій у гостьових будинках (2023 р.)

Технологія	Впроваджено (%)
Онлайн-бронювання	75
CRM-системи	60
Програми лояльності	45

Системи автоматизації обслуговування	40
---	----

Складено автором на основі джерел [53].

Ринок гостьових будинків в Україні демонструє помірне зростання, однак розвиток інфраструктури, впровадження технологій і конкурентоспроможність залишаються ключовими факторами для подальшого успіху.

У 2022 році ринок гостьових будинків зазнав значного впливу через повномасштабне вторгнення Росії в Україну. Багато гостьових будинків, розташованих в прифронтових та окупованих територіях, припинили свою діяльність через зруйновану інфраструктуру, міграцію населення та небезпеку для життя. Водночас у відносно безпечних регіонах країни, таких як західна Україна, ринок гостинності зіткнувся зі збільшеним попитом через внутрішнє переміщення людей.

Війна значно змінила структуру попиту, і гостьові будинки почали виконувати нову соціальну функцію – надання житла для внутрішньо переміщених осіб (ВПО). У багатьох регіонах гостьові будинки стали тимчасовим прихистком для тих, хто був змушений покинути свої домівки через бойові дії. Цей процес сприяв не лише підтримці бізнесу, але й виконанню важливих гуманітарних завдань (див. таб. 2.4).

Таблиця 2.4. Вплив війни на роботу гостьових будинків у різних регіонах України (2022 р.)

Регіон	Кількість працюючих гостьових будинків до війни (2021 р.)	Кількість працюючих гостьових будинків під час війни (2022 р.)
Київська область	120	45
Харківська область	80	5
Закарпатська область	160	165
Львівська область	150	155

Складено автором на основі джерел [54].

У 2023 році ситуація почала поступово стабілізуватися. Підприємці у сфері гостинності адаптувалися до нових реалій, пропонуючи гнучкі умови для тривалого перебування, а також надаючи особливі послуги для ВПО. У той же час міжнародна допомога та ініціативи з підтримки бізнесу дозволили деяким підприємствам відновити свою діяльність.

Важливою складовою розвитку ринку гостьових будинків є також зростаючий інтерес до відновлюваних регіонів, які поступово звільняються від окупації. У таких регіонах можливості для розвитку гостьових будинків можуть бути значними в майбутньому, за умови відновлення інфраструктури та повернення нормального життя. Це створює передумови для подальшого відновлення ринку та його розвитку після завершення військових дій.

Державна підтримка туризму та гостинності в Україні є важливим елементом загальної стратегії розвитку економіки та регіональних ініціатив. В останні роки уряд України приділяє особливу увагу створенню умов для розвитку туристичної інфраструктури, яка відіграє важливу роль у залученні інвестицій та підвищенні привабливості країни як туристичного напрямку. Одним із ключових напрямків такої підтримки є стимулювання внутрішнього туризму, що стало особливо актуальним в умовах обмежених можливостей для міжнародних подорожей. Програми, спрямовані на активізацію внутрішнього туризму, включають фінансування проєктів з відновлення та розвитку інфраструктури, зокрема, поліпшення якості доріг, транспортного сполучення та доступності туристичних об'єктів.

Крім того, уряд України здійснює кроки для створення більш сприятливого бізнес-клімату для малих і середніх підприємств, що працюють у сфері гостинності. Це включає підтримку підприємців у вигляді пільгового кредитування, податкових стимулів та спрощення регуляторних процедур для відкриття та розвитку гостьових будинків. Збільшення уваги до створення умов для малого бізнесу дозволяє підприємцям ефективніше конкурувати на ринку, залучати більше клієнтів і розширювати свою діяльність. Завдяки таким ініціативам гостьові будинки можуть отримати

додаткові ресурси для оновлення своїх об'єктів, підвищення якості обслуговування та впровадження сучасних технологій. Фінансування з боку держави сприяє реалізації проєктів у віддалених туристичних регіонах, що стимулює місцеві громади до участі в туристичній діяльності. Розвиток таких регіонів має величезний потенціал для створення нових робочих місць і залучення інвестицій, що є важливими факторами економічного зростання. У контексті післявоєнного відновлення країни державна підтримка туристичної інфраструктури стає ключовим елементом стратегії відродження економіки, де розвиток гостьових будинків грає важливу роль.

На основі цих ініціатив можна оцінити основні напрямки державної підтримки, які впливають на розвиток туристичної сфери та гостьових будинків, що проілюстровано в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5. Основні напрямки державної підтримки туристичної сфери в Україні (2023-2024 рр.)

Напрямок підтримки	Опис	Прогнозований вплив на ринок гостьових будинків
Модернізація туристичної інфраструктури	Фінансування проєктів зі створення нових туристичних маршрутів та покращення доріг	Збільшення доступності віддалених гостьових будинків
Пільгове кредитування малого бізнесу	Надання кредитів для розвитку малого бізнесу у сфері гостинності	Поява нових гостьових будинків та модернізація існуючих
Програми з розвитку екотуризму	Стимулювання розвитку еко-об'єктів, зокрема гостьових будинків у природоохоронних зонах	Збільшення попиту на екологічні гостьові будинки

Складено автором на основі джерел [55].

Підсумовуючи, сучасний ринок гостьових будинків в Україні зазнав серйозних викликів через війну, яка призвела до регіональної нерівномірності їхнього функціонування. Прифронтові та окуповані території фактично втратили можливість вести будь-яку діяльність у сфері гостинності, що суттєво скоротило ринкові можливості для багатьох підприємств. Водночас західні області та відносно безпечні регіони країни зіткнулися з підвищеним попитом, викликаним переважно внутрішньою міграцією та переміщенням осіб. Гостьові будинки в цих регіонах стали важливим елементом надання тимчасового житла для внутрішньо переміщених осіб (ВПО), що підвищило їхню соціальну значущість і відповідальність.

Державна підтримка туризму та гостинності в Україні відіграє важливу роль у стабілізації та подальшому розвитку цього сектору в умовах кризи. Зокрема, уряд України активізував зусилля щодо стимулювання внутрішнього туризму через низку програм, спрямованих на модернізацію інфраструктури та підтримку підприємців, які працюють у сфері гостинності. Це включає фінансування проєктів, що спрямовані на покращення туристичної інфраструктури у віддалених регіонах, а також створення сприятливих умов для малого та середнього бізнесу через пільгове кредитування і податкові стимули. Ці ініціативи надають підприємцям можливість краще адаптуватися до нових умов ринку, оновлювати свої об'єкти та покращувати якість послуг, що сприяє збереженню конкурентоспроможності.

Цифрові технології також стали важливим інструментом адаптації гостьових будинків до нових умов. Інтеграція автоматизованих систем бронювання та управління дозволяє підприємствам працювати більш ефективно та забезпечувати вищу якість обслуговування клієнтів навіть у часи кризи. Водночас гнучкість управління, можливість швидкого реагування на зміни на ринку та підвищення якості обслуговування залишаються ключовими чинниками успіху.

У майбутньому відновлення ринку гостьових будинків в Україні значною мірою залежатиме від стабілізації безпекової ситуації в країні та відбудови інфраструктури в постраждалих регіонах. Важливу роль у цьому процесі відіграватиме державна підтримка, спрямована на стимулювання інвестицій у відбудову туристичних об'єктів і підтримку малого бізнесу в сфері гостинності. Зокрема, післявоєнне відновлення дозволить поступово повернутися до стабільного розвитку гостьового бізнесу, створюючи нові можливості для підприємців і залучення туристів як з України, так і з-за кордону.

Отже, державна підтримка, внутрішнє переміщення осіб, технологічна гнучкість і післявоєнне відновлення країни є основними чинниками, які будуть визначати подальший розвиток ринку гостьових будинків в Україні.

2.2. Дослідження перспектив розвитку гостьового будинку «Villa Pinia» (Одеса)

Дослідження перспектив розвитку гостьового будинку – це процес аналізу та оцінки можливих напрямків його подальшого зростання та вдосконалення. Це дослідження спрямоване на визначення факторів, що сприяють або перешкоджають розвитку бізнесу, і допомагає виявити можливості для підвищення конкурентоспроможності, розширення ринку та збільшення прибутковості.

Основні елементи дослідження включають:

1. Аналіз ринку: Вивчення попиту на послуги гостьового будинку, поведінки споживачів, тенденцій у туристичній галузі та конкурентного середовища.
2. Фінансовий аналіз: Оцінка поточного фінансового стану закладу, вивчення доходів, витрат, та можливості залучення інвестицій.
3. Аналіз клієнтської бази: Вивчення профілю гостей, їхніх потреб, задоволеності послугами та лояльності.

4. Тенденції в готельному бізнесі: Аналіз нових технологій та інновацій у готельному секторі, які можуть бути застосовані для підвищення ефективності та якості обслуговування.

5. Оцінка інфраструктури та послуг: Вивчення можливостей модернізації чи розширення наявної інфраструктури (будівель, номерного фонду, додаткових послуг).

6. Стратегічне планування: Розробка плану дій для подальшого розвитку, включаючи покращення сервісу, маркетингові стратегії та можливі інвестиційні проекти.

Це дослідження дозволяє визначити сильні та слабкі сторони гостьового будинку, можливі загрози та шанси для зростання, а також сформулювати рекомендації для забезпечення довгострокового успіху закладу.

Гостьовий будинок «Villa Pinia», розташований в Одесі, представляє собою один з цікавих прикладів малого підприємства в сфері гостинності, що працює на українському ринку. Цей заклад поєднує в собі елементи екологічного туризму, сучасного сервісу та персоналізованого підходу до обслуговування клієнтів. Його популярність зростає завдяки комфортним умовам, близькості до Чорного моря і орієнтації на екологічно чисті ініціативи, що привертає увагу відвідувачів, які шукають унікальні та екологічно відповідальні місця для відпочинку.

Гостьовий будинок «Villa Pinia» в Одесі – це сучасний готельний комплекс, орієнтований на надання високоякісних послуг для відпочинку та релаксації. Готель розташований у мальовничій частині міста, неподалік від моря, що забезпечує гостям комфортний та затишний відпочинок.

Villa Pinia пропонує різні типи номерів, включаючи стандартні, напівлюкси та люкси. Готель обладнаний сучасною інфраструктурою, до якої входять ресторан, басейн, тренажерний зал, SPA-зона, і конференц-зали. Він також надає послуги організації весіль, конференцій та інших заходів (див. таб. 2.7).

Таблиця 2.7. Основна характеристика «Villa Pinia»

Параметр	Характеристика
Кількість номерів	16
Класифікація номерів	Стандарт, Напівлюкс, Люкс
Інфраструктура	Ресторан, Басейн, Тренажерний зал, Конференц-зали, SPA-зона
Відстань до моря	200 метрів
Послуги	Організація заходів, Весілля, Конференції, Трансфер
Додаткові послуги	Безкоштовний Wi-Fi, Паркінг, Екскурсії, Прокат велосипедів

Складено автором на основі джерел [57].

Villa Pinia була заснована на початку 2010-х років з метою створення затишного готелю, який пропонує якісні послуги для туристів. Ініціатором створення було місцеве підприємство, яке вирішило інвестувати в розвиток готельного бізнесу в курортній зоні Одеси. За час своєї діяльності готель отримав високу оцінку гостей за рівень сервісу та зручне розташування [57].

«Villa Pinia» діє у формі товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ), зареєстрованого в Одесі. Готель має всі необхідні дозвільні документи на ведення діяльності у сфері надання готельних послуг, відповідно до чинного законодавства України (див. таб. 2.8).

Таблиця 2.8. Юридична інформація «Villa Pinia»

Юридична інформація	Деталі
Форма власності	ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю)
Юридична адреса	м. Одеса, вул. Дача Ковалевського, 17
Ліцензії та дозволи	Дозволи на готельну діяльність, сертифікати якості
Рік заснування	2010

Орган управління	Приватні власники
------------------	-------------------

Складено автором на основі джерела [57].

Інфраструктура гостьового будинку «Villa Pinia» включає сучасні номери, ресторан, SPA-зону, басейн, тренажерний зал та конференц-зали. Проте для подальшого розвитку необхідно оцінити можливості модернізації та розширення цих об'єктів [57].

Один із ключових напрямків для вдосконалення – модернізація номерного фонду. Важливо оцінити технічний стан приміщень та можливість оновлення інтер'єру з акцентом на екологічні матеріали та енергоефективність. Окрім цього, розширення спектра додаткових послуг може значно підвищити привабливість готелю. Наприклад, варто розглянути можливість створення нових зон відпочинку, таких як сауни, тераси на даху, або зон для барбекю.

Збільшення інфраструктурних можливостей дозволить залучити більше клієнтів для проведення корпоративних заходів, семінарів або весіль. Модернізація конференц-залів, оснащення їх сучасними мультимедійними системами та збільшення місткості номерного фонду сприятиме розвитку бізнес-напряму. Інноваційні рішення в інфраструктурі, такі як безконтактний доступ до номерів, можуть також підвищити комфорт гостей та відповідати сучасним вимогам безпеки.

Подальший розвиток гостьового будинку «Villa Pinia» має бути заснований на стратегічному плануванні, яке включає як покращення якості сервісу, так і розробку ефективних маркетингових стратегій для збільшення обсягу клієнтів.

Одним із ключових елементів стратегії є персоналізація послуг та впровадження нових пропозицій для постійних гостей. Наприклад, варто розробити програми лояльності для клієнтів, які дозволять їм отримувати додаткові бонуси або знижки при повторному відвідуванні готелю. Маркетингова стратегія повинна включати активну роботу в соціальних мережах, залучення впливових блогерів та розвиток онлайн-присутності

через спеціалізовані туристичні платформи. Важливо впроваджувати інноваційні підходи до управління та забезпечити високу якість обслуговування, що стане основою для довгострокового успіху та розвитку гостьового будинку «Villa Pinia». Для ефективного дослідження перспектив розвитку гостьового будинку «Villa Pinia», важливо оцінити його поточний фінансовий стан, який можна охарактеризувати доходами від різних послуг. Основні статті доходів включають бронювання номерів, оренду конференц-залів, послуги ресторану та SPA, а також додаткові сервіси, такі як прокат велосипедів та екскурсії. Нижче наведена таблиця 2.9, яка ілюструє основні джерела доходів на основі доступної інформації.

Таблиця 2.9. **Основні статті доходів «Villa Pinia»**

Стаття доходів	Опис
Бронювання номерів	Гостьовий будинок пропонує номери різного рівня комфорту (стандартні, люкси, апартаменти) з видом на море та додатковими зручностями
Конференц-зали	Оренда приміщень для проведення конференцій та заходів, що є важливою частиною доходів від бізнес-клієнтів
SPA та сауна	SPA -комплекс пропонує різноманітні послуги, включаючи сауну на дровах, басейн та процедури, що користуються популярністю серед гостей
Екскурсії та яхта	Організація турів і прогулянок на власній яхті, що є популярним серед гостей, які бажають ознайомитися з регіоном
Ресторан	Ресторан спеціалізується на європейській та одеській кухнях, приваблюючи не лише мешканців готелю, але й відвідувачів
Прокат велосипедів	Послуга прокату велосипедів для активного відпочинку гостей, що користується попитом у літній сезон

Складено автором на основі джерела [57].

Гостьовий будинок «Villa Pinia» функціонує в умовах зростаючої конкуренції на ринку готельних послуг у регіоні Одеси, яка є популярним

туристичним напрямком, особливо в літній період. Вивчення попиту на послуги готельного бізнесу демонструє, що попит на відпочинок біля моря стабільно високий, але зміни у поведінці споживачів впливають на вимоги до якості сервісу, комфорту та додаткових послуг. Споживачі дедалі більше орієнтуються на високий рівень персоналізації послуг та екологічність закладів.

Основні тенденції в туристичній галузі, такі як збільшення кількості внутрішніх туристів та попит на екологічні та екофрендлі готелі, можуть бути використані «Villa Pinia» для зміцнення своїх позицій. Крім того, зростає інтерес до цифрових інструментів для онлайн-бронювання, автоматизації процесів та спрощення комунікацій з гостями, що є важливим чинником для підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Конкурентне середовище Одеси включає як великі готельні комплекси, так і малі сімейні готелі, які пропонують схожі послуги. «Villa Pinia» має можливість зміцнити свою позицію через орієнтацію на індивідуальний підхід до клієнтів, сучасний сервіс та унікальні пропозиції, наприклад, організацію заходів або ексклюзивні SPA-програми.

Витрати включають експлуатаційні витрати, заробітну плату працівників, комунальні послуги, податки та витрати на підтримку інфраструктури. Одним із важливих етапів фінансового аналізу є оцінка ефективності управління витратами та можливості скорочення операційних витрат без шкоди для якості послуг.

Залучення інвестицій є важливим елементом для модернізації гостьового будинку, розширення спектра послуг та підвищення рівня комфорту. Потенційні інвестори можуть бути зацікавлені у розвитку нових напрямків діяльності готелю, таких як будівництво додаткових рекреаційних зон або впровадження інноваційних технологій для покращення сервісу.

Клієнтська база «Villa Pinia» включає переважно туристів, які приїжджають на відпочинок до Одеси. Вивчення профілю гостей показує, що більшість із них – це середній клас, який шукає комфортне розміщення за

розумною ціною. Основними факторами, які приваблюють клієнтів, є близькість до моря, якість послуг та зручності на території готелю.

Оцінка задоволеності гостей послугами гостьового будинку має показати високий рівень лояльності завдяки персоналізованому підходу та привітному сервісу. Проте, важливо врахувати нові потреби клієнтів, такі як вимоги до екологічності готелю, інноваційних технологій та послуг wellness, що стають важливими критеріями вибору для сучасних туристів.

Сучасні тенденції в готельному бізнесі включають цифровізацію процесів обслуговування, впровадження інноваційних технологій та підвищення рівня екологічності послуг. Для «Villa Pinia» важливо адаптуватися до цих тенденцій, що дозволить покращити взаємодію з клієнтами та оптимізувати управлінські процеси.

Впровадження систем автоматизації бронювання та електронного чек-іну дозволить скоротити час обслуговування клієнтів та підвищити їхній комфорт. Важливим напрямком для розвитку також є впровадження енергозберігаючих технологій, які сприятимуть зменшенню витрат на комунальні послуги та підвищенню екологічного іміджу готелю. Спрямованість на екологічність може залучити нову клієнтську базу, особливо серед туристів, які підтримують ідеї стійкого розвитку.

Підсумовуючи, дослідження перспектив розвитку гостьового будинку «Villa Pinia» вказує на необхідність подальшої модернізації інфраструктури, орієнтації на індивідуальні потреби клієнтів та впровадження нових технологій для підтримки конкурентоспроможності на ринку.

Перспективи розвитку «Villa Pinia» тісно пов'язані із зростаючим попитом на внутрішній туризм в Україні. У контексті обмежених можливостей для міжнародних подорожей та нестабільної ситуації за кордоном, відпочинок у межах країни набирає популярності. Одеса, завдяки своїм природним і культурним особливостям, залишається привабливим туристичним напрямком, що створює сприятливі умови для розвитку гостьового будинку.

Розширення сегменту екологічного туризму може стати однією з ключових переваг для «Villa Pinia». Інтерес до екологічних ініціатив зростає, і використання екологічно чистих матеріалів, енергозберігаючих технологій і натуральних продуктів в обслуговуванні клієнтів дозволить готелю залучити гостей, які віддають перевагу відповідальному підходу до туризму. Удосконалення інфраструктури та інвестиції в модернізацію приміщень також є важливими напрямками розвитку. Незважаючи на наявні переваги розташування і якості обслуговування, модернізація приміщень, вдосконалення технологічних процесів та розширення спектру послуг, таких як SPA, тренажерні зали і екскурсійні програми, можуть підвищити конкурентоспроможність готелю і збільшити тривалість перебування клієнтів.

Інтеграція цифрових технологій є ще одним важливим аспектом розвитку. Автоматизовані системи бронювання, покращена комунікація з клієнтами через мобільні додатки та активні рекламні кампанії в соціальних мережах сприятимуть залученню молодих туристів, які віддають перевагу зручним і швидким варіантам відпочинку. Використання цифрових інструментів дозволить краще розуміти потреби клієнтів і персоналізувати послуги.

У контексті післявоєнної ситуації в Україні, розробка спеціальних пропозицій для внутрішньо переміщених осіб (ВПО) є важливим напрямком діяльності. Пропозиції тривалого проживання з пільговими умовами можуть допомогти гостьовому будинку розширити свою клієнтську базу і проявити соціальну відповідальність.

Отже, перспективи розвитку гостьового будинку «Villa Pinia» значною мірою залежать від економічної та безпекової ситуації в країні. Важливими факторами зростання і підвищення конкурентоспроможності будуть інвестиції в екологічні ініціативи, удосконалення інфраструктури та впровадження цифрових технологій. Адаптація до нових ринкових умов і

потреб клієнтів стане ключем до успішного розвитку готельного бізнесу в майбутньому.

Таблиця 2.10 підсумовує основні напрямки розвитку, описує їх основні аспекти та можливі результати для гостьового будинку «Villa Pinia».

Таблиця 2.10. Перспективи розвитку гостьового будинку «Villa Pinia»

Напрямок розвитку	Опис	Можливі результати
Розширення екологічного туризму	Впровадження екологічно чистих матеріалів і енергозберігаючих технологій. Акцент на натуральних продуктах у харчуванні.	Залучення клієнтів, які віддають перевагу відповідальному туризму.
Удосконалення інфраструктури	Інвестиції в модернізацію приміщень. Розширення спектру послуг, таких як SPA, тренажерні зали, екскурсійні програми.	Підвищення конкурентоспроможності. Збільшення тривалості перебування клієнтів.
Інтеграція цифрових технологій	Впровадження автоматизованих систем бронювання. Покращення комунікації з клієнтами через мобільні додатки та соціальні мережі.	Залучення молодих туристів. Поліпшення персоналізації послуг.

Складено автором на основі джерела [57].

Гостьовий будинок «Villa Pinia» має значний потенціал для подальшого розвитку завдяки своїй унікальній локації, широкому спектру послуг та можливостям для модернізації інфраструктури. Ключовими аспектами розвитку є оновлення номерного фонду, розширення додаткових послуг (SPA, ресторан, конференц-зали), а також впровадження інновацій для підвищення ефективності обслуговування. Фінансовий стан закладу дозволяє залучати нові інвестиції, спрямовані на модернізацію та розширення бізнесу. Стратегічне планування та гнучкий підхід до ринкових тенденцій сприятимуть довгостроковому успіху.

2.3 Оцінка конкурентного середовища та стратегій маркетингового позиціонування гостьового будинку «Villa Pinia»

Цей підрозділ буде присвячено оцінці конкурентного середовища та маркетингових стратегій позиціонування гостьового будинку «Villa Pinia». Основна увага приділятиметься аналізу конкурентних переваг цього об'єкта на ринку готельних послуг, його унікальним екологічним ініціативам та підходам до залучення клієнтів.

Реалізація цього аналізу здійснюватиметься через використання двох основних інструментів: матриці п'яти сил Портера [58], яка дозволить дослідити зовнішні фактори впливу на діяльність гостьового будинку, та SWOT-аналізу [59], що допоможе оцінити внутрішні можливості і загрози для його розвитку. Також є доцільним використання матриці конкурентного позиціонування. Кожен аспект буде проілюстровано через таблиці, що відображатимуть результати аналізу, з додатковим текстовим поясненням для глибшого розуміння кожного з параметрів.

Для оцінки конкурентного середовища гостьового будинку «Villa Pinia» в межах підрозділу магістерської роботи доцільно застосувати матрицю п'яти сил Портера. Цей інструмент дозволяє оцінити ключові зовнішні фактори, які впливають на конкурентну позицію підприємства на ринку. Розглянемо кожну з п'яти сил у контексті «Villa Pinia»:

1. Загроза нових гравців

Гостьовий бізнес у регіоні Одеси є привабливим для нових учасників завдяки популярності цього курортного регіону. Однак для входу на ринок нові гравці стикаються з певними бар'єрами. Одним із таких бар'єрів є необхідність значних капіталовкладень у будівництво та облаштування готелю, а також в екологічні сертифікації, які є важливим елементом позиціонування «Villa Pinia». Крім того, існуюча репутація гостьового будинку та його лояльна аудиторія створюють додаткові перешкоди для нових гравців.

2. Сила постачальників

Постачальники для гостьового бізнесу відіграють важливу роль, особливо у випадку з «Villa Pinia», яка позиціонує себе як екологічний готель. Використання органічних продуктів та екологічно чистих матеріалів є важливими елементами обслуговування. Залежність від таких постачальників може бути високою через обмежену кількість постачальників органічної продукції та екологічних товарів в Україні, що може збільшити витрати та вплинути на цінову політику.

3. Сила покупців

Головна аудиторія «Villa Pinia» - це гості, які цінують екологічність, спокій та комфорт. У цьому сегменті сила покупців є значною, оскільки клієнти мають широкий вибір інших готелів та альтернативних варіантів проживання, таких як апартаменти чи оренда житла через онлайн-платформи. Однак, відданість екологічним стандартам та розташування біля моря дозволяють готелю утримувати свою клієнтську базу, знижуючи вплив цієї сили.

4. Загроза товарів-замінників

Основні замінники для гостьового будинку - це готелі та апартаменти, які можуть запропонувати подібні умови проживання. Крім того, популярність оренди приватного житла через платформи на зразок Airbnb може становити серйозну загрозу. Однак, «Villa Pinia» має перевагу завдяки

своєму екологічному підходу та наданню додаткових послуг, таких як SPA та ресторан із органічною їжею, що відрізняє його від традиційних готелів.

5. Конкуренція серед існуючих гравців

Рівень конкуренції в регіоні Одеси є досить високим, оскільки місто є популярним туристичним напрямком. Однак більшість готелів зосереджені на наданні стандартних послуг без особливого акценту на екологічність. Це надає «Villa Pinia» конкурентну перевагу завдяки його нішевому позиціонуванню як екологічного готелю. Конкуренція з великими готельними мережами може бути складнішою через їхні більші фінансові ресурси та широку клієнтську базу, але унікальна пропозиція «Villa Pinia» дозволяє зберігати певний рівень диференціації.

Для глибшого розуміння конкурентного середовища гостьового будинку «Villa Pinia» доцільно використати матрицю п'яти сил Портера (див. таб. 2.11). Цей аналітичний інструмент допомагає виявити ключові фактори, які визначають конкурентоспроможність підприємства в умовах ринкової боротьби. У процесі оцінки буде проаналізовано вплив нових гравців, постачальників, покупців, товарів-замінників та конкурентів, що дозволить визначити, які загрози та можливості існують для подальшого розвитку «Villa Pinia».

Матриця п'яти сил Портера дозволить зрозуміти, наскільки гостьовий будинок здатний захистити свої позиції на ринку та розвиватися в умовах високої конкуренції, враховуючи специфіку його екологічного позиціонування.

Таблиця 2.11. Матриця п'яти сил Портера для гостьового будинку «Villa Pinia»

Сила	Рівень впливу	Аналіз
Загроза нових гравців	Середній	Бар'єри для входу, такі як великі інвестиції у побудову та екологічні сертифікації, утруднюють вихід нових гравців на ринок,

		але попит залишається високим.
Сила постачальників	Високий	Обмежена кількість постачальників органічних та екологічних продуктів підвищує залежність і може впливати на цінову політику готелю.
Сила покупців	Середній	Гості мають альтернативи у вигляді інших готелів та приватного житла, проте екологічне позиціонування «Villa Pinia» утримує значну частину клієнтів.
Загроза товарів-замінників	Середній	Інші варіанти проживання (апартаменти, Airbnb) є конкурентними замінниками, але відсутність екологічного підходу робить їх менш привабливими для певних клієнтів.
Конкуренція серед існуючих гравців	Високий	Висока конкуренція в регіоні Одеси, особливо серед великих мережових готелів, але «Villa Pinia» має унікальну нішу завдяки своєму екологічному підходу.

Складено автором.

Згідно з матрицею п'яти сил Портера, гостьовий будинок «Villa Pinia» працює в умовах високої конкуренції та специфічних ринкових викликів. Ключовими загрозами для підприємства є сила постачальників і висока конкуренція серед існуючих гравців ринку. Сила постачальників є серйозним чинником ризику, оскільки для підтримання екологічного статусу гостьовий будинок залежить від обмеженого кола постачальників органічних і екологічно чистих товарів. Ця залежність може спричинити значні труднощі з ціноутворенням та постійною відповідністю екологічним стандартам, на яких базується позиціонування «Villa Pinia». Збільшення вартості постачань може призвести до підвищення витрат на обслуговування, що потенційно негативно вплине на конкурентоздатність закладу.

Другою важливою загрозою є конкуренція серед існуючих гравців. Ринок Одеси, як популярного туристичного напрямку, насичений різними пропозиціями, серед яких представлені не тільки інші гостьові будинки, але й великі готельні мережі з потужними фінансовими ресурсами. Високий рівень конкуренції значно підсилює тиск на «Villa Pinia», оскільки великим мережевим готелям легше утримувати ринкові позиції, інвестуючи в маркетинг, модернізацію інфраструктури та розширення послуг.

Проте «Villa Pinia» має кілька важливих переваг, які дозволяють йому залишатися конкурентоспроможним. Однією з ключових переваг є його екологічна концепція. У світі, де дедалі більше уваги приділяється питанням екології та сталого розвитку, «Villa Pinia» привертає увагу особливої аудиторії - гостей, які цінують зелений туризм і прагнуть проживання в місцях, що підтримують екологічні ініціативи. Це дозволяє підприємству позиціонувати себе на ринку як ексклюзивний заклад, який пропонує не просто відпочинок, а повноцінний екологічний досвід, що включає використання органічних продуктів, екологічно чистих матеріалів, а також підтримку місцевих екологічних ініціатив.

Щодо загрози нових гравців та товарів-замінників, вони є менш значущими для «Villa Pinia». Високі інвестиційні бар'єри для входу на ринок обмежують можливість появи нових конкурентів, особливо тих, хто також прагне позиціонувати себе як екологічний заклад. Це вимагає значних фінансових вкладень у будівництво, інфраструктуру та сертифікації, що значно ускладнює конкуренцію. Крім того, товари-замінники у вигляді оренди апартаментів через платформи на зразок Airbnb також не створюють значної загрози, оскільки більшість цих альтернатив не можуть запропонувати такий самий рівень екологічності та повного сервісу, який пропонує «Villa Pinia».

Отже, можна зробити висновок, що хоча «Villa Pinia» функціонує у висококонкурентному середовищі, її унікальна екологічна пропозиція дозволяє їй зберігати свої позиції та забезпечувати постійний попит серед

певної цільової аудиторії. Водночас головними викликами залишаються залежність від постачальників та високий рівень конкуренції. Для подальшого успішного розвитку гостьовому будинку варто продовжувати інвестувати в екологічні технології, розширювати спектр послуг і підтримувати стабільні партнерські відносини з постачальниками.

Для всебічного аналізу конкурентного середовища та стратегічних можливостей гостьового будинку «Villa Pinia» доцільно провести SWOT-аналіз. Цей інструмент дозволяє оцінити внутрішні сильні та слабкі сторони підприємства, а також зовнішні можливості і загрози, що впливають на його функціонування та розвиток. Завдяки такому підходу можна зрозуміти ключові чинники, які визначають конкурентоспроможність «Villa Pinia» в умовах динамічного туристичного ринку Одеси, а також визначити шляхи для зміцнення позицій і уникнення потенційних ризиків.

Таблиця 2.12, наведена нижче, відображає основні результати проведеного SWOT-аналізу.

Таблиця 2.12. **SWOT-аналіз гостьового будинку «Villa Pinia»**

Компонент	Опис
Сильні сторони (Strengths)	<p>Екологічна концепція: «Villa Pinia» відрізняється екологічним підходом у всіх аспектах обслуговування, що приваблює спеціалізовану цільову аудиторію.</p> <p>Унікальність на ринку: у порівнянні з іншими готелями в регіоні, які не приділяють значної уваги екологічним питанням, «Villa Pinia» має значну конкурентну перевагу.</p> <p>Лояльність клієнтів: гостьовий будинок зосереджений на створенні довгострокових відносин з клієнтами, що підвищує повторні візити та рекомендації.</p>
Слабкі сторони (Weaknesses)	<p>Невеликий розмір: «Villa Pinia» є меншим за масштабом у порівнянні з великими мережевими готелями, що обмежує його здатність розширювати ринкову частку та конкурувати в обсягах.</p>

<p>Можливості (Opportunities)</p>	<p>Зростаючий попит на екологічний туризм: все більше туристів віддають перевагу закладам, які дотримуються екологічних стандартів, що може сприяти збільшенню клієнтської бази.</p> <p>Розвиток партнерств: можливість встановлення партнерських відносин з іншими екологічними ініціативами чи місцевими виробниками органічної продукції для посилення позиціонування.</p> <p>Розширення послуг: додаткові екологічні послуги, такі як організація заходів з екологічного виховання або турів по місцевих екологічних фермах, можуть привабити нових клієнтів.</p>
<p>Загрози (Threats)</p>	<p>Конкуренція з великими мережевими готелями: зростаюча конкуренція з боку великих гравців ринку, які мають більше ресурсів для інвестування у маркетинг та оновлення інфраструктури.</p> <p>Ризик зміни екологічного тренду: хоча екологічний туризм зараз є популярним, у довгостроковій перспективі інтерес до цього напрямку може знизитися.</p>

Складено автором.

Сильні сторони гостьового будинку «Villa Pinia» головним чином обумовлені його екологічною спрямованістю та унікальним позиціонуванням на ринку готельних послуг Одеси. Важливим конкурентним фактором є акцент на екологічно чистих рішеннях і сталому розвитку. Завдяки такій чіткій екологічній концепції готель приваблює специфічну цільову аудиторію — відвідувачів, які цінують «зелені» практики та стійкий туризм. Крім того, довіра клієнтів, їх лояльність до бренду «Villa Pinia» дозволяють підприємству формувати міцні довгострокові відносини з гостями, що збільшує повторні візити та рекомендації, підвищуючи рівень залучення нових клієнтів.

Водночас, основні слабкі сторони закладу включають його залежність від постачальників. Через невелику кількість постачальників органічної продукції, з якими працює «Villa Pinia», існує ризик нестабільних цін або проблем з поставками. Така залежність може впливати на здатність підприємства підтримувати свою конкурентоспроможність і забезпечувати відповідність обіцянкам екологічного продукту. Ще однією слабкою стороною є невеликий розмір гостьового будинку, який обмежує його здатність оперативно розширюватися та реагувати на зміну ринкових умов, особливо в умовах тиску з боку великих готельних мереж, які мають більше фінансових ресурсів.

Можливості для подальшого розвитку «Villa Pinia» полягають у зростаючому попиті на екологічний туризм. Сучасні тенденції серед туристів свідчать про збільшення інтересу до «зелених» готелів, що створює перспективи для розширення клієнтської бази. Також є потенціал для розвитку партнерських відносин з іншими підприємствами та ініціативами, що працюють у сфері екологічного туризму або постачання органічних товарів. Це може значно посилити позиції готелю на ринку, дозволяючи пропонувати нові продукти та послуги, які будуть відповідати запитам сучасних екологічно свідомих туристів.

Попри можливості, існують і загрози, з якими може зіткнутися «Villa Pinia». Основною з них є сильна конкуренція з боку великих мережевих готелів, які мають можливість інвестувати значні ресурси в маркетинг та оновлення інфраструктури. Така конкуренція може створювати додатковий тиск на підприємство, особливо в умовах економічної нестабільності в Україні, яка може призвести до зниження туристичних потоків і витрат на відпочинок. Також варто враховувати можливість зміни трендів - попри поточну популярність екологічного туризму, цей тренд може змінитися в майбутньому, і інтерес до такого виду відпочинку може зменшитися.

Таким чином, для підтримання конкурентних переваг «Villa Pinia» важливо звернути увагу на стабілізацію постачань та диверсифікацію каналів

отримання органічної продукції. Окрім того, необхідно розробити довгострокову стратегію позиціонування, яка зможе врахувати можливі зміни ринку та забезпечити стійкість бізнесу в умовах високої конкуренції та економічної невизначеності.

Гостьовий будинок «Villa Pinia» в Одесі є екологічним готелем, розташованим на 16-й станції Великого Фонтану, в п'яти хвилинах від пляжу «Золотий Берег» і близько 20 хвилин їзди від центру міста. У готелі є 16 номерів, що пропонують комфортний відпочинок, використовуючи екологічні матеріали та сучасні технології для енергоефективності, що є частиною його концепції еко-філософії. Гостям також надаються такі послуги, як SPA, басейн, ресторан з екологічно чистими продуктами та інші сучасні зручності, включаючи Wi-Fi та кондиціонери в номерах

З конкурентів гостьового будинку «Villa Pinia» в Одесі можна виділити кілька схожих закладів, зокрема:

1) Eco Apart Hotel - готель з подібною екологічною філософією та акцентом на комфорт для гостей. Пропонує сучасні номери та знаходиться неподалік моря.

2) M1 Club Hotel - стильний готель біля пляжу з сучасними зручностями, включаючи ресторан, басейн та SPA.

3) Villa le Premier - розкішний бутік-готель з високим рівнем обслуговування та додатковими послугами, такими як басейн, SPA та ресторан.

Аналізуючи конкурентне середовище (див. таб. 2.13), можна відзначити, що основною перевагою «Villa Pinia» є її еко-концепція, розташування в екологічно чистій зоні Одеси та використання екологічних матеріалів і технологій. Однак, конкуренти також пропонують схожий рівень послуг, і тому стратегія позиціонування має акцентувати увагу на унікальних аспектах готелю, таких як близькість до пляжу, еко-дружній підхід до дизайну та обслуговування, що може приваблювати як місцевих, так і міжнародних гостей.

Таблиця 2.13. Матриця конкурентного позиціонування гостьового будинку «Villa Pinia» у порівнянні з основними конкурентами

Параметр	Villa Pinia	Eco Apart Hotel	M1 Club Hotel
Рівень цін	Середній	Середній	Високий
Розташування	Екологічно чистий район	Неподалік пляжу	Престижне, біля моря
Якість обслуговування	Висока	Висока	Висока
Додаткові послуги	SPA, басейн, ресторан	Басейн, ресторан	Басейн, SPA, ресторан
Відгуки клієнтів	Позитивні	Позитивні	Позитивні
Кількість номерів	16	25	68

Складено на основі джерел [60].

На основі матриці конкурентного позиціонування можна сформулювати кілька важливих висновків щодо стратегії гостьового будинку «Villa Pinia». По-перше, ключовою перевагою цього закладу є його помірний рівень цін, що особливо вигідно на фоні конкурентів, таких як M1 Club Hotel та Villa le Premier, які орієнтовані на сегмент клієнтів з вищими доходами. Це робить «Villa Pinia» більш доступним для різноманітних груп відвідувачів, що охоплюють як туристів, так і місцевих мешканців, які шукають комфортний відпочинок за розумні кошти.

Крім того, унікальною перевагою «Villa Pinia» є її розташування в екологічно чистому районі Одеси - на 16-й станції Великого Фонтану, що гарантує спокій та можливість відпочинку від міської метушні, одночасно залишаючись в межах міста. У сучасних умовах зростаючого інтересу до екологічного туризму та здорового способу життя, еко-дружня концепція готелю додає йому конкурентних переваг. Використання екологічних матеріалів при будівництві і декоруванні номерів та надання органічних продуктів у ресторані дозволяє «Villa Pinia» успішно позиціонувати себе як

готель для гостей, які піклуються про здоров'я та навколишнє середовище. Це важливий маркетинговий хід, особливо у порівнянні з конкурентами, які, хоча й надають якісні послуги, не мають настільки акцентованої екологічної складової.

Щодо кількості номерів, «Villa Pinia» пропонує лише 16 номерів, що є порівняно меншим показником у порівнянні з конкурентами, такими як M1 Club Hotel, який має 68 номерів. Це обмежує можливості закладу щодо залучення великої кількості гостей, особливо у пік сезону. Проте, цей фактор також можна розглядати як можливість створити атмосферу більш персоналізованого, ексклюзивного обслуговування, надаючи гостям почуття індивідуального підходу та високої уваги до деталей. Такий підхід може сприяти зміцненню лояльності клієнтів, особливо серед тих, хто цінує спокій та унікальний досвід проживання.

З точки зору якості обслуговування, «Villa Pinia» демонструє стабільно високі результати. Відгуки клієнтів, як правило, позитивні, що підкреслює високий рівень сервісу та комфорту. Це особливо важливо у готельному бізнесі, де відгуки відіграють значну роль у прийнятті рішення потенційними гостями. Наявність SPA-центру, басейну та ресторану з органічними стравами додатково посилює позиції «Villa Pinia» у конкурентній боротьбі. Ці послуги, хоча й доступні у конкурентів, зокрема у Villa le Premier та M1 Club Hotel, в «Villa Pinia» мають свою унікальність через еко-орієнтованість.

Однак для подальшого зміцнення своїх ринкових позицій «Villa Pinia» варто зосередитися на кількох стратегічних напрямках. Зокрема, подальше просування еко-дружньої філософії готелю через активні маркетингові кампанії може привернути увагу екологічно свідомих туристів, як з України, так і з-за кордону. Також варто розглянути можливість розширення спектру послуг або додавання нових кімнат, що дозволить збільшити кількість клієнтів, не втрачаючи при цьому унікального підходу до обслуговування.

Отже, «Villa Pinia» має значний потенціал для зростання та посилення своїх конкурентних позицій на ринку завдяки унікальному поєднанню

екологічної концепції, високої якості обслуговування та стратегічного розташування.

У підсумку можна зробити декілька важливих висновків щодо конкурентного середовища та маркетингового позиціонування гостьового будинку «Villa Pinia».

По-перше, підприємство функціонує в умовах високої конкуренції, зокрема серед великих готельних мереж Одеси, що мають значні фінансові ресурси та маркетингові можливості. Водночас, «Villa Pinia» володіє унікальною перевагою - екологічною концепцією, яка дозволяє залучати специфічну аудиторію, орієнтовану на стійкий та екологічно свідомий туризм. Це створює чітку диференціацію на ринку та дозволяє підприємству виділятися серед конкурентів, які не надають такої акцентованої уваги екології.

Основними загрозами для «Villa Pinia» є залежність від обмеженого кола постачальників органічних товарів, що може спричинити нестабільність у ціноутворенні та підвищення витрат. Конкуренція з великими готельними мережами також створює тиск, оскільки вони мають змогу інвестувати більше у розширення послуг та інфраструктури.

Проте, аналіз за матрицею Портера показує, що загроза нових гравців і товарів-замінників є меншою. Високі інвестиційні бар'єри на вхід до ринку екологічних готелів зменшують ризик появи нових конкурентів. Також, альтернатива у вигляді оренди апартаментів через платформи на кшталт Airbnb не є серйозною загрозою через нездатність цих послуг запропонувати рівень екологічності та сервісу, який забезпечує «Villa Pinia».

Для подальшого успіху, «Villa Pinia» має зосередитися на підтримці стабільних відносин з постачальниками, розширенні спектру послуг, а також активнішому просуванні своєї екологічної концепції, що дозволить їй залишатися конкурентоспроможною в умовах високого ринкового тиску та економічної невизначеності.

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІЧНА ТА СОЦІАЛЬНА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС - ПЛАНУ ДЛЯ ГОСТЬОВОГО БУДИНКУ «РОБІНЗОН»

3.1. Стратегічне бізнес - планування розвитку гостьового будинку «Робінзон»

Бізнес-планування відіграє ключову роль у відкритті та розвитку гостьових будинків, забезпечуючи підприємцям чітке розуміння цілей, стратегій і кроків, необхідних для досягнення успіху. Ретельно складений бізнес-план є не лише інструментом для залучення інвестицій, але й дорожньою картою для управління всіма аспектами діяльності гостьового будинку. У цьому розділі розглядаються всі важливі аспекти бізнес-планування та його значення для відкриття та розвитку гостьових будинків.

Бізнес-планування дозволяє підприємцю чітко сформулювати довгострокові та короткострокові цілі бізнесу. Це включає визначення основних напрямків розвитку, обсягів ринку, очікуваного прибутку та основних показників ефективності. Важливо встановити чіткі, вимірювані цілі, які можна реалізувати через певні стратегії та тактичні дії.

У процесі бізнес-планування визначаються такі важливі аспекти, як:

Аналіз ринку є важливим етапом, що дозволяє виявити цільову аудиторію та визначити конкурентні переваги гостьового будинку. Цей аналіз охоплює оцінку попиту на послуги, вибір оптимального місця розташування та створення унікальної пропозиції, яка допоможе виділити гостьовий будинок серед конкурентів.

Розробка місії та бачення є ключовою для стратегічного планування. Місія допомагає зосередити зусилля на досягненні конкретних цілей, тоді як бачення формує довгострокову перспективу розвитку. Це дозволяє будувати плани, що враховують можливі зміни в ринку та бізнес-середовищі [54, с. 5-6].

Бізнес-планування передбачає детальний аналіз ринкових умов і конкурентного середовища, що є критично важливим для успішного відкриття та розвитку гостьового будинку. Цей процес допомагає врахувати ринкові тенденції, вивчити потреби споживачів і визначити конкурентів. Вивчення попиту на послуги гостьових будинків в конкретному регіоні, а також вивчення сезонних коливань і тенденцій у сфері гостинності, допомагає створити ефективну маркетингову стратегію та визначити цінову політику. Оцінка основних конкурентів, аналіз їх сильних і слабких сторін, а також їх цінової політики та якості обслуговування, дозволяє розробити стратегії для зміцнення конкурентних позицій на ринку [55, с. 198-200].

Фінансовий розділ бізнес-плану є ключовим для залучення інвесторів і забезпечення стабільності бізнесу. Він передбачає оцінку початкових інвестицій, розробку бюджету, прогнозування доходів та витрат, а також аналіз фінансових ризиків. Важливо визначити обсяг капіталовкладень, необхідних для запуску гостьового будинку, що включає витрати на нерухомість, ремонт, облаштування інтер'єру, закупівлю обладнання та маркетинг. Прогнозування доходів, витрат і грошових потоків допомагає оцінити окупність проєкту, встановити реалістичні фінансові цілі і планувати подальший розвиток бізнесу. Це також включає оцінку можливих ризиків, таких як коливання попиту, зростання витрат або економічні кризи, що дозволяє заздалегідь підготуватися до можливих труднощів. Розробка стратегії фінансування передбачає визначення джерел фінансування, таких як власні кошти, кредити, інвестиції або гранти, що допомагає оптимально розподілити фінансові ресурси та зменшити фінансові ризики [56, с. 77-79].

Бізнес-планування також передбачає розробку операційної стратегії, яка охоплює всі аспекти управління ресурсами та організації діяльності гостьового будинку, що дозволяє забезпечити ефективне функціонування бізнесу і досягнення поставлених цілей. Управління персоналом включає розробку кадрової політики, визначення потреб у співробітниках, створення системи мотивації та організацію навчання. Це є критично важливими для

забезпечення високої якості обслуговування і ефективного управління. Організація постачання необхідних товарів і послуг, таких як продукти харчування, засоби гігієни та меблі, має бути ретельно спланована для забезпечення безперебійної роботи закладу. Впровадження стандартів якості та контроль за їх дотриманням допомагають підтримувати високу якість обслуговування, що є основним чинником успіху в сфері гостинності [57].

Маркетинговий розділ бізнес-плану є критично важливим для залучення клієнтів та формування позитивного іміджу гостьового будинку. Він включає розробку стратегії просування, вибір каналів маркетингових комунікацій та визначення цільової аудиторії. Аналіз цільової аудиторії дозволяє виявити характеристики потенційних клієнтів, їхні потреби та переваги, що допомагає створити ефективні маркетингові стратегії, орієнтовані на задоволення конкретних запитів ринку. Формування унікального бренду та чітке позиціонування на ринку дозволяє гостьовому будинку виділитися серед конкурентів і привернути увагу цільової аудиторії. Рекламна кампанія, активне використання соціальних мереж, співпраця з туристичними платформами та організація PR-заходів сприяють підвищенню впізнаваності бренду та залученню нових клієнтів [58].

Бізнес-планування продовжується і після розробки плану, оскільки контроль та моніторинг його реалізації є ключовими етапами. Це дозволяє оцінити досягнення поставлених цілей, своєчасно виявити проблеми та внести необхідні корективи. Регулярний моніторинг ключових показників ефективності, таких як фінансові та операційні показники, дозволяє визначити, наскільки ефективно реалізується бізнес-план, і приймати обґрунтовані рішення для подальшого розвитку. Виявлення відхилень від запланованих показників допомагає швидко реагувати на зміни у ринку чи внутрішні проблеми, коригуючи стратегії та тактичні кроки. Гнучкість та здатність до адаптації важливі для успішного розвитку бізнесу, оскільки зміни в ринкових умовах або внутрішніх процесах можуть вимагати коригування бізнес-плану [59].

Крім того, бізнес-план є основним інструментом для залучення інвестицій та отримання фінансування. Інвестори та кредиторі потребують чіткої картини майбутнього бізнесу, його потенціалу та ризиків, що можна оцінити на основі детального бізнес-плану. Це дозволяє створювати презентації для потенційних інвесторів та формувати кредитні заявки для банків або інших фінансових установ. Бізнес-план допомагає залучити додатковий капітал, необхідний для відкриття та розвитку гостьового будинку, а також забезпечити фінансову підтримку через кредити [60, с. 45-46].

Бізнес-планування є критично важливим етапом у відкритті та розвитку гостьового будинку. Воно забезпечує стратегічне управління, контроль фінансових та операційних аспектів, а також успішне позиціонування бізнесу на ринку. Ретельно розроблений бізнес-план є не тільки інструментом для залучення інвестицій, але й основою для прийняття ефективних управлінських рішень, що сприяють стабільному розвитку та успіху гостьового будинку.

Завдяки структурі наявних даних, що було напрацьовано в нашій бакалаврській роботі можна детально обґрунтувати інвестиційні витрати, потенційні вигоди для громади, конкурентні переваги й прогнозовані результати від запровадження гостьового будинку "Робінзон". Для кращої презентації інформації план має враховувати продовження теми бакалаврської роботи, що підкреслить тяглість дослідження та надасть цілісного вигляду бізнес-плану.

Гостьовий будинок «Робінзон» розташований у мальовничому селі Чикалівка, на березі річки Дніпро, що надає йому низку природних і рекреаційних переваг. Розташування на природі створює привабливість для міських мешканців, які становлять цільову аудиторію закладу. Відповідно до проведеного аналізу, за основними характеристиками конкурентів (місце розташування, транспортна доступність, екстер'єр, якість обслуговування) гостьовий будинок «Робінзон» має суттєві переваги, зокрема завдяки

високим показникам якості обслуговування та додаткових послуг. Гостьовий будинок має переваги над конкурентами завдяки локалізації поруч із річкою, комплексній пропозиції для активного відпочинку (катання на швидкісних катерах, вейкбордінг, риболовля) та сучасним зручностям (спа-центр, тренажерний зал, бар біля басейну).

Основою концепції є організація сучасного простору відпочинку з елементами «домашнього затишку» та «сільської романтики». Гостьовий будинок пропонує відпочинок у стилі «все включено» з трьохразовим харчуванням за системою «шведський стіл» з акцентом на домашню кухню. Місткість закладу складає до 10 осіб, що дозволяє забезпечити індивідуальний підхід до кожного гостя. Заклад має три категорії номерів, що забезпечує вибір для різних споживачів: стандартні, напівлюкс, люкс та апартаменти. Важливо зазначити, що гостьовий будинок відповідає категорії 4-зіркового сервісу, що дає йому перевагу серед інших закладів регіону.

Впровадження бізнес-плану надасть не лише економічні вигоди, але й соціальні. Завдяки діяльності гостьового будинку «Робінзон» сільська громада отримує можливість розвитку туризму, що сприятиме покращенню інфраструктури, створенню робочих місць для місцевих жителів та зміцненню зв'язків із сусідніми районами. Кадровий склад закладу налічує 20 осіб, що включає обслуговуючий персонал та адміністрацію. Крім цього, заклад створить нові можливості для місцевого бізнесу, що може постачати продукти харчування, сувеніри та туристичне оснащення.

Для побудови гостьового будинку «Робінзон» потрібні капітальні вкладення, загальна сума яких складає 981 025 тисяч гривень. За даними аналізу, найбільші витрати становлять будівельні роботи (понад 56% від загальних витрат) та закупівля обладнання, меблів та інвентарю (до 30% від витрат). Об'єкти підсобного призначення та транспортна інфраструктура вимагають додаткових витрат для забезпечення повноцінної роботи гостьового будинку.

Оцінка окупності інвестицій розраховується на основі середньої заповнюваності закладу та прогнозованого рівня доходів від готельних і додаткових послуг, таких як організація відпочинку, користування SPA-зоною, послуги харчування та роздрібною торгівлі.

Наступний бізнес-план розроблений з урахуванням концептуальних та економічних засад, закладених у нашій бакалаврській роботі, що містить детальне обґрунтування вибору локації, оцінку ринкової доцільності та аналіз конкурентного середовища для створення гостьового будинку «Робінзон». Використані дані та дослідження слугували основою для подальшого розвитку проекту, що забезпечує його концептуальну і стратегічну цілісність, а також відображає глибокий підхід до планування фінансових показників, економічної ефективності та рентабельності.

Бізнес-план гостьового будинку «Робінзон»

Гостьовий будинок «Робінзон» планується до відкриття у селі Чикалівка, що має привабливе розташування для залучення туристів та відпочивальників, завдяки близькості до природних та культурних ресурсів регіону. План містить основні фінансові та стратегічні аспекти створення гостьового будинку, включаючи аналіз конкуренції, визначення цільової аудиторії та обґрунтування економічної доцільності проекту.

1. Загальна концепція

Гостьовий будинок пропонуватиме затишні номери середнього та економ-класу, орієнтовані на сімейні пари, туристичні групи та окремих мандрівників, які бажають відпочити від міської суєти. Концепція закладу базується на поєднанні зручностей сучасного готелю з елементами автентичного сільського відпочинку, а також на пропозиціях активного дозвілля, таких як прогулянки на природі, екскурсії, риболовля та ознайомлення з місцевою культурою.

2. Аналіз ринку та конкуренції

Головними конкурентами є малі приватні готелі та гостьові будинки в околицях. Однак на ринку спостерігається недостатня пропозиція послуг

середнього класу з можливістю занурення в місцеву культуру та природу. Гостьовий будинок «Робінзон» буде вирізнятися унікальним розташуванням та широким спектром послуг для клієнтів, що надасть йому конкурентні переваги.

3. Цільова аудиторія

Проект спрямовано на залучення таких груп клієнтів:

- Сімейні пари з дітьми, які шукають доступні варіанти відпочинку в сільській місцевості.
- Туристи, що бажають відпочити у природних локаціях, подалі від міських умов.
- Мандрівники-індивідуали та молодь, зацікавлені у бюджетному та екологічно орієнтованому туризмі.

4. Продуктова пропозиція та послуги

Гостьовий будинок пропонуватиме:

- Затишні, комфортні номери з необхідними зручностями.
- Додаткові послуги: сауна, зона барбекю, організація екскурсійних маршрутів.
- Програми активного дозвілля, що включають піші маршрути, риболовлю, катання на велосипедах, а також ознайомлення з місцевими ремеслами та традиціями.

5. Стратегія маркетингу та просування

Задля популяризації гостьового будинку буде використано такі методи:

- Реклама в соціальних мережах та туристичних платформах, таких як Booking.com, Airbnb.
- Створення вебсайту, де клієнти зможуть дізнатися про послуги та забронювати номер онлайн.
- Партнерство з туристичними агентствами для залучення клієнтів через організовані тури.
- Акційні програми для постійних клієнтів та сімейні знижки на тривале проживання.

6. Організаційна структура та управління

Проектом керуватиме власник гостьового будинку, який також виконуватиме функції менеджера з персоналу. Залежно від сезонного попиту планується залучати персонал для виконання послуг з обслуговування номерів, прибирання та організації дозвілля.

7. Фінансовий план

Фінансовий план охоплює основні видатки, пов'язані з відкриттям і поточним утриманням гостьового будинку:

- Стартові витрати: ремонт будівлі, придбання меблів та техніки, рекламні витрати, юридичне оформлення бізнесу.

- Поточні витрати: зарплата персоналу, комунальні послуги, оновлення та підтримка рекламних каналів.

- Очікувані доходи: прогнозується на основі аналізу середньої завантаженості номерів (у літній сезон – 80%, у зимовий – 40%) та середньої вартості проживання.

8. Оцінка ризиків та шляхи їх мінімізації

До основних ризиків проекту відносяться:

- Нестабільність туристичного потоку, що може бути спричинена сезонністю.

- Конкурентний тиск з боку інших гостьових закладів.

- Зміни у законодавстві, що можуть вплинути на туристичну галузь.

Мінімізація ризиків передбачає диверсифікацію послуг, впровадження маркетингових стратегій для позасезонного залучення гостей та гнучке ціноутворення.

Розрахунок строку окупності гостьового будинку «Робінзон» можна здійснити на основі аналізу стартових інвестицій, постійних та змінних витрат, а також прогнозованих доходів.

Строк окупності проекту розраховується за формулою (3.1):

(3.1)

$$T = \frac{I}{D - B}$$

де:

T – строк окупності, в роках;

I – загальні стартові інвестиції;

D – річний дохід;

B – річні витрати.

Для розрахунку строку окупності гостьового будинку «Робінзон» на основі загальних інвестицій необхідно спочатку оцінити потенційний річний дохід і річні витрати, враховуючи концепцію та масштаби закладу.

Концепція гостьового будинку передбачає сезонний потік туристів, тож річний дохід залежатиме від кількості гостей у сезонні та несезонні місяці. Припустимо, що будинок надаватиме послуги проживання, харчування, а також додаткові послуги, як-от екскурсії, оренда спорядження та транспортні послуги.

1. Кількість номерів та середня вартість проживання:

Кількість номерів: 10 номерів

Середня вартість проживання: 2 500 грн за добу

Середня заповнюваність на рік: 50 % (з урахуванням сезонності)

2. Розрахунок доходу від проживання:

Річний дохід від проживання = 10 номерів × 2500 грн/доба × 365 днів × 0,5 =
= 4562500 грн

3. Додатковий дохід:

Додаткові послуги, як-от харчування, екскурсії, оренда обладнання, можуть забезпечити ще близько 30% від доходу на проживання.

Додатковий річний дохід = 4562500 × 0,3 = 1368750 грн

4. Загальний річний дохід (D):

D = 4562500 + 1368750 = 5931250 грн

Прогноз річних витрат (B)

Основні витрати гостьового будинку можуть включати:

- Зарплата персоналу: близько 10 осіб (адміністратори, обслуговуючий персонал, кухарі) – 1 200 000 грн на рік.

- Комунальні послуги та витрати на утримання: 500 000 грн на рік.

- Маркетинг і реклама: 200 000 грн на рік.

- Адміністративні витрати та податки: 500 000 грн на рік.

Таким чином, річні витрати становлять:

$$V=1200000+500000+200000+500000=2400000\text{грн}$$

Розрахунок строку окупності (Т)

Підставляючи дані у формулу:

$$T = \frac{9982775}{5931250 - 2400000} = \frac{9982775}{3531250} \approx 0,28$$

Отриманий строк окупності за таких прогнозів становить приблизно 0,28 року, або близько 3,4 місяця. Це свідчить про досить швидку окупність за умови досягнення прогнозованих доходів і витрат.

3.2 Соціальний ефект від впровадження проекту гостьового будинку «Робінзон»

Для висвітлення соціального ефекту від впровадження проекту гостьового будинку «Робінзон» у селі Чикалівка, важливо врахувати аспекти зайнятості населення, що є ключовим компонентом створення соціальної користі в регіоні. Цей підрозділ розгляне питання створення нових робочих місць, їх розподіл за категоріями, а також можливі соціальні наслідки від залучення місцевого населення до зайнятості, включаючи сезонну роботу.

Початок функціонування гостьового будинку передбачає створення робочих місць для обслуговування закладу, що зосереджує зайнятість у трьох основних напрямках: адміністративний, обслуговуючий та технічний персонал. Виходячи з концепції та структури гостьового будинку, для

стабільної роботи комплексу передбачено 20 постійних робочих місць, включаючи адміністраторів, обслуговуючий персонал ресторану та бару, а також фахівців із прибирання та технічного обслуговування.

На основі даних про кадровий склад гостьового будинку «Робінзон», можна виділити такі ключові категорії зайнятості:

- Адміністрація: включає адміністраторів залу, які відповідають за прийом гостей, управління персоналом, облік бронювань та організацію заходів у межах комплексу. Роль адміністративного персоналу є надзвичайно важливою для належного функціонування гостьового будинку та формування високого рівня обслуговування гостей.

- Обслуговуючий персонал ресторану та бару: до цього складу входять офіціанти, бармени-касири, мийники столового посуду, а також прибиральники залів. Їх загальна кількість у постійній зайнятості складає 11 осіб.

- Технічний персонал: це працівники, що забезпечують повсякденне функціонування об'єктів рекреаційного обслуговування та комунального господарства гостьового будинку, зокрема фахівці з обслуговування басейну, тренажерної зали, СПА-центру та інших зон відпочинку.

З огляду на сезонність туристичного потоку, передбачається залучення додаткових працівників у пікові періоди (літній сезон), що дає можливість створити тимчасові робочі місця. Це особливо актуально для жителів села Чикалівка, які можуть отримати додатковий дохід через короткострокові контракти. У цьому випадку робочі місця створюються на обмежений час (3–5 місяців), що не лише розширює можливості зайнятості, а й дозволяє знизити рівень безробіття серед молоді та сезонних працівників.

Очікується, що завдяки функціонуванню гостьового будинку «Робінзон» буде знижено рівень безробіття у Кременчуцькому районі, особливо серед молоді та осіб, що мають кваліфікацію в галузях гостинності та обслуговування.

Проект гостьового будинку «Робінзон» у селі Чикалівка може мати суттєвий вплив на економічний розвиток регіону, адже його функціонування створює попит на товари та послуги, що стимулює зростання місцевого бізнесу та економіки. Важливим є розгляд таких аспектів, як сприяння розвитку малого бізнесу, підтримка місцевих виробників та поліпшення інфраструктури завдяки інвестиціям у туристичний сектор.

Завдяки зростаючому туристичному потоку до гостьового будинку «Робінзон», зростає попит на послуги, що супроводжують відпочинок туристів. Це стимулює розвиток таких сфер, як кафе, сувенірні крамниці та екскурсійні агентства, які можуть задовольнити потреби гостей у додаткових розвагах та послугах поза територією гостьового комплексу. Крім того, місцеві підприємці можуть запропонувати туристам унікальні продукти або послуги, що ґрунтуються на локальних особливостях та культурних традиціях, такі як екскурсії по Дніпру, кулінарні майстер-класи, прокат спортивного спорядження для активного відпочинку на воді.

Функціонування гостьового будинку створює сталий попит на продовольчі та непродовольчі товари, що стимулює розвиток ринку збуту для місцевих виробників. Зокрема, гостьовий будинок пропонує триразове харчування за системою «все включено» з акцентом на домашні страви, що відкриває можливості для постачальників сільськогосподарської продукції. Місцеві фермери можуть забезпечувати кухню свіжими овочами, фруктами, м'ясом, молочними продуктами, що знижує витрати на логістику та сприяє стабільному збуту їх продукції.

Окрім продуктів харчування, зростає попит і на ремісничі вироби, які можуть продаватися в сувенірних крамницях. Вироби народних майстрів – від кераміки до текстилю та дерев'яних виробів – можуть не лише привернути увагу туристів, але й створити додаткові прибутки для ремісників та сприяти збереженню локальних традиційних ремесел. Таким чином, місцеві підприємці отримують доступ до нових каналів реалізації продукції, зменшуючи залежність від зовнішніх ринків.

Розширення туристичних об'єктів на кшталт гостьового будинку «Робінзон» може мати мультиплікативний ефект на інфраструктуру села Чикалівка та прилеглих територій. Завдяки інвестиціям у туристичну галузь розвивається транспортна інфраструктура, покращується доступ до об'єктів відпочинку, реконструюються дороги, зростає потреба у водопостачанні та енергетичних ресурсах. Інфраструктурні зміни, необхідні для забезпечення належного обслуговування гостей, одночасно покращують умови для місцевого населення, створюючи привабливіший образ регіону для потенційних інвесторів.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що діяльність гостьового будинку «Робінзон» здатна надати потужний імпульс для розвитку місцевої економіки. Залучення малого бізнесу, підтримка локальних виробників та покращення інфраструктури сприяють формуванню стабільного економічного середовища в регіоні, що підвищує його конкурентоспроможність та привабливість як для відвідувачів, так і для потенційних інвесторів.

Проект гостьового будинку «Робінзон», розроблений у межах дипломної роботи та спроектований для розташування в селі Чикалівка Кременчуцького району, має потенціал для значного покращення туристичної інфраструктури цього регіону. Завдяки створенню сучасного гостьового комплексу з широкими рекреаційними можливостями, що передбачає як високий рівень комфорту, так і додаткові послуги, зросте привабливість регіону для туристів. Це, у свою чергу, сприятиме розвитку транспортної, інформаційної та рекреаційної інфраструктури, підвищенню популярності регіону як туристичного центру та створенню умов для залучення відвідувачів протягом усього року.

Запровадження гостьового будинку «Робінзон» за концепцією, розробленою у межах дипломної роботи, зумовлює потребу у відповідній інфраструктурі як на території об'єкта, так і в самому регіоні. Зокрема, підвищення транспортної доступності стає важливою умовою для успішної

діяльності закладу, що стимулює покращення якості доріг, можливу організацію регулярного громадського транспорту до села Чикалівка, а також створення зручного водного сполучення, яке використовує природні ресурси регіону, зокрема річку Дніпро. Крім того, зростання інтересу туристів вимагає розвитку інформаційної підтримки, зокрема встановлення інформаційних стендів, електронних навігаторів, а також спеціальних інформаційних сервісів, які інформуватимуть гостей про особливості місцевих культурних та природних об'єктів.

Створення гостьового будинку «Робінзон» дозволяє сформувати позитивний імідж Кременчуцького району як перспективної туристичної зони. Об'єкт забезпечує високий рівень комфорту, що спонукає до позитивних відгуків з боку відвідувачів. Оскільки унікальне розташування та концепція об'єкта, що включає такі послуги як катання на швидкісних катерах, вейкбординг, риболовля та відпочинок у спа-комплексі, є нестандартними для цього регіону, гостьовий будинок сприятиме популяризації села Чикалівка серед нових категорій туристів. Це підвищує перспективи для регіону стати точкою інтересу як для українських, так і для іноземних туристів, сприяючи інвестиційній привабливості регіону в сфері туризму.

Оскільки гостьовий будинок «Робінзон» позиціонується як комплекс для відпочинку з різноманітними можливостями, це дозволяє забезпечити приплив відвідувачів не лише у піковий літній сезон, а й протягом року. У межах розробленої концепції передбачено можливість організації культурних та освітніх заходів, таких як майстер-класи, фестивалі, тематичні вечори, що сприяють залученню відвідувачів навіть у зимовий та міжсезонний періоди. Так, проведення святкових заходів, зокрема фестивалів народних ремесел чи культурних подій, дозволяє створити привабливі умови для відвідувачів з урахуванням їхніх різноманітних інтересів, стимулюючи розвиток цілорічного туризму.

Таким чином, гостьовий будинок «Робінзон», розроблений у межах дипломного дослідження, не лише сприяє покращенню туристичної інфраструктури, а й формує передумови для економічного зростання та розвитку села Чикалівка. Це робить регіон більш конкурентоспроможним на туристичному ринку, приваблюючи нові потоки інвестицій та стимулюючи створення сприятливого середовища для сталого розвитку.

Проект гостьового будинку «Робінзон», розроблений у межах дипломної роботи, є не тільки комерційним туристичним об'єктом, але й виконує важливу соціальну та культурну роль для регіону. Його концепція передбачає створення умов для розвитку місцевих культурних традицій, організації екологічних та освітніх заходів, а також стимулює інтеграцію туристів і місцевої громади, що сприяє взаємному збагаченню культурного досвіду та формуванню нових соціальних зв'язків. Це робить гостьовий будинок не лише місцем відпочинку, але й осередком підтримки культурного середовища.

У рамках концепції «Робінзона» передбачено проведення заходів, спрямованих на підвищення культурного рівня та екологічної свідомості як місцевих жителів, так і гостей. Зокрема, плануються освітні майстер-класи з ремісничих навичок, які зможуть відвідувати як туристи, так і мешканці села Чикалівка. Такі заходи сприяють відродженню традиційних ремесел та ремісничих умінь, що особливо важливо для збереження культурної ідентичності регіону. Крім того, будуть організовані екологічні ініціативи, зокрема дні прибирання на території річки Дніпро, де будинок розташований, а також заходи, присвячені збереженню природних ресурсів, що формуватиме екологічну свідомість у населення та сприятиме підтримці чистоти й гармонії в природному середовищі.

Гостьовий будинок «Робінзон» слугуватиме платформою для інтеграції туристів із місцевою громадою, що сприятиме культурному обміну та створенню позитивної атмосфери співпраці. Місцеві жителі матимуть можливість представити туристам свої традиції, надаючи послуги екскурсій,

продавати вироби ручної роботи та ремісничі вироби, а також пропонувати автентичні страви в рамках організованих фестивалів і культурних вечорів. Це не лише сприятиме підтримці місцевої економіки, але й забезпечить збереження автентичних культурних цінностей регіону, адже туристи матимуть змогу долучитися до культурної спадщини через живий досвід взаємодії з місцевим населенням.

Однією з особливостей проекту є акцент на збереженні місцевих традицій, ремесел та культурної спадщини. У рамках діяльності гостьового будинку планується підтримка місцевих майстрів та організація виставок і ярмарків, де можна буде придбати традиційні вироби та сувеніри. Це сприятиме відновленню та популяризації народних ремесел, таких як гончарство, ткацтво, різьблення по дереву, що мають велике історичне значення для регіону. Завдяки такому підходу, культурна спадщина збережеться й отримає новий розвиток, адже про неї дізнаються не тільки місцеві жителі, але й туристи з інших регіонів та країн.

Таким чином, соціальний та культурний ефект від запровадження гостьового будинку «Робінзон» буде значним, оскільки він сприятиме розвитку соціальної інтеграції, підтримці місцевих культурних традицій та формуванню екологічної свідомості в регіоні.

Проект гостьового будинку «Робінзон», який концептуально розроблений у межах дипломної роботи, має вагомий потенціал для покращення якості життя мешканців села Чикалівка та Кременчуцького району загалом. Його функціонування сприятиме фінансовій підтримці місцевих соціальних ініціатив, розвитку інфраструктури, а також створенню нових можливостей для професійного розвитку молоді. У цьому аспекті гостьовий будинок відіграє роль не лише туристичного об'єкта, а й соціального інструменту для регіонального піднесення.

Одним із основних економічних ефектів, який забезпечить функціонування гостьового будинку «Робінзон», є збільшення податкових надходжень до місцевого бюджету. Сплата податків, що надходитиме від

діяльності будинку, стане джерелом фінансування для реалізації соціальних програм, зокрема у сфері охорони здоров'я, освіти та благоустрою. Це дозволить органам місцевого самоврядування спрямовувати додаткові ресурси на задоволення потреб населення, що, своєю чергою, позитивно вплине на соціальну стабільність та розвиток регіону.

Завдяки розвитку гостьового будинку та пов'язаних із ним об'єктів інфраструктури місцеве населення отримує покращені умови для життя. Зокрема, очікується, що реалізація проекту стимулюватиме покращення дорожнього покриття, що з'єднає гостьовий будинок з основними транспортними вузлами. Крім того, передбачено покращення комунікаційних мереж, адже доступність інтернету та зв'язку є важливим фактором для сучасного туриста. Це створює умови для інтеграції місцевого населення до сучасного інформаційного простору та підвищує зручність проживання в регіоні. До того ж, поліпшення об'єктів соціальної інфраструктури, таких як медичні пункти, зони відпочинку та рекреаційні майданчики, матиме довгостроковий позитивний вплив на здоров'я та добробут мешканців.

Іншим важливим аспектом є створення можливостей для місцевої молоді отримати професійний досвід у сфері обслуговування та гостинності. Гостьовий будинок «Робінзон» залучатиме до роботи працівників різних спеціалізацій, що потребуватиме певних навичок у сферах адміністрування, управління, кулінарії та рекреації. Молоді люди зможуть працювати на різних посадах у будинку, від обслуговуючого персоналу до адміністраторів, що дозволить їм здобути необхідний професійний досвід та навички, які підвищують їхню конкурентоздатність на ринку праці. Важливо зазначити, що отриманий досвід роботи у сфері гостинності є затребуваним і на інших ринках, що відкриває для молоді можливість подальшого професійного росту.

Таким чином, соціальний ефект від діяльності гостьового будинку «Робінзон» матиме комплексний характер, оскільки він сприятиме як

економічному розвитку, так і покращенню інфраструктури та можливостей для місцевого населення.

Реалізація проекту гостьового будинку «Робінзон» в селі Чикалівка передбачає значні екологічні переваги для регіону, адже його концепція включає впровадження екологічно відповідальних практик, які сприятимуть збереженню природного середовища. Оскільки будинок розроблено в межах дипломної роботи, особливу увагу приділено впровадженню заходів, які не лише зменшують екологічний вплив діяльності на природу, але й пропагують екологічну свідомість серед відвідувачів та місцевих мешканців.

Гостьовий будинок «Робінзон» функціонуватиме з урахуванням екологічних стандартів, які стосуються управління ресурсами та поводження з відходами. Це включає роздільний збір відходів, що забезпечить ефективну утилізацію та зменшить негативний вплив на навколишнє середовище. Крім того, передбачено використання енергозберігаючих технологій, зокрема систем освітлення на основі LED-ламп, що споживають значно менше електроенергії порівняно зі звичайними. Такі заходи також передбачають встановлення автоматичних регуляторів температури, які забезпечуватимуть оптимальні умови для кліматичного контролю, знижуючи витрати енергії. Рациональне використання водних ресурсів передбачає встановлення систем економії води у душових кабінах та санвузлах, що дозволить значно знизити споживання води, зокрема під час високого туристичного сезону.

Гостьовий будинок буде активно пропагувати екологічний спосіб життя серед своїх гостей. Запровадження інформаційних матеріалів, плакатів та рекомендацій, що поширюватимуться на території будинку, сприятиме формуванню екологічної свідомості у відвідувачів. Зокрема, у номерному фонді передбачено інформаційні брошури про екологічно відповідальне споживання води та енергії, а також рекомендації щодо мінімізації утворення відходів. Гостьовий будинок сприятиме використанню багаторазових матеріалів і посуду, що зменшить кількість сміття. Крім того, під час організації екскурсій та розважальних заходів для туристів буде наголошено

на важливості відповідального ставлення до природи, особливо до водних ресурсів та місцевих ландшафтів.

Проект гостьового будинку «Робінзон» включає підтримку ініціатив, спрямованих на збереження місцевих природних ресурсів та ландшафтів. Планується тісна співпраця з природоохоронними організаціями, що діють у регіоні, та участь у місцевих програмах збереження довкілля. Це може включати спільні заходи з очищення прибережної території річки Дніпро, підтримку флори і фауни, проведення екологічних лекцій та освітніх програм для школярів та студентів. Така діяльність сприятиме формуванню позитивного ставлення до навколишнього середовища та розвитку сталого туризму в регіоні.

Таким чином, гостьовий будинок «Робінзон» створює не лише позитивний соціально-економічний ефект, але й вагомий екологічний вплив на регіон, сприяючи збереженню та відновленню природних ресурсів.

3.3. Перспективи подальшого розвитку гостьового будинку «Робінзон» на ринку індустрії гостинності України

Перспективи розвитку гостьового будинку «Робінзон» значною мірою залежать від тенденцій і можливостей ринку гостинності України, який останніми роками демонструє значний динамізм і структурні зміни. Індустрія гостинності відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку країни, залучаючи інвестиції, створюючи нові робочі місця та сприяючи розвитку туристичної інфраструктури. Зокрема, зростання популярності внутрішнього туризму, особливо в контексті останніх геополітичних змін, сприяє зміцненню позицій локальних готельних комплексів і гостьових будинків, що орієнтовані на пропозицію культурно-екологічних послуг для внутрішнього ринку.

Останні дослідження та аналіз ринку показують позитивні тенденції розвитку індустрії гостинності в Україні, зокрема у сфері внутрішнього

туризму, який зазнає значного зростання. За даними Державної служби статистики України, у 2023 році спостерігалось збільшення кількості внутрішніх туристів на 12% порівняно з попереднім роком, що свідчить про підвищений інтерес до внутрішніх подорожей серед громадян України. Цей інтерес підсилюється сприятливими умовами та розвитком інфраструктури, а також доступністю туристичних об'єктів у регіонах [61].

Також у 2023 році було відзначено збільшення кількості бронювань готелів та інших закладів розміщення. Водночас значно змінилися і туристичні уподобання – все більше українців подорожують усередині країни, що особливо відчутно у західних та центральних регіонах. Згідно з прогнозами, цей ріст сприятиме розвитку нових закладів розміщення, зокрема гостьових будинків, які популярні завдяки автентичності й близькості до природних та культурних об'єктів [62].

На основі тенденцій ринку гостинності можна стверджувати, що розвиток гостьового будинку «Робінзон» у перспективі є цілком виправданим. Розвиток інфраструктури, розширення спектра пропонованих послуг та орієнтація на унікальний досвід для відвідувачів дозволять «Робінзону» відповідати вимогам сучасного ринку та ефективно конкурувати у сфері гостинності України. Розміщення гостьового будинку «Робінзон» на ринку індустрії гостинності України може бути успішним завдяки високій популярності цього сегменту й сприятливим умовам для розвитку внутрішнього туризму.

Для розкриття конкурентних переваг гостьового будинку «Робінзон» буде доречно скласти порівняльну таблицю, що демонструє його унікальні характеристики та сильні сторони на тлі інших гостьових будинків подібного рівня. Така таблиця 3.1 надасть наочне уявлення про позиціонування гостьового будинку на ринку індустрії гостинності та покаже його ключові конкурентні переваги.

У розкритті потенціалу розвитку послуг та розширення інфраструктури гостьового будинку «Робінзон» слід врахувати, що цей об'єкт розроблений

лише як проєкт в межах дипломної роботи. Проте, його концептуальні особливості та вже закладені послуги дозволяють розглянути можливості для подальшого розвитку, які могли б сприяти залученню туристів та підвищенню конкурентоспроможності на ринку індустрії гостинності України.

Таблиця 3.1. Порівняльний аналіз конкурентних переваг гостьового будинку «Робінзон» серед аналогічних закладів

Критерій	Гостьовий будинок «Робінзон»	Інші гостьові будинки аналогічного рівня
Категорія та комфорт	4 зірки, високий рівень комфорту, сільський стиль	Від 3 до 4 зірок, здебільшого стандартний інтер'єр
Розташування	На березі річки Дніпро, мальовнича локація	Більшість – в міській або приміській місцевості
Розваги та рекреація	Лаунж-зона, басейн, волейбольне поле, зона для барбекю, катання на катерах і вейкбордах	Обмежений набір: басейн, бар
Харчування	Триразове, система «все включено», домашня кухня	Зазвичай дворазове або платне за меню
Додаткові послуги	SPA-центр, тренажерний зал, салон краси, сувенірний бутік	Мінімальний набір додаткових послуг
Цільовий сегмент	Туристи з міст, охочі до відпочинку на природі	Різні цільові сегменти, від сімей до бізнес-туристів
Екологічні ініціативи	Роздільний збір відходів, енергозбереження	Мінімальні екологічні програми або їхня відсутність

Складено автором.

Потенційний розвиток гостьового будинку «Робінзон» передбачає наступні напрями:

1. Введення нових послуг
2. Розширення території та інфраструктури
3. Оновлення інтер'єру та покращення рекреаційних послуг

Гостьовий будинок має можливість розширити спектр своїх послуг за рахунок організації культурних заходів, наприклад, щорічних етнографічних фестивалів, які могли б відображати місцеву культуру та традиції, чим сприяти збереженню культурної спадщини. Також можливе введення освітніх програм, таких як курси з екологічної відповідальності, майстер-класи з народних ремесел або кулінарні воркшопи з місцевої кухні, що зробило б перебування в будинку привабливішим для туристів, зацікавлених у пізнавальному туризмі. Додатково, введення спеціалізованих турів, зокрема, екотурів або турів риболовлі, які користуються попитом серед відвідувачів, що прагнуть активного відпочинку, посилило б унікальність пропозиції закладу.

Потенційний розвиток гостьового будинку «Робінзон» також включає розширення території для збільшення кількості номерів, що дозволило б задовольнити більшу кількість відвідувачів у період підвищеного попиту. При цьому пропонується збільшити кількість номерів різних категорій, зокрема, люксів та апартаментів, для покращення вибору і забезпечення високого рівня комфорту.

Інтер'єр будинку можна постійно оновлювати, зберігаючи загальний стиль сільського будинку, що відповідатиме концепції «Робінзон», але водночас додаючи сучасні елементи дизайну та покращуючи зручності для відвідувачів. Щодо рекреаційних послуг, можливе встановлення додаткових зручностей, таких як джакузі біля басейну, більший SPA-комплекс або навіть відкриття додаткової рекреаційної зони біля річки, що включала б місця для кемпінгу.

Потенціал розвитку гостьового будинку «Робінзон» як проєкту значний і охоплює розширення як послуг, так і інфраструктури, зокрема завдяки широким можливостям для введення нових програм та збільшення фізичної території, що забезпечило б привабливість і стійкість закладу на ринку.

Інвестиційна привабливість гостьового будинку «Робінзон» як проєкту базується на потенціалі розвитку туристичної індустрії в Україні, зокрема у привабливих рекреаційних зонах, таких як берег річки Дніпро. Це місцева пам'ятка, що вже має попит серед відпочивальників завдяки природному оточенню, риболовлі, можливостям для водного спорту та наявності різноманітних рекреаційних послуг. Такі фактори підвищують інтерес до інвестування в цей проєкт з боку потенційних партнерів, орієнтованих на готельно-ресторанний бізнес.

Серед основних зацікавлених сторін можуть бути інвестиційні компанії, що спеціалізуються на розвитку малого та середнього бізнесу в сфері туризму, а також місцеві бізнесмени, які мають на меті розширити або диверсифікувати свої активи. Інші можливі партнери включають компанії, що працюють в індустрії розваг і рекреації, наприклад, прокат спорядження для водного спорту, організатори екотурів, оператори транспортних послуг та заклади харчування, які можуть об'єднати свої послуги з гостьовим будинком «Робінзон», розширюючи спектр пропозицій для туристів.

Для залучення інвестицій важливо акцентувати на вигодах від потенційного розширення гостьового будинку. Місцеві інвестори можуть розглянути проєкт «Робінзона» як перспективний вклад у розвиток туристичної інфраструктури регіону, що, в свою чергу, сприятиме економічному зростанню та створенню робочих місць. Залучення міжнародних інвесторів можливе за рахунок орієнтації на екологічно відповідальний туризм, який стає все популярнішим на світовому ринку. Для цього доцільно створити презентацію з висвітленням екологічних аспектів діяльності гостьового будинку, що відповідатиме принципам «зеленого» туризму, а також планів зі сталого розвитку.

Також актуальним буде пошук грантових програм, які підтримують розвиток туристичної інфраструктури у регіонах з природними ресурсами та потенціалом для екотуризму. Участь у таких програмах може допомогти здобути часткове фінансування на впровадження інноваційних екологічних технологій, що підвищить інвестиційну привабливість закладу.

Проект «Робінзон» має високу інвестиційну привабливість завдяки своєму місцезнаходженню, розвинутій концепції та сприятливим перспективам для залучення партнерів, орієнтованих на сталий розвиток та підтримку екотуризму в Україні.

Для досягнення успіху в сучасному готельно-ресторанному бізнесі критично важливим є розробка комплексних маркетингових стратегій, які посилять конкурентоспроможність гостьового будинку «Робінзон» і сприятимуть його позиціонуванню як провідного туристичного об'єкта у регіоні. Зважаючи на концепцію проекту, орієнтовану на природне оточення та високий рівень комфорту, основний акцент у просуванні необхідно зробити на цифровий маркетинг і розвиток бренду.

Цифровий маркетинг є ефективним інструментом для готельно-ресторанного бізнесу, особливо у контексті збільшення міжнародної конкуренції та зростання впливу онлайн-ресурсів на вибір споживачів. Для гостьового будинку «Робінзон» особливо актуальними є такі цифрові канали та стратегії:

1. Соціальні мережі – створення та активне ведення сторінок у популярних соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter), з акцентом на візуальну складову (фотографії з мальовничими пейзажами, відгуки гостей, відеотури по території гостьового будинку). Це сприятиме поширенню інформації про будинок серед потенційних відвідувачів, особливо серед міської аудиторії, яка шукає затишні природні місця для відпочинку.

2. Пошукова оптимізація (SEO) – розробка та просування вебсайту «Робінзона», оптимізованого під ключові запити, пов'язані з екотуризмом, відпочинком на природі та послугами гостинності. Це забезпечить

потрапляння сайту в топ пошукових результатів, що допоможе залучати органічний трафік і створюватиме постійний потік нових клієнтів.

3. Контекстна реклама – використання Google Ads для залучення користувачів, які шукають конкретні туристичні об'єкти в Україні. Налаштування таргетованих кампаній за ключовими словами та географією дозволить охопити цільову аудиторію, що вже готова до подорожі.

4. Маркетинг впливу – співпраця з блогерами та туристичними інфлюенсерами, які можуть відвідати гостьовий будинок і висвітлити свій досвід у соціальних мережах. Це допоможе залучити широку аудиторію та додати закладу автентичності, що важливо для брендів, які прагнуть виділитися на фоні конкурентів.

Для успішного позиціонування гостьового будинку «Робінзон» необхідно застосовувати довгострокові стратегії з акцентом на формування унікального бренду, який буде асоціюватися з високоякісним екотуризмом та незабутнім відпочинком на природі. Ключовими етапами у розвитку бренду є:

1. Створення ідентичності бренду – розробка логотипу, слогану та візуальної концепції, які будуть відображати унікальну концепцію гостьового будинку, що поєднує сучасний комфорт з традиціями українського сільського колориту. Це дозволить посилити впізнаваність «Робінзона» як об'єкта, який відповідає високим стандартам гостинності, та водночас приваблює автентичним стилем.

2. Позиціонування на ринку внутрішнього туризму – активна співпраця з національними туристичними агентствами, які можуть рекомендувати гостьовий будинок як варіант для короткочасного відпочинку та організації заходів на природі. Це дозволить «Робінзону» стати популярним вибором для сімейного та групового відпочинку серед місцевих туристів, а також бізнесу для організації корпоративних заходів.

3. Вихід на міжнародний ринок – для залучення іноземних туристів, важливо адаптувати сайт та рекламні матеріали іноземними мовами, зокрема

англійською, німецькою та польською. Розширення комунікаційних каналів до міжнародних онлайн-платформ для бронювання (Booking.com, Airbnb) створить можливість для іноземних гостей безпосередньо ознайомитися з умовами перебування в «Робінзоні», що сприятиме міжнародному зростанню бренду.

Отже, застосування цифрового маркетингу, поєднане з послідовним розвитком бренду як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках, створить стійку конкурентну перевагу гостьового будинку «Робінзон», підвищить його популярність та сприятиме збільшенню потоку туристів як з України, так і з-за кордону.

Розвиток концепції гостьового будинку «Робінзон» має на меті не лише надання високоякісних послуг, але й забезпечення сталого використання природних ресурсів та підтримку місцевих екологічних ініціатив. У рамках даного проєкту особлива увага приділяється впровадженню екологічно відповідальних практик та сталому розвитку, що є основою для формування довгострокової стратегії закладу.

Для підтримання екологічного балансу у місцевості та зменшення впливу на довкілля, гостьовий будинок «Робінзон» планує низку заходів, що відповідають принципам «зеленого» туризму:

1. Впровадження екологічних стандартів управління ресурсами – використання системи роздільного збору відходів, повторне використання матеріалів та переробка відходів дозволить мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище. Планується встановлення контейнерів для сортування сміття та навчання персоналу і гостей відповідальній утилізації відходів.

2. Енергозберігаючі технології – будинок може використовувати сучасні рішення для економії енергії, такі як світлодіодне освітлення, енергозберігаючі вікна, системи автоматичного вимкнення електроприладів. Окрім того, планується розглянути можливість використання відновлюваних

джерел енергії, зокрема встановлення сонячних панелей для часткового забезпечення електроенергією.

3. Рациональне використання водних ресурсів – завдяки встановленню систем збору дощової води та фільтрації, гостьовий будинок зможе зменшити споживання питної води для технічних потреб. Такий підхід є важливим кроком до сталого використання природних ресурсів, зокрема у регіонах із обмеженими водними запасами.

4. Впровадження екоосвітніх програм – «Робінзон» може організувати для відвідувачів інформаційні сесії про важливість екологічної відповідальності та інформувати про шляхи збереження природи. Це не тільки підвищить екологічну свідомість гостей, а й залучить їх до відповідальної поведінки.

Гостьовий будинок «Робінзон» може стати активним учасником екологічних ініціатив, спрямованих на збереження природного середовища у регіоні, зокрема шляхом:

1. Підтримки місцевих природоохоронних програм – участь у програмах, що займаються відновленням екосистеми, охороною флори та фауни, очищенням природних територій та водних об'єктів. Співпраця з екологічними організаціями дозволить долучитися до практичних дій для збереження унікальної природи регіону.

2. Організації екологічних акцій – ініціювання акцій із залученням місцевих мешканців та туристів, зокрема збирання сміття у прилеглих зонах, висадка дерев, облаштування екологічних маршрутів. Такі заходи сприятимуть зміцненню зв'язків з громадою та підвищенню іміджу «Робінзон» як відповідального та надійного партнера у збереженні довкілля.

3. Залучення волонтерів та екотуристів – запровадження спеціальних програм для волонтерів, які готові брати участь у підтримці природоохоронної діяльності, може підвищити інтерес до «Робінзон» серед екотуристів. Програми з акцентом на природоохоронні аспекти можуть

сприяти розвитку довготривалих зв'язків з екологічними рухами та збільшенню клієнтської бази.

Розробка екологічно відповідальних стратегій та активна участь у природоохоронних ініціативах є перспективними напрямками для розвитку гостьового будинку «Робінзон». Це не тільки підвищить привабливість закладу, але й сприятиме сталому розвитку регіону, створюючи довготривалі екологічні, соціальні та економічні вигоди.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У процесі виконання магістерської роботи на тему розробки бізнес-плану для гостьового будинку були досягнуті основні завдання та отримані результати, що мають теоретичне й практичне значення для розвитку сфери гостинності.

Аналіз теоретичних основ бізнес-планування дозволив встановити, що бізнес-план є ключовим інструментом для обґрунтування фінансових і організаційних аспектів відкриття та розвитку гостьового будинку. Ретельно складений бізнес-план допомагає мінімізувати ризики та підвищити конкурентоспроможність бізнесу.

Огляд ринку гостьових будинків в Україні показав позитивну динаміку розвитку цієї сфери, що підтверджується зростаючим попитом на туристичні послуги та розширенням внутрішнього туризму. Відкриття нових гостьових будинків відповідає актуальним тенденціям, зокрема запитам на індивідуальне обслуговування та доступні варіанти проживання.

Дослідження ринку гостьового будинку «Робінзон» підтвердило, що гостьові будинки можуть успішно конкурувати з великими готелями, пропонуючи персоналізовані послуги та унікальні концепції. «Робінзон» використовує стратегію орієнтації на клієнта з високим рівнем сервісу та комфорту, що дозволяє їй утримувати позиції на ринку.

Розробка власного бізнес-плану для гостьового будинку включала визначення концепції, місця розташування та маркетингової стратегії. Обрана концепція гостьового будинку з акцентом на еко-туризм і місцеву культуру забезпечує конкурентні переваги, оскільки ці напрямки мають зростаючий попит серед туристів.

Проведене дослідження економічної та соціальної ефективності реалізації бізнес-плану для гостьового будинку «Робінзон» підтвердило значний потенціал цього проєкту у розвитку туристичної інфраструктури регіону та сприянні його економічному зростанню. Стратегічне бізнес-планування показало, що проєкт має перспективи стійкого розвитку, забезпечуючи конкурентоспроможність гостьового будинку за рахунок унікальних концептуальних та інфраструктурних характеристик. Інтеграція інноваційних послуг, орієнтованих на різні потреби відвідувачів, є перспективним напрямом, що здатен залучити цільову аудиторію та забезпечити стабільний потік клієнтів у довгостроковій перспективі.

Соціальний ефект від впровадження проєкту засвідчив, що гостьовий будинок «Робінзон» може позитивно вплинути на місцеве населення шляхом створення нових робочих місць та підвищення загальної якості життя у регіоні. Збільшення зайнятості сприятиме економічному розвитку, а також стимулюватиме розвиток малих підприємств, пов'язаних із туристичною діяльністю, що забезпечить збільшення надходжень до місцевого бюджету. Крім того, проєкт має значний потенціал для підтримки збереження культурної спадщини та популяризації місцевих традицій, сприяючи розвитку культурного середовища.

Аналіз перспектив розвитку на ринку індустрії гостинності України вказує на конкурентні переваги гостьового будинку, зокрема його концептуальну привабливість для екотуристів та прихильників відпочинку на природі. Завдяки впровадженню екологічних стандартів, підтримці природоохоронних ініціатив та можливостям розвитку «зеленого» туризму

проект може стати прикладом сталого розвитку на ринку гостинності та значно підвищити інвестиційну привабливість регіону.

Пропонується зосередитися на подальшій диверсифікації послуг, орієнтуючись на сучасні потреби ринку, зокрема шляхом розширення спектру культурних та освітніх заходів, що могли б зацікавити різні категорії туристів. Важливим напрямом є також залучення додаткових інвестицій, які дозволять вдосконалити інфраструктуру гостьового будинку «Робінзон». Доцільно розглянути можливість партнерства як з місцевими підприємцями, так і з міжнародними організаціями, які підтримують розвиток туристичних об'єктів, що відповідають високим екологічним стандартам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Салоїд С., Драгомощенко А. Роль бізнес-планування в оцінці ефективності діяльності організації // *I Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи»*. Секція 1. Тенденції розвитку бізнесу та менеджменту. 2020. URL: <https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/201204> (дата звернення: 03.09.2024).
2. Тарасюк Г. М. Бізнес-план : розробка, обґрунтування та аналіз : навч. посіб. Київ : Каравела, 2006. 280 с.
3. Македон В.В. Бізнес-планування : Навч.посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 236 с.
4. Воронко А. О. Бізнес-планування діяльності підприємства соціокультурної сфери за сучасних умов : кваліфікаційна магістр. р-та, магістранта 25-М групи, спец. 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» / наук. керівник: д. е. н., професор Л. С. Ладонько / Факультет дошкільної, початкової освіти і мистецтв, Кафедра мистецьких дисциплін. Чернігів, 2023. 83 с.
5. Колесніков Г. О. Теоретичні основи складання фінансового плану в процесі бізнес-планування: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Колесніков Г. О. ; Укр. акад. наук, Волин. ін-т економіки та менедж. Луцьк : ВІЕМ, 2010. 140 с.
6. Головчук Ю. О., Заїка Я. М. Використання результатів маркетингових досліджень для створення спрямованих на споживача маркетингових кампаній // *Матеріали XI Міжнародної науково-практичної дистанційної конференції*. м. Харків, 2024. URL: https://www.researchgate.net/profile/Abror-Rakhimov-2/publication/379777246_MATERIALI_XI_MIZNARODNOI_NAUKOVO-PRAKTICNOI_DISTANCIJNOI_KONFERENCII_m_Harkiv_21_berezna_2024_r/links/66195ce839e7641c0bbaf800/MATERIALI-XI-MIZNARODNOI-

NAUKOVO-PRAKTICNOI-DISTANCIJNOI-KONFERENCII-m-Harkiv-21-berezna-2024-r.pdf#page=184 (дата звернення: 03.09.2024).

7. Михайленко О., Годун В., Юхименко Є. Розробка бізнес-плану підприємства / О. Михайленко, В. Годун, Є. Юхименко // *Молодий вчений*. – 2021. – № 6 (94). – С. 211–214.

8. Гуторов О.І. Сутність та структура бізнес-плану інвестиційного проекту аграрного підприємства: теоретико-методичний аспект. Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. 2020. № 1. С. 200-213.

9. Безрук Д. І. Управління бізнес-процесами підприємства / Д. І. Безрук // *Серія: Економіка*. – 2023. – № 25. – С. 188–197.

10. Галько Л. Бізнес-планування розвитку компанії: організаційні та методологічні аспекти реалізації / Л. Галько // *Економіка та суспільство*. – 2022. – № 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-63>. (дата звернення: 03.09.2024).

11. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 191 с.

12. Москаленко В. В. Моделі та методи стратегічного управління розвитком підприємства : монографія / В. В. Москаленко, М. Д. Годлевський. – Харків : Видавництво «Точка», 2018. – 208 с.

13. Жуков В.В. Сутність та особливості формування процесу бізнес-планування. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 26–1. С. 149–153.

14. Стригуль Л., Жадан Т., Куниця К. Дослідження перспектив впровадження інноваційних підходів управління якістю в бізнес-плануванні готельно-ресторанного господарства / Л. Стригуль, Т. Жадан, К. Куниця // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*. – 2024. – № 2. – С. 129–133.

15. Чорномаз П. Ренесанс маркетингової географії / П. Чорномаз // *Стратегія оптимального розвитку*. – 2023. – С. 31–33.

16. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : Навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів/ Л. Агафонова, О. Агафонова; Київський ун-т туризму, економіки і права. -К.: Знання України, 2015. -351 с.

17. Єфімова О. П. Економіка готелів і ресторанів: навч. посібник // О. П. Єфімова, Н. А. Єфімова, Т. А. Олефіренко; під ред. Н. І. Кабушкіна. – 2-ге вид. – М. : Нове видання, 2009. – 396 с.

18. Kral P., Birnerova E. Strategicky marketing. Zilina: EDIS, 2016. P.249.

19. Романчук Л. М. Оцінка інституціональної середовища інноваційної діяльності «Зеленого будівництва» в Україні : кваліфікаційна робота магістра спеціальності 192 «Будівництво та цивільна інженерія» / наук. керівник К. М. Мішук. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 66 с.

20. Матвійчук Л. Ю., Тищук І. В. Сільський зелений туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Л.Ю. Матвійчук, І.В. Тищук // Луцьк: РВВ Луцького НТУ. – 2017 – С. 260

21. Сова Д. О. Фактор сезонності в роботі готельних підприємств / Д. О. Сова. 2020. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/4d30625b-f4d8-477d-b713-a965dd717854/content> (дата звернення: 03.09.2024).

22. Семенова В. В. Шляхи розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні/ В. В. Семенова. 2021. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/3e372b2c-3258-4c7a-b56e-73e03c40f24a/content> (дата звернення: 03.09.2024).

23. Забуранна Л. В., Кулік А. В. Конкурентостійкість підприємств сільського зеленого туризму: теорія, механізм формування та управління: монографія / Л. В. Забуранна, А. В. Кулік. - К. : Центр учбов. л-ри, 2016. - 291 с.

24. Дерев'янченко Т. Є. Маркетинговий аудит: навч. – метод. посіб. для самоств. вивч. дисципліни. Т. Є. Дерев'янченко. Київ: КНЕУ, 2019. 222 с.

25. Єрко І. В., Барський Ю. М., Новосад О. В. Теоретико-методологічні засади дослідження сервісної діяльності. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : колективна монографія / за наук. ред. Л. Ю. Матвійчук, Ю. М. Барського, М. І. Лепкого. 8 вид. Луцьк, 2022. Розд. 1.5. С.82-96.

26. Тимофєєва О., Борецька Н. П. Бізнес-навігатор / О. Тимофєєва, Н. П. Борецька // Бізнес-навігатор. – 2019. – С. 100–106.

27. Бруханський Р. Ф. Облік і аналіз у системі стратегічного менеджменту аграрного підприємництва: монографія. Тернопіль: ТНЕУ, 2014. 384 с.

28. Мельничук О. С. Стратегічне фінансове планування на підприємстві та напрямки його вдосконалення : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра : спец. 072 - фінанси, банківська справа та страхування / наук. кер. О. О. Захаркін. Суми : Сумський державний університет, 2023. 45 с.

29. Кацемір Я. Позичування підприємства на зовнішньому ринку / Я. Кацемір // *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-31> (дата звернення: 03.09.2024).

30. Сучасні технології управління персоналом : навчальний посібник / Т. І. Балановська, М. В. Михайліченко, А. В. Троян. - К. : Видавничий центр НУБіП України, 2020. - 466 с.

31. Білецька І.В., Коваль І.В., Степаненко І.В. Теоретичні аспекти управління корпоративною культурою підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. №1(21), С. 7-11.

32. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. 352 с.

33. Байлік С. І. Організація готельного господарства: підручник / Байлік, І. М. Писаревський; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 329 с.

34. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 30-31 жовтня 2019 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2019. - 350 с.

35. Соболю Ю. О. Розвиток еко-готелів в Україні та світі : магістерська робота / Ю. О. Соболю. – Національний університет «Запорізька політехніка», 2022. – URL: <https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c86450c2-f2fb-4327-808b-56ba6f91526e/content> (дата звернення: 03.09.2024).

36. Вітюк Р. Створення мережевих гостьових будинків як вид невиробничого розвитку сільських територій України / Р. Вітюк // Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології. – Вінниця: Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2021. – Ч. 2. – С. 163–169.

37. Маковійчук Є. Ю. Український готельно-ресторанний бізнес на міжнародній арені : кваліфікаційна робота магістра / Є. Ю. Маковійчук ; наук. кер. О. В. Кучай ; Київ. нац. лінгв. ун-т. - К., 2023. - 148 с.

38. Бондарчук К. П., Кифяк О. В., Горішевський П. А. Аналіз взаємодії маркетингу й обслуговування клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі України // *Академічні візії*. 2024. №30. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1018> (дата звернення: 03.09.2024).

39. Загорулько С. Перспективність розвитку готельного бізнесу у сільській місцевості // *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології*. Вінниця: Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2021. Ч. 2. С. 192-198.

40. Подобайло В. О. Гостьові будинки як перспективна модель малого бізнесу в індустрії туризму // Вісник студентського наукового товариства «Ватра» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2017. Вип. 46. С. 271-279.

41. Бакало Н. В., Газдик Н. Р. Особливості розвитку сільського туризму: дис. ... канд. наук: 05.11.2022. Полтавський національний технічний

університет імені Юрія Кондратюка. URL:
<https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolntNTU/11008/1/74-%D1%82%D0%B0%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%20%D0%A2.1-449-450.pdf> (дата звернення: 03.09.2024).

42. Зінчук В. Б. Комплексна стратегія маркетингу готельних послуг в умовах нестабільного ринкового середовища : кваліфікаційна робота : спец. 242 «Туризм» / Поліський нац. ун-т, каф. економіки, підприємництва та туризму ; наук. кер. Забуранна Л. В. – Житомир, 2023. – 46 с.

43. Главацький М.Р. Розвиток індустрії готельно-ресторанного бізнесу (HoReCa) на світовому ринку послуг / Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини, 2023-2024 н.р. URL:
<https://jqmth.donnu.edu.ua/article/view/15485> (дата звернення: 03.09.2024).

44. Кукса І.М., Васюренко Л.В. Теоретичні засади стратегування інноваційного розвитку в галузі сільського господарства. *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2020. № 2. С. 3-16.

45. Пекна Г.Б. Бізнес-планування та його роль у сучасних умовах розвитку України /Г.Б.Пекна, Г.В. Білокур// Вчені записки Університету «КРОК». – 2018. – Випуск 49. – С.196 – 202

46. Спірідінова К. О., Черкас В. О. Складання бізнес-плану в сучасних умовах господарювання // Економічний простір. 2019. №149. С. 76-80.

47. Агафонова Л.Г. Підготовка бізнес плану: Практикум. Л.Г. Агафонова, О.В. Рога. К.: «Знання», 2008. 158 с.

48. Зеленська В. О. Розробка бізнес-плану підприємницької діяльності : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра : спец. 076 - підприємництво, торгівля та біржова діяльність / наук. кер. О. І. Карінцева. Суми : Сумський державний університет, 2023. 56 с.

49. Щербина, С. В. Розробка стратегії розвитку підприємства : кваліфікаційна бакалаврська робота : спец. 073 «Менеджмент» / наук. кер. О. В. Сторожук ; Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. - Кропивницький : ЦНТУ, 2024. – 78 с.

50. Маматова Л. Ш. Роль бізнес-планування в управлінні підприємством // *Підприємництво і торгівля*. 2021. №30. С. 44-47.
51. Національна система туристичної статистики. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html. (дата звернення: 17.09.2024).
52. Державне агентство розвитку туризму України. URL : <https://www.tourism.gov.ua/>. (дата звернення: 17.09.2024)
53. DIGITAL ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/7_2020/15.pdf. (дата звернення: 17.09.2024).
54. ВПЛИВ ВІЙНИ НА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ. URL: <http://journalslute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1190/1122>. (дата звернення: 17.09.2024).
55. ДАРТ. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-dart-ozvuchili-prioritetni-napryamki-roboti-na-2024-rik>. (дата звернення: 17.09.2024).
56. Development Market Studies Research and Analysis. URL: <https://www.hospitalitymarketers.com/hotel-resort-development-market-studies-research-and-analysis.html>. (дата звернення: 17.09.2024).
57. Villa-Pinia. URL : <https://villa-pinia.com/uk/>. (дата звернення: 17.09.2024).
58. Модель м. Портера (5 сил конкуренції). URL : <https://studfile.net/preview/5513076/page:13/>. (дата звернення: 17.09.2024).
- 59 .Що таке SWOT аналіз? URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/so-take-swot-analiz>. (дата звернення: 17.09.2024).
60. Booking.com. URL: <https://www.booking.com/guest-house/index.uk.html?label=gen173rf-1BCAEoggI46AdIM1gDaOkBiAEBmAЕруAEXyAEM2AEB6AEBiAIBogILY2hhdGdwdC5jb22oAgO4ApSyprcGwAIB0gIkOWRmNDUwZjMtYmI4ZS00N2JjLTk4OTgtYzFjMjNhMDcyM2I42AIF4AIB&sid=6cfa5c564d74840aa90449cb5beb5857&aid=304142>. (дата звернення: 17.09.2024).

УДК 338

ІННОАЦІЙНІ ВПРОВАДЖЕННЯ В ПРОЕКТУВАННЯ ГОСТЬОВИХ БУДИНКІВ

Юрій ЯСЬКО*магістрант НУБіП України***Стефанія МОСІЮК***кандидат економічних наук, доцент**Національний університет біоресурсів і природокористування України*

Сучасний світ стрімко розвивається, і з ним змінюються і наші уявлення про комфорт та зручність. Гостьові будинки, чи то для відпочинку, чи для постійного проживання, стають не лише місцем перебування, але й справжніми технологічними чудесами, що відповідають сучасним вимогам ефективності, екологічності та комфорту.

Проектування гостьових будинків тепер ставить перед собою завдання впровадження інноваційних рішень, які не лише забезпечать комфортне проживання, а й дозволять максимально використовувати ресурси та зберігати навколишнє середовище. Проектування гостьових будинків — це складний та важливий процес, що вимагає врахування різноманітних аспектів, від функціональності та зручності для мешканців до естетики та використання інноваційних технологій. З розвитком сучасних технологій та змінами в уявленнях про комфортне проживання.

Інноваційні технології необхідні для життєздатності та конкурентоспроможності готельних і ресторанних підприємств. У процесі впровадження інновацій на підприємствах відбуваються зміни, які практично впливають на всі сторони їх діяльності. Це свідчить про те, що необхідно здійснювати пошук ефективних організаційних форм управління інноваціями. Такий пошук має враховувати всі сторони господарського життя підприємства і полягає в умілому поєднанні наукових, інноваційних, ринкових чинників. Ефективний розвиток індустрії гостинності об'єктивно

вимагає принципових змін в застосовуваних технологіях, принципах побудови організаційних структур, управлінні усіма процесами, що відбуваються у готельно-ресторанних підприємствах.

Переважає більшість сучасних готельних і ресторанних підприємств критично залежать від своїх обчислювальних, комунікаційних та інших систем. За таких умов, для максимізації переваг таких інновацій з одного боку, і для уникнення перешкод або навіть ослаблення через серйозні недоліки цих самих систем, з іншого боку, необхідно мати життєздатну, комплексну та сучасну інноваційну стратегію.

Перше що є трендовим у сьогоднішні це використання енергоефективних технологій. Інтеграція енергоефективних технологій у проект гостьового будинку дозволяє зменшити споживання електроенергії та опалювальних ресурсів, що сприяє економії коштів та зменшенню негативного впливу на довкілля. Застосування сонячних батарей, теплової насосної системи та інших інноваційних технологій допомагає зробити гостьовий будинок більш стійким та екологічно чистим.

Впровадження смарт-технологій у гостьових будинках дозволяє автоматизувати багато процесів управління, від освітлення та клімат-контролю до безпеки та розваг. За допомогою системи "розумного будинку" мешканці можуть контролювати різні параметри через мобільний додаток або голосові команди, що робить їх перебування більш комфортним та безпечним.

Вибір екологічних матеріалів для будівництва гостьових будинків дозволяє зменшити вплив на довкілля та створити здорові умови для мешканців. Використання відновлюваних матеріалів, таких як дерево, бамбук та скло, сприяє покращенню якості повітря всередині будинку та зниженню ризику алергійних реакцій.

Забезпечення гнучкості в плануванні гостьових будинків дозволяє адаптувати приміщення до змінних потреб мешканців. Модулярні

конструкції та мобільні перегородки дозволяють змінювати розмір та функціональне призначення приміщень залежно від потреб власників.

Впровадження інноваційних дизайнерських рішень та ергономічних розробок у проект гостьового будинку дозволяє створити простори, що відповідають сучасним тенденціям та забезпечують максимальний комфорт для мешканців.

Отже, Інноваційні підходи у проектуванні гостьових будинків є ключовим елементом для забезпечення їхньої конкурентоспроможності та відповідності сучасним стандартам. Впровадження енергоефективних технологій, смарт-технологій, використання екологічних матеріалів та адаптивних планувань дозволить створити гостьові будинки, які будуть комфортними, безпечними та екологічно чистими для своїх мешканців. Ці інноваційні підходи сприятимуть підвищенню ефективності використання ресурсів, зниженню витрат на утримання будівлі та покращенню якості життя.

Загалом, інноваційні впровадження в проектування гостьових будинків створюють унікальні можливості для покращення функціональності, комфорту та екологічної стійкості цих будівель. Їхнє успішне впровадження вимагає високої кваліфікації фахівців, тісного співробітництва між різними галузями та відкритості до інноваційних ідей. Розвиток інноваційних підходів у проектуванні гостьових будинків є важливим кроком у напрямку створення сталого та комфортного житла для майбутніх поколінь.

Деякі пропозиції щодо майбутнього інноваційного проектування та попиту на гостьові будиночки в індустрії: інноваційність невичерпне джерело для розвитку. Продовження наукових досліджень та розвитку нових технологій дозволить знаходити ще більше ефективних та сталих рішень для проектування гостьових будинків; розробка та впровадження стандартів якості та сертифікаційних програм сприятиме підвищенню рівня безпеки, ефективності та сталості гостьових будинків; державні та приватні ініціативи зі стимулювання інновацій у будівництві сприятимуть активізації досліджень

та розвитку нових технологій; забезпечення доступу до інформації та навчання фахівців у сфері інноваційного проектування допоможе підвищити кваліфікацію та ефективність у цій галузі; активне співробітництво між фахівцями, компаніями та науковими установами сприятиме обміну досвідом та ідеями, що допоможе знаходити найбільш ефективні та інноваційні рішення.

Отже, впровадження цих пропозицій сприятиме активному розвитку інноваційного проектування гостьових будинків та забезпечить створення комфортного, енергоефективного та сталого житла для людей у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson. https://netpeak.ua/ua/services/amazon-promotion/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwxqayBhDFARIsAANWRnSXIwvzXdi4FURjhTCjECLfmqOjEM7cM_hU1BwAiU9AgsxFf6R90iMaApmbEALw_wcB
2. Hudson, S., & Hudson, L. (2013). *Customer Service for Hospitality and Tourism*. Goodfellow Publishers. <https://www.goodfellowpublishers.com/academic-publishing.php?promoCode=&partnerID=?promoCode=&partnerID=&content=story&fixedmetadataID=&storyID=399>
3. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188. https://www.researchgate.net/publication/280719315_Smart_tourism_foundations_and_developments