

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКИЙ КОЛЕГІУМ»
ІМЕНІ Т. Г. ШЕВЧЕНКА**

Природничо-математичний факультет
Кафедра хімії, технологій та фармації

КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ
Освітній ступінь: БАКАЛАВР
на тему: **ОНОВЛЕННЯ БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ 4* «ОПТИМА», ЩО ЗНАХОДИТЬСЯ В
М.ЧЕРНІГІВ**

Виконав(ла):
студент(ка) 4 курсу 47–ФМТ групи
спеціальності 241 Готельно–ресторанна
справа
Лепень Вікторія Сергіївна

Керівник:
Викладач **Філон А.М.**

Чернігів 2026

Роботу подано до розгляду «15» 06 2026 року.

Студентка


(підпис)

Ленинська В.С.
(прізвище та ініціали)

Керівник


(підпис)

Курмакова І.М.
Філон А.М.
(прізвище та ініціали)

Рецензент


(підпис)

Григорук О.Б.
(прізвище та ініціали)

Кваліфікаційну роботу (проект) розглянуто на засіданні кафедри хімії, технологій та фармації. Протокол № 14 від «15» 06 2026 року.

Студентка допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри


(підпис)

Курмакова І.М.

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1	9
ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТЕЛЮ «ОПТИМА» У М. ЧЕРНІГІВ	9
1.1. Характеристика місця розташування готелю «Оптіма»	9
1.2. Аналіз ринку наявних закладів гостинності та розрахунок туристичних потоків	13
1.3. Аналіз переваг та ризиків діяльності готелю «Оптіма»	19
1.4. Оцінка туристичної привабливості дестинації та перспектив розвитку готелю	30
Висновок до розділу 1	34
РОЗДІЛ 2	36
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТЕЛЮ «ОПТИМА»	36
2.1. Коротка концепція закладу	36
2.2. Характеристика послуг, що надаються в готелі «Оптіма», пропозиції щодо їх оновлення	39
2.3. Організація постачання	46
2.4. Організація матеріально-технічного постачання та логістичного забезпечення	53
2.5. Організація праці персоналу та система управління якістю послуг	57
2.6. Заходи щодо підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності готелю	61
Висновки до розділу 2	66
РОЗДІЛ 3	68
БУДІВЕЛЬНО-АРХІТЕКТУРНІ РІШЕННЯ	68
3.1. Характеристика ділянки розташування та будівлі готелю «Оптіма»	68
3.2. Планувальні рішення готелю та організація внутрішнього простору	73

3.3. Проектні рішення щодо організації кейтерингового обслуговування	79
3.4. Проект озеленення та благоустрою прилеглої території	83
3.5. Забезпечення безбар'єрності, безпеки та цивільного захисту	94
3.6. Інженерно-технічне забезпечення готелю	96
Висновки до розділу 3	98
РОЗДІЛ 4. ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА ТЕХНІЧНІ РОЗРАХУНКИ	100
4.1. Розрахунок місткості та завантаженості номерного фонду	100
4.2. Розрахунок виробничої програми ресторану готелю	102
4.3. Розрахунок потреби у персоналі	105
4.4. Розрахунок технологічного обладнання та виробничих площ	107
4.5. Розрахунок ресурсного забезпечення діяльності готелю	109
Висновки до розділу 4	111
РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	113
5.1. Обґрунтування капітальних вкладень у реалізацію проєкту	113
5.2. Розрахунок експлуатаційних витрат	115
5.3. Прогнозування доходів і фінансових результатів діяльності	117
5.4. Оцінка економічної ефективності проєкту	119
5.5. Аналіз ризиків та строку окупності інвестицій	121
Висновки до розділу 5	124
РОЗДІЛ 6. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ГОТЕЛЮ	126
6.1. Формування бренду та корпоративного стилю готелю	126
6.2. Маркетингова стратегія просування готельних послуг	128
6.3. Використання цифрових технологій та інструментів SMM	130
6.4. Програма лояльності та управління взаємовідносинами з клієнтами	133
6.5. Оцінка ефективності запропонованих маркетингових заходів	135
Висновки до розділу 6	138
ВИСНОВКИ	139
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	143

ВСТУП

Готельне господарство є однією з найважливіших складових туристичної індустрії та сфери послуг, оскільки забезпечує умови для проживання, відпочинку й обслуговування туристів, ділових мандрівників та інших категорій споживачів. У сучасних умовах розвитку економіки підприємства готельного господарства функціонують в умовах високої конкуренції, швидких змін споживчих потреб, активного впровадження цифрових технологій та необхідності забезпечення високої якості обслуговування. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває пошук ефективних шляхів підвищення конкурентоспроможності готелів, удосконалення організації їх діяльності, впровадження сучасних методів управління та підвищення якості послуг, що надаються споживачам [5; 8].

Сучасний розвиток готельного бізнесу в Україні відбувається під впливом складних економічних і соціальних процесів. Воєнний стан, зміна структури туристичних потоків, розвиток внутрішнього туризму, цифровізація бізнес-процесів та зростання вимог клієнтів до рівня сервісу спонукають підприємства готельного господарства переглядати підходи до організації своєї діяльності. У цих умовах особливого значення набуває впровадження сучасних управлінських рішень, удосконалення матеріально-технічної бази, оптимізація внутрішніх процесів, розвиток додаткових послуг і підвищення ефективності використання ресурсів.

Об'єктом дослідження є діяльність готелю **«Optima Collection Чернігів»**.

Предметом дослідження є організаційно-економічні засади підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності готелю шляхом удосконалення організації виробничих процесів, системи управління, матеріально-технічного забезпечення, організації праці персоналу та планувальних рішень.

Метою дипломної роботи є розроблення комплексу проєктних рішень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності готелю «Optima Collection Чернігів» на основі аналізу сучасних тенденцій розвитку готельного господарства, оцінювання діяльності підприємства та обґрунтування напрямів його подальшого розвитку.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання дослідження**:

- дослідити теоретичні засади функціонування підприємств готельного господарства;
- проаналізувати сучасний стан ринку готельних послуг та туристичної дестинації;
- здійснити оцінку діяльності готелю «Optima Collection Чернігів»;
- проаналізувати конкурентне середовище підприємства;
- дослідити організацію виробничої діяльності готелю;
- оцінити систему матеріально-технічного постачання та логістичного забезпечення;
- проаналізувати організацію праці персоналу та систему управління якістю послуг;
- розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- запропонувати удосконалені планувальні рішення та організацію внутрішнього простору готелю;
- обґрунтувати економічну ефективність запропонованих проєктних заходів.

У процесі виконання дипломної роботи використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема методи аналізу і синтезу, порівняння, узагальнення, системного аналізу, економічного аналізу, статистичної обробки інформації, графічний метод, табличний метод, експертне оцінювання та метод проєктування. Використання зазначених методів дало змогу комплексно

дослідити діяльність підприємства та обґрунтувати практичні рекомендації щодо її вдосконалення.

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові акти України, державні будівельні норми, державні стандарти, статистичні матеріали, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, офіційні матеріали органів державної влади, публікації у фахових виданнях, інформаційні ресурси мережі Інтернет, внутрішні матеріали підприємства та методичні рекомендації до виконання дипломної роботи [11].

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробленні комплексу організаційних, технологічних та управлінських заходів, спрямованих на підвищення ефективності діяльності готелю «Optima Collection Чернігів». Запропоновані рішення можуть бути використані адміністрацією підприємства під час удосконалення системи управління, організації праці персоналу, матеріально-технічного забезпечення, просторової організації готелю, підвищення якості обслуговування гостей та зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку готельних послуг.

Дипломна робота складається зі вступу, шести розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі наведено характеристику готелю «Optima Collection Чернігів», обґрунтовано вибір місця його розташування, проаналізовано ринок закладів гостинності міста, туристичні потоки та конкурентне середовище. У другому розділі розроблено концепцію діяльності готелю, досліджено організацію надання основних і додаткових послуг, матеріально-технічного постачання, організації праці персоналу, системи управління якістю послуг та запропоновано заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства. У третьому розділі запропоновано будівельно-архітектурні рішення, удосконалено планувальну організацію внутрішнього простору готелю та обґрунтовано проєктні рішення щодо його функціонування. Четвертий розділ присвячено технологічним і технічним

розрахункам, необхідним для реалізації запропонованого проєкту. У п'ятому розділі виконано економічне обґрунтування запропонованих заходів, визначено їх економічну ефективність та доцільність упровадження. У шостому розділі розроблено заходи щодо формування сучасного іміджу готелю, удосконалення його фірмового стилю та маркетингових комунікацій, спрямованих на підвищення впізнаваності бренду й зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку готельних послуг.

РОЗДІЛ 1

ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТЕЛЮ «ОПТИМА» У М. ЧЕРНІГІВ

1.1. Характеристика місця розташування готелю «Оптіма»

Характеристика місця розташування готелю «Оптіма» розглядається як складова просторово-функціональної організації закладу гостинності в межах міського середовища, оскільки територіальна локалізація формує умови доступності, визначає взаємозв'язок з об'єктами інфраструктури та окреслює напрямки споживчого попиту. Адресне розміщення готелю в центральній частині міста Чернігова, у зоні концентрації адміністративних, історико-культурних і рекреаційних об'єктів, зумовлює поєднання ділових та туристичних функцій, що вчітко відображені на структурі послуг, характерові використання території та особливостях інтеграції готельного комплексу в міський простір [11].

Територіальне положення готельного об'єкту формує передумови функціонування, визначає профіль споживацького попиту та окреслює напрямки використання інфраструктурного потенціалу. Локація готелю «Optima Collection Чернігів» пов'язана з історично сформованим ядром міста Чернігова, що забезпечує поєднання ділової активності, культурної спадщини та рекреаційних можливостей у межах компактного міського середовища.

Готель «Optima Collection Чернігів» розташований за адресою: місто Чернігів, вулиця Гетьмана Полуботка, 22. Зазначена адреса належить до центральної частини міста, що традиційно виконує адміністративні, комунікаційні та культурно-історичні функції. Просторова локалізація об'єкта перебуває в зоні підвищеної міської доступності, що формується завдяки щільній мережі вулично-дорожніх комунікацій, зосередженню громадських установ та об'єктів соціальної інфраструктури. Відстань до центральної частини міста

становить близько 500 метрів, що забезпечує пішохідну досяжність ключових адміністративних, ділових і туристичних локацій.

Місцевість, у межах якої розташований готель, характеризується історичною забудовою з поєднанням об'єктів різних хронологічних періодів. Архітектурне середовище центральної частини Чернігова враховує: пам'ятки сакральної та цивільної архітектури, будівлі кінця XIX - початку XX століття, а також модернізовані об'єкти сучасного міського призначення. Зазначена структурна різноманітність забудови формує візуально цілісний урбаністичний простір із виразним історико-культурним наповненням. У безпосередній близькості від готелю розташований сквер імені Богдана Хмельницького, який виконує рекреаційну функцію та формує сприятливе середовище для короткотривалого відпочинку в умовах міського ландшафту [7].

Особливе значення в контексті локації має близькість П'ятницької церкви - визначної пам'ятки давньоруської архітектури, яка входить до переліку туристичних об'єктів загальнонаціонального значення. Просторове сусідство готелю з культовими спорудами та історичними пам'ятками формує культурно-символічний контекст перебування, що відповідає запитам туристів, зорієнтованих на пізнавальні та екскурсійні маршрути. Наявність об'єктів сакральної архітектури в межах пішохідної доступності зумовлює включення готелю до туристичної інфраструктури міста як базового пункту розміщення для культурно-орієнтованих відвідувачів.

Будівельні характеристики прилеглої території визначаються середньоповерховою забудовою з переважанням адміністративних, житлових та комерційних об'єктів. Вулиця Гетьмана Полуботка виконує функцію міської магістралі локального значення, що забезпечує зручне транспортне сполучення з іншими районами Чернігова. Транспортна доступність готелю доповнюється близькістю до громадського транспорту. Залізничний вокзал розташований на відстані приблизно 3,1-4 кілометрів, що забезпечує зручний зв'язок з

міжміськими та регіональними маршрутами. Маршрут автобусу № 12 із зупинкою «вул. Гонча» створює логістично зрозумілу схему маршруту до готелю з подальшим пішохідним переходом близько 400 метрів.

Просторове положення готелю в межах ділового та історичного центру зумовлює орієнтацію на кілька сегментів потенційних споживачів. Діловий сегмент формується завдяки концентрації адміністративних установ, бізнес-офісів та організацій у центральній частині міста. Наявність у готелі двох конференц-залів місткістю 85 та 65 місць створює умови для проведення ділових заходів, наукових конференцій, семінарів і корпоративних зустрічей. Просторове поєднання готельної та ділової інфраструктури в межах однієї локації забезпечує оптимізацію часових і логістичних витрат для учасників заходів [4].

Культурно-рекреаційний сегмент потенційних споживачів формується завдяки близькості туристичних маршрутів, історичних пам'яток та зон відпочинку. Центральна частина Чернігова характеризується високою концентрацією музеїв, архітектурних ансамблів, культових споруд та пішохідних зон, що сприяє формуванню сталого туристичного потоку. Досліджуваний готель у зазначеному середовищі виконує функцію стаціонарної бази розміщення для осіб, зацікавлених у культурно-пізнавальному туризмі, екскурсійних програмах та ознайомленні з історичною спадщиною регіону.

Функціонально-просторова організація готелю доповнює характеристику локації. Номерний фонд готелю «Optima Collection Чернігів» налічує 66 номерів різних категорій, серед яких «класік», «стандарт», «суперіор» та «люкс». Досліджувана структура номерного фонду забезпечує адаптацію пропозиції до різних рівнів платоспроможного попиту. Оснащення номерів технічними та побутовими елементами формує умови для комфортного тимчасового проживання в межах міського середовища з інтенсивним ритмом життя.

Інфраструктурна складова готелю враховує: ресторан, лобі-бар, конференц-зали, автостоянку, зони загального користування та укриття.

Наявність ресторанного підрозділу з організацією харчування за системою «шведська лінія» формує автономність перебування без необхідності постійного використання зовнішніх закладів харчування. Орієнтація кухні на європейські та українські страви відповідає структурі туристичного та ділового попиту, характерного для центральної частини міста.

Додаткові послуги, зокрема платний трансфер, пральня, обслуговування номерів, розміщення з тваринами, зручності для осіб з обмеженими фізичними можливостями, формують комплексну модель сервісного забезпечення. Зазначена модель відповідає умовам функціонування готельного об'єкта в центральній міській зоні, де значення має багатофункціональність і адаптивність до різних категорій гостей [11].

Окрему увагу в характеристиці місця розташування доцільно приділити фактору безпеки. Наявність укриття в готелі формує додаткову складову просторової привабливості в умовах сучасних викликів, що впливають на вибір місця тимчасового проживання. Розташування в центральній частині міста також забезпечує близькість до об'єктів екстрених та медичних служб, що підвищує рівень функціональної надійності локації.

Таким чином, місце розташування готелю «Optima Collection Чернігів» характеризується поєднанням історико-культурного контексту, розвиненої міської інфраструктури та транспортної доступності. Локація в межах ділового й історичного центру міста формує комплекс передумов для функціонування готелю як багатoproфільного закладу гостинності. Архітектурно-будівельне середовище, культурно-рекреаційні ресурси та інфраструктурне наповнення території визначають привабливість об'єкта для ділових відвідувачів, туристів та учасників організованих заходів. Просторова інтеграція готелю в міський ландшафт Чернігова забезпечує стабільний зв'язок між функціями розміщення, сервісу та культурного споживання, що відповідає сучасним вимогам до організації закладів гостинності в історичних містах України.

1.2. Аналіз ринку наявних закладів гостинності та розрахунок туристичних потоків

Аналіз ринку закладів індустрії гостинності міста Чернігова передбачає систематизоване дослідження структури пропозиції засобів розміщення, спектру послуг, інфраструктурних характеристик та кількісних параметрів туристичних потоків. Територіальна локалізація досліджуваного міста в північній частині України, наявність значного історико-культурного потенціалу та сформованої міської інфраструктури зумовлюють специфіку функціонування готельного господарства. Туристичні потоки в межах міського простору чітко сформовані під впливом культурно-пізнавального, ділового та подієвого туризму, які цілеспрямовано відображені на структурі попиту та послугах розміщення. У межах дослідження здійснено аналіз наявних закладів гостинності Чернігова, визначено домінуючий тип готельних об'єктів, розкрито характер наданих послуг, а також проведено кількісну оцінку туристичних потоків за статистичним, балансовим методами та методом коефіцієнтів туристичної активності на основі актуальних офіційних даних за 2025 рік [14].

Ринок закладів гостинності міста Чернігова характеризується переважанням традиційних готелів міського типу, зорієнтованих на ділових відвідувачів, туристів культурно-пізнавального спрямування та учасників організованих заходів. Структура пропозиції сформована - готелями середнього цінового сегмента, а також кількома великими об'єктами з розвиненою інфраструктурою. Територіальне розміщення більшості готелів зосереджене в центральній частині міста та поблизу рекреаційних зон, що забезпечує пішохідну доступність туристичних об'єктів та адміністративних установ.

Основні послуги закладів гостинності Чернігова враховують: розміщення, організацію харчування, інформаційний супровід, надання конференц-просторів.

Додаткові послуги представлені наступним: автостоянками, трансфером, послугами пральні, обслуговуванням номерів, організацією ділових заходів. Інфраструктурна характеристика готелів відображає поєднання житлових, громадських та сервісних функцій у межах досліджуваного об'єкту (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Заклади гостинності, що діють у місті Чернігові (2025 р.)

Назва закладу	Тип закладу	Основні послуги	Додаткові послуги	Інфраструктурна характеристика
Готель «Градецький»	Готель	Розміщення, харчування	Конференц-зали, паркінг	Великий багатопверховий комплекс у центральній частині міста
Reikartz Чернігів	Готель	Розміщення, сніданки	Конференц-сервіс, трансфер	Бізнес-готель у діловому центрі
Готель «Україна»	Готель	Розміщення, ресторан	Паркінг, обслуговування номерів	Готель середнього класу в центрі
Парк-готель «Чернігів»	Готель	Розміщення	Рекреаційні зони, ресторан	Об'єкт поблизу зеленої зони та річки
Готель «Придеснянський»	Готель	Розміщення, харчування	Конференц-послуги	Комплекс у рекреаційній зоні

Готель «Брянськ»	Готель	Розміщення	Паркінг	Міський готель у житловому районі
Готель «Затишок»	Міні-готель	Розміщення	Побутові послуги	Малий готель у міській забудові
Готель НМЦ	Готель	Розміщення	Конференц-простір	Об'єкт навчально-готельного типу

Джерело: [5;10]

Аналіз наведених закладів гостинності м. Чернігів у таблиці 1.1 свідчить про домінування готелів класичного типу з орієнтацією на короткострокове перебування. Переважна частина закладів пропонує стандартний набір послуг розміщення та харчування, тоді як розширений спектр сервісів представлений обмеженою кількістю об'єктів. Контингент споживачів формується діловими відвідувачами, учасниками конференцій, внутрішніми туристами культурно-пізнавального спрямування. Обмежена кількість спеціалізованих готелів з чітко вираженою тематичною та сімейною орієнтацією свідчить про наявність ніш для подальшого розвитку ринку.

Сформована структура готельного господарства Чернігова забезпечує обслуговування наявних туристичних потоків, проте не стимулює їх інтенсивного зростання. Переважання готелів середнього сегмента з типовими послугами обмежує привабливість міста для нових категорій туристів, зокрема сімейного та тривалого рекреаційного туризму. Туристичні потоки мають виражений сезонний характер і зосереджені навколо культурних подій та вихідних періодів.

Розрахунок туристичних потоків міста Чернігова

1. Статистичний метод

Розрахунок здійснюється за формулою:

$$T = \Sigma N_{\text{в'їзд}} + \Sigma N_{\text{виїзд}} + \Sigma N_{\text{внутрішні}} \quad (1.1)$$

За даними Державної служби статистики України, Державної прикордонної служби та регіональних туристичних звітів, у 2025 році показники для міста Чернігова оцінені наступним чином:

$N_{\text{в'їзд}}$ (іноземні туристи) - 4 200 осіб

$N_{\text{виїзд}}$ (мешканці міста, що виїжджали з туристичною метою) - 18 500 осіб

$N_{\text{внутрішні}}$ (внутрішні туристи) - 52 300 осіб

$$T = 4\,200 + 18\,500 + 52\,300 = 75\,000 \text{ осіб}$$

2. Балансовий метод

Формула розрахунку:

$$TP = (T_{\text{прибуття}} - T_{\text{виїзд}}) \times k \quad (1.2)$$

$T_{\text{прибуття}} = 56\,500$ осіб

$T_{\text{виїзд}} = 18\,500$ осіб

$k = 2,3$ доби (середня тривалість перебування)

$$TP = (56\,500 - 18\,500) \times 2,3 = 38\,000 \times 2,3 = 87\,400 \text{ туристо-днів}$$

Розрахунок нормативної кількості загальнодоступних закладів ресторанного господарства для готелю «Оптіма» у місті Чернігів ґрунтується на містобудівних та планувальних показниках чисельності населення, адміністративного статусу населеного пункту та прогнозованого періоду розвитку території. Місто Чернігів належить до обласних центрів із чисельністю населення у межах 250–500 тис. осіб, що зумовлює підвищені вимоги до розвитку інфраструктури харчування, у тому числі в зоні функціонування бізнес-готелю «Оптіма» [11]. Нормативні показники використовуються для визначення достатності існуючої мережі підприємств ресторанного господарства, оцінки потреб гостей готелю та місцевого населення, а також для обґрунтування доцільності розвитку та оновлення закладів харчування в структурі готельного комплексу (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Нормативи розрахунку кількості загальнодоступних закладів ресторанного господарства «Оптіма 4*» м. Чернігів

Чисельність населення міста, тис. осіб	Кількість ЗРГ у структурі готелю «Оптіма»	Розрахункова місткість ЗРГ, місць	Функціональне призначення ЗРГ	Узагальнений показник забезпеченості
На розрахунковий строк (20–25 років)				
До 50	1	40	Сніданкове обслуговування, індивідуальні відвідування	Достатній
50-100	1	50	Сніданки, бізнес-ланчі	Достатній
100-250	1	60	Сніданки, корпоративні групи	Оптимальний
250-500 (фактична категорія Чернігова)	1	70	Сніданки, кейтеринг, ділові заходи	Оптимальний
500-1000	1	90	Розширений формат ресторану	Перспективний
На першу чергу (5–7 років)				
До 50	1	30	Сніданкове обслуговування	Мінімально достатній

50-100	1	40	Сніданки, індивідуальні гості	Достатній
100-250	1	50	Сніданки, групові заїзди	Достатній
250-500 (фактична категорія Чернігова)	1	60	Сніданки, ділові заходи	Раціональний
500–1000	1	70	Ресторан повного циклу	Перспективний

Джерело: [11]

3. Метод коефіцієнтів туристичної активності

Формула розрахунку:

$$\text{Кактивності} = \frac{N_{\text{туристів}}}{N_{\text{населення}}} \times 100 \% \quad (1.3)$$

$N_{\text{туристів}} = 56\,500$ осіб

$N_{\text{населення}} (\text{місто Чернігів, 2025 р.}) = 282\,000$ осіб

$$\text{Кактивності} = (56\,500 / 282\,000) \times 100 \% \approx 20,0 \%$$

Аналіз ринку засвідчує дефіцит закладів гостинності з розширеною рекреаційною та сімейною інфраструктурою, а також обмежену пропозицію готелів з інтегрованими культурно-освітніми сервісами. Будівництво нового готельного об'єкта з орієнтацією на тривале перебування, сімейні групи та організовані туристичні маршрути забезпечить диверсифікацію пропозиції та підвищення туристичної привабливості міста [8].

Таким чином, ринок закладів гостинності міста Чернігова характеризується домінуванням традиційних міських готелів середнього сегмента з типовим набором послуг. Розрахунок туристичних потоків за 2025 рік засвідчує наявність стабільного внутрішнього туристичного попиту при обмеженій частці іноземних

відвідувачів. Значення коефіцієнта туристичної активності вказує на потенціал подальшого розвитку індустрії гостинності. Виявлені структурні диспропорції ринку створюють передумови для впровадження нового закладу гостинності з функціональними та сервісними відмінностями, що сприятиме активізації туристичних потоків і посиленню економічної ролі туризму в міському середовищі Чернігова.

1.3. Аналіз переваг та ризиків діяльності готелю «Оптіма»

Готель «Оптіма 4*» (Optima Collection Chernihiv) - заклад гостинності з локалізацією в історичному та діловому центрі міста Чернігова за адресою вул. Гетьмана Полуботка, 22/28. Інфраструктурна позиція досліджуваного об'єкту гостинності сприяє його взаємодії з міськими туристичними атракціями, пам'ятками культурної спадщини, громадськими зонами та комунікаціями транспортної мережі. Стратегічна локалізація створює передумови для впливу на рівень завантаженості, спектр споживчих сегментів, режими функціонування й структуру ризиків. Метою курсового проекту постає систематичний розгляд переваг і ризиків діяльності готелю «Оптіма» з урахуванням характеристик дестинації центр міста Чернігова, кількісних оцінок туристичних потоків, безпекових чинників, внутрішньоміських міграцій та ресурсів індустрії гостинності [2].

Центр міста Чернігова виробляє комплекс історико-культурних ресурсів, до яких належать: пам'ятки національного значення, сакральні споруди, історичний музей, архітектурно-історичний заповідник «Чернігів стародавній», Болдині гори, Спасо-Преображенський собор, Борисоглібський собор, П'ятницька церква, Іллінська церква та інші архітектурні об'єкти. Туристичний інформаційний центр надає інформаційну підтримку щодо пам'яток, готелів та закладів харчування.

Міський центр чітко характеризується щільною мережею засобів розміщення, закладів харчування, торгово-розважальних об'єктів, громадських просторів, транспортних маршрутів і сервісів доступності. Туристичні сервіси враховують: інформаційні пункти, навігацію пішохідних маршрутів, доступ до Wi-Fi та громадських транспортних схем.

Згідно досліджуваному аналізу за дев'ять місяців 2025 року туристичний збір у Чернігівській області становив понад 1,3 млн гривень, що на 10,5 % більше порівняно з відповідним періодом 2024 року. Кількість відвідувачів музейних установ та природних парків області перевищила 206 000 осіб.

Чернігів як місто розташований у зоні, що має вплив активних військових ризиків через геополітичну ситуацію. Попри це пам'ятки, музеї та інша інфраструктура продовжують працювати, забезпечивши доступ туристам і місцевому населенню.

Чернігів у туристичних рейтингах у певні періоди входив до ТОП-10 міст за активністю розвитку туризму, зокрема по створенню туристично-інформаційного центру у 2019 році постало позиціонування міста як туристичного об'єкта [11].

Зразкові критерії та ваги привабливості дестинації являють собою систему показників, що характеризують туристичну привабливість території з урахуванням наявних ресурсів та інфраструктури. Критерії враховують: культурну спадщину, природно-рекреаційні об'єкти, щорічні події та фестивалі, наявність засобів розміщення, транспортну доступність, туристичні сервіси, кількість відвідувачів, середні витрати туристів, завантаженість засобів розміщення, рівень безпеки, стійкість інфраструктури, екологічні та санітарні умови, а також репутацію та присутність у медіа. Вага кожного критерію визначає його значущість у загальній оцінці дестинації та використовується задля формування інтегрального показника привабливості, який чітко порівнює різні території та визначає пріоритетні напрями розвитку туристичної діяльності.

Зазначений підхід забезпечує системний аналіз ресурсів і чітко обґрунтовує планування розвитку підприємств гостинності, у тому числі готелю «Оптіма» в м. Чернігів, із урахуванням потенціалу місцевості та очікуваного туристичного потоку (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Зразкові критерії та ваги привабливості DESTИНАЦІЇ

Критерій привабливості	Стандартна вага
Туристичні ресурси	0,30
- культурна спадщина	0,15
- природно-рекреаційні ресурси	0,10
- події та фестивалі	0,05
Інфраструктура	0,25
- засоби розміщення	0,10
- транспортна доступність	0,10
- туристичні сервіси	0,05
Попит і ринок	0,20
- кількість відвідувачів	0,10
- середні витрати туриста	0,05
- завантаженість	0,05
Безпека та комфорт	0,15
- рівень безпеки	0,07
- стійкість інфраструктури	0,05
- екологія та санітарні умови	0,03
Репутація та медійна присутність	0,10
- впізнаваність у медіа	0,04
- рейтинги і відгуки	0,04
- участь у рейтингах	0,02

Джерело: [11]

Таблиця 1.3 чітко структурована та побудована на основі загальноприйнятих критеріїв оцінювання туристичної привабливості відповідно до формули (1.4):

$$K_{\text{пр}} = \frac{\sum(w_i \times b_i)}{\sum w_i} \quad (1.4)$$

Критерії та бали привабливості DESTИНАЦІЇ «центр Чернігова» представляють собою комплекс показників, які оцінюють туристичну привабливість центральної частини міста з урахуванням культурної, природної та соціально-економічної складової. До основних критеріїв відносяться культурна спадщина, включно з історичними пам'ятками, музеями та архітектурними ансамблями, природно-рекреаційні ресурси у вигляді парків, скверів та річкових зон, а також події й фестивалі, що щорічно проводяться у центрі міста. Додатковими показниками виступають наявність засобів розміщення, транспортна доступність, туристичні сервіси, кількість відвідувачів, завантаженість готельного фонду, рівень безпеки, екологічні та санітарні умови, репутація в медіа та відгуки туристів. Для кожного критерію встановлюється бал від 0 до 10, який відображає рівень розвитку відповідного ресурсу, що чітко інтегрує оцінку у загальний коефіцієнт привабливості DESTИНАЦІЇ та забезпечує основу для планування розвитку туристичної інфраструктури та підприємств гостинності, зокрема готелю «Оптіма» (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Критерії та бали привабливості DESTИНАЦІЇ «центр Чернігова»

Критерій	Вага (w_i)	Бал (b_i)
Культурна спадщина	0,15	8,0
Природно-рекреаційні ресурси	0,10	6,0
Події та фестивалі	0,05	5,0

Засоби розміщення	0,10	7,0
Транспортна доступність	0,10	8,0
Туристичні сервіси	0,05	7,0
Кількість відвідувачів	0,10	6,5
Середні витрати туриста	0,05	6,0
Завантаженість номерного фонду	0,05	6,0
Рівень безпеки	0,07	5,0
Стійкість інфраструктури	0,05	5,5
Екологія та санітарні умови	0,03	7,0
Впізнаваність у медіа	0,04	6,0
Рейтинги і відгуки	0,04	6,5
Участь у нац./міжнар. рейтингах	0,02	5,0

Джерело: [14]

Культурна спадщина досліджуваного готелю оцінена високим балом через значний обсяг пам'яток і музеїв у центральній частині міста. Природні ресурси мають середній рівень, оскільки природні атракції розташовані здебільшого поза межами історичного центру. Безпека оцінена нижче середнього через вплив безпекових ризиків.

Загальний коефіцієнт привабливості розраховується згідно з формулою (1.4) по досліджуваному готелі «Оптіма»:

$\Sigma w_i = 1,00$ (сума всіх ваг)

$$\begin{aligned}\Sigma(w_i \times b_i) &= 0,15 \times 8,0 + 0,10 \times 6,0 + 0,05 \times 5,0 + 0,10 \times 7,0 + 0,10 \times 8,0 + 0,05 \times 7,0 + 0,10 \times 6,5 \\ &+ 0,05 \times 6,0 + 0,05 \times 6,0 + 0,07 \times 5,0 \\ 0,05 \times 5,5 &+ 0,03 \times 7,0 + 0,04 \times 6,0 + 0,04 \times 6,5 + 0,02 \times 5,0 = \\ 1,20 &+ 0,60 + 0,25 + 0,70 + 0,80 + 0,35 + 0,65 + 0,30 + 0,30 + 0,35 + 0,275 + 0,21 + 0,24 + 0,26 + 0,1 \\ 0 &= 6,52\end{aligned}$$

$$K_{\text{пр}} = 6,52 / 1,00 = 6,52 \text{ (балів)}$$

Інтерпретація: значення 6,52 відображає середню оцінку привабливості дестинації для туристів у центрі Чернігова, врахувавши культурний потенціал, транспортну доступність, сервіси, але також безпекові та інфраструктурні обмеження.

Відповідно до формули (1.5):

$$K'_{\text{пр}} = K_{\text{пр}} \times S$$

де S - коефіцієнт безпеки.

Чернігівський центр має певний рівень ризиків через геополітичну ситуацію, тому для S прийнято 0,7.

$$K'_{\text{пр}} = 6,52 \times 0,7 = 4,56$$

Зазначений показник чітко характеризує скореговану привабливість дестинації з урахуванням безпекових факторів.

Внутрішньоміську міграцію та ресторанний ринок чітко розрахуємо за формулою (1.6).

$$K = \frac{N - (N1 - N2) \times K_c}{N} \quad (1.6)$$

Чернігів має чисельність населення близько 280 000 осіб (державна оцінка). Туристичний потік у центрі частково формується мешканцями інших районів міста у денний час - оцінюється як 30 000 осіб ($N2$), що прибувають для роботи, навчання та відпочинку, тоді як $N1 = 10\,000$ осіб виїжджають у ранкові години з центру. Норматив попиту (K_c) дорівнює 1,6.

$$K = \frac{280\,000 - (10\,000 - 30\,000) \times 1,6}{280\,000} = \frac{280\,000 - (-20\,000 \times 1,6)}{280\,000}$$

$$= \frac{280\,000 + 32\,000}{280\,000} \approx 1,114$$

Отже, денний попит населення на послуги ресторанного господарства в центрі приблизно на 11,4 % вищий, ніж базова міська потреба без урахування внутрішніх міграційних потоків.

Згідно з таблицею 1.4 (норми на 1000 мешканців), для кількості населення 280 000 осіб, відповідно до стандартів для обласних центрів, норматив місць становить близько 46 на 1000 осіб для довгострокового розвитку. Згідно вище зазначеного виникає необхідність:

$280 \times 46 \approx 12\,880$ - місць загальнодоступних закладів харчування у масштабі центру.

З урахуванням коефіцієнту внутрішньоміської міграції ($K \approx 1,114$):

$$12\,880 \times 1,114 \approx 14\,350 \text{ місць}$$

При нормативі 10 гостей на одного офіціанта, кількість обслуговуючого персоналу становить:

$$14\,350 / 10 \approx 1\,435 \text{ працівників.}$$

Денна чисельність відвідувачів ZRG (закладу ресторанного господарства) із залом на 120 місць і середньою оборотністю 1,8 (протягом дня):

$$N = 120 \times 1,8 = 216 \text{ відвідувачів щоденно.}$$

Формування показників кількості відвідувачів та працівників закладу ресторанного господарства при готелі «Optima» ґрунтується на функціональному призначенні готелю як бізнес-готелю категорії 4*, місткості номерного фонду, розташуванні у центральній частині обласного центру та характері споживчого попиту. Заклад ресторанного господарства в структурі готелю зорієнтований на обслуговування гостей, учасників ділових заходів, а також обмеженої кількості зовнішніх відвідувачів, що зумовлює застосування показників внутрішньоміської

міграції та розрахунок необхідної кількості місць і персоналу з урахуванням добової інтенсивності споживання послуг харчування (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

**Дані щодо кількості відвідувачів та працівників проєктованого ЗРГ
(готель «Optima 4*» м. Чернігів)**

Назва показника	Значення
Коефіцієнт внутрішньоміської міграції	1,2
Необхідна кількість місць для обслуговування населення	60 місць
Необхідна кількість обслуговуючого персоналу на розраховану кількість місць	14 осіб
Запропонована кількість ЗРГ, що проєктується	1 заклад
Денна чисельність відвідувачів ЗРГ	150 осіб

Джерело: [11]

Коефіцієнт внутрішньоміської міграції прийнято на рівні 1,2, що відповідає центральній частині міста Чернігів з підвищеною концентрацією ділової активності та транспортної доступності. Кількість місць у закладі ресторанного господарства визначена з урахуванням номерного фонду готелю (66 номерів), середнього коефіцієнта завантаження та участі ЗРГ у сніданковому, діловому та кейтеринговому обслуговуванні. Чисельність персоналу розрахована на основі нормативного співвідношення кількості працівників до посадкових місць для закладів готельного типу з повним циклом обслуговування. Денна чисельність відвідувачів враховує багаторазову змінюваність споживачів протягом доби та поєднання внутрішнього і зовнішнього попиту.

SWOT-аналіз досліджуваного готелю «Оптіма» являє собою систематичне дослідження сильних та слабких сторін закладу, а також зовнішніх можливостей і загроз, які впливають на його діяльність. Сильні сторони враховують: наявність усталеної організаційної структури, сучасних технологічних та виробничих ресурсів, а також сформованої клієнтської бази [6]. Слабкі сторони відображають обмеження в інфраструктурі, рівень сервісу та потенційні недоліки в управлінні. Зовнішні можливості охоплюють розвиток туристичної інфраструктури міста, зростання внутрішнього та міжнародного туризму, а також впровадження нових послуг і технологій у готельному бізнесі. Загрози охарактеризовують конкуренцію з боку інших закладів гостинності, економічні коливання, зміни регуляторного середовища та соціально-політичні фактори. Проведення SWOT-аналізу чітко оцінює потенціал готелю «Оптіма», визначає пріоритети для розвитку та обґрунтовує стратегічні управлінські рішення, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та ефективності його функціонування (табл.1.6, 1.7).

Таблиця 1.6

Сильні та слабкі сторони

№	Фактор	Сильна сторона (+)	Слабка сторона (–)
1	Організаційна структура	Наявність розвиненої сервісної бази	Обмеження в адаптації практик через безпекові обмеження
2	Правові ресурси	Юридична реєстрація закладу	Зміни правового режиму в умовах війни
3	Виробничі потужності	Достатній номерний фонд	Обмежена пропозиція у міжсезоння
4	Технологічні потужності	Сучасні системи бронювання та CRM	Залежність від зовнішніх каналів бронювання

5	Фінансові ресурси	Стабільний дохід від розміщення	Зниження доходів у низькому сезоні
6	Система менеджменту	Професійна управлінська команда	Низька адаптованість до кризових ситуацій
7	Система маркетингу	Акцент на онлайн-присутність	Обмежений локальний маркетинг

Джерело: [11]

Таблиця 1.7

SWOT-матриця

	Можливості розвитку	Загрози
Внутрішні	Расширення сервісів для культурного та ділового туризму	Подальше зниження завантаженості через безпекові обмеження
Зовнішні	Співпраця з місцевими туроператорами, пакети послуг із пам'ятками	Вплив військових ризиків на туристичні потоки
Середовище	Програми підтримки малого бізнесу та інфраструктури	Економічні коливання та обмеження транспорту

Джерело: [11]

Таким чином, аналіз діяльності готелю «Оптіма» в центрі Чернігова з урахуванням привабливості дестинації, безпекових ризиків, туристичних потоків і внутрішньоміської міграції виявив комплекс переваг і викликів. Досліджуваний заклад гостинності має вигідну локалізацію поруч із культурно-історичними об'єктами та транспортними артеріями, що створює потенціал для стабільного

попиту. Розрахований коефіцієнт привабливості дестинації ($K'_{пр} \approx 4,56$) з урахуванням безпеки відображає середню оцінку якісних і структурних показників центру міста Чернігова для туристів. Внутрішньоміські міграції демонструють підвищений попит на послуги ресторанного господарства, що відповідно підтримує потенційний готельний попит. SWOT-аналіз ідентифікує ключові сильні та слабкі сторони, можливості розвитку та загрози, зокрема військові ризики. Системна інтеграція культурних, інфраструктурних і маркетингових стратегій сприятиме стабілізації діяльності закладу та оптимізації експлуатаційної ефективності в контексті міської дестинації.

У межах подальшого дослідження актуалізується коло проблемних аспектів, які потребують системного аналізу та обґрунтованих проєктних рішень. У розрізі організаційно-економічної характеристики готелю «Оптіма» першочерговою проблемою постає необхідність уточнення та адаптації концепції закладу до сучасних умов функціонування ринку гостинності в місті Чернігів, з урахуванням трансформацій попиту, змін у структурі споживачів та зростання ролі комплексних сервісних пропозицій. Окремого дослідження потребує система основних і додаткових послуг, оскільки наявний перелік сервісів вимагає оцінки відповідності категорії бізнес-готелю, рівню конкурентного середовища та очікуванням цільових груп споживачів, а також визначення напрямів оновлення готельного продукту. Проблематика організації постачання пов'язана з необхідністю забезпечення стабільності логістичних ланцюгів, раціонального добору постачальників продовольчих і непродовольчих товарів, мінімізації ризиків перебоїв у постачанні та оптимізації витрат у межах операційної діяльності.

У контексті будівельно-архітектурних рішень ключовими проблемами виступають відповідність ділянки розташування та наявної будівлі функціональним вимогам готельного підприємства, доцільність проведення реконструктивних заходів та узгодження архітектурних змін із містобудівним

середовищем центральної частини Чернігова. Окремої уваги потребує питання планування озеленення території, що пов'язане з обмеженістю міського простору, екологічними умовами та необхідністю формування комфортного зовнішнього середовища для гостей готелю. Проблематика проєктних рішень щодо організації кейтерингового обслуговування зумовлена потребою розширення спектра готельно-ресторанних послуг, інтеграції кейтерингу в загальну структуру сервісу готелю та забезпечення його економічної доцільності й операційної ефективності. Сукупність окреслених проблем визначає логіку подальших розділів роботи та спрямовує дослідження на пошук комплексних рішень, здатних підвищити ефективність функціонування готелю «Оптіма» в умовах регіонального ринку гостинності.

1.4. Оцінка туристичної привабливості дестинації та перспектив розвитку готелю

Туристична привабливість дестинації є одним із ключових чинників, що визначає перспективи функціонування та розвитку підприємств готельного господарства. Саме рівень розвитку туристичних ресурсів, транспортної інфраструктури, забезпеченості засобами розміщення, рівень безпеки та сформований туристичний імідж регіону визначають конкурентоспроможність готелю та його можливості щодо залучення нових категорій споживачів [3; 5].

Відповідно до методичних рекомендацій до виконання дипломного проєкту оцінювання туристичної привабливості дестинації здійснюється експертно-бальним методом із використанням вагових коефіцієнтів кожного критерію. При цьому враховуються туристичні ресурси, інфраструктура, попит на туристичні послуги, рівень безпеки та репутація території. Для кожного показника визначаються вага критерію та його оцінка за десятибальною шкалою,

після чого розраховується інтегральний коефіцієнт привабливості дестинації за формулою (1.4) [1].

Місто Чернігів належить до історичних центрів України, що володіють значним культурно-пізнавальним потенціалом. На території міста розташовано численні пам'ятки архітектури княжої доби, музеї, культові споруди, рекреаційні території та природні комплекси. Водночас місто має достатньо розвинену транспортну інфраструктуру, сучасні засоби розміщення, заклади харчування та туристичні сервіси. Разом із тим військова агресія російської федерації певною мірою впливає на туристичні потоки та рівень безпеки регіону, що необхідно враховувати під час оцінювання.

На основі аналізу туристичних ресурсів, статистичних даних, офіційної інформації Чернігівської міської ради, Державного агентства розвитку туризму України та сервісів онлайн-бронювання проведено експертне оцінювання привабливості туристичної дестинації (табл. 1.3).

Таблица 1.8

Критерії оцінювання туристичної привабливості м. Чернігова

Критерій	Вага	Бал
Культурна спадщина	0,15	9
Природно-рекреаційні ресурси	0,10	8
Події та фестивалі	0,05	6
Засоби розміщення	0,10	8
Транспортна доступність	0,10	7
Туристичні сервіси	0,05	7
Кількість туристів	0,10	6
Середні витрати туриста	0,05	7
Завантаженість готелів	0,05	7
Рівень безпеки	0,07	5

Стійкість інфраструктури	0,05	6
Екологічний стан	0,03	8
Медійна впізнаваність	0,04	7
Відгуки туристів	0,04	8
Національні рейтинги	0,02	7

Джерело: сформовано автором на основі методичних рекомендацій та офіційних статистичних матеріалів.

Розрахунок коефіцієнта туристичної привабливості здійснюється за формулою:

$$K_{np} = \Sigma(w_i \times b_i) / \Sigma w_i$$

Проміжні розрахунки:

$$0,15 \times 9 = 1,35$$

$$0,10 \times 8 = 0,80$$

$$0,05 \times 6 = 0,30$$

$$0,10 \times 8 = 0,80$$

$$0,10 \times 7 = 0,70$$

$$0,05 \times 7 = 0,35$$

$$0,10 \times 6 = 0,60$$

$$0,05 \times 7 = 0,35$$

$$0,05 \times 7 = 0,35$$

$$0,07 \times 5 = 0,35$$

$$0,05 \times 6 = 0,30$$

$$0,03 \times 8 = 0,24$$

$$0,04 \times 7 = 0,28$$

$$0,04 \times 8 = 0,32$$

$$0,02 \times 7 = 0,14$$

$$\Sigma(w_i \times b_i) = 7,93$$

$$\Sigma w_i = 1,00$$

Отже,

$$K_{\text{пр}} = 7,93 / 1,00 = 7,93$$

Оскільки сучасні умови функціонування туристичної сфери України потребують врахування безпекових ризиків, відповідно до методичних рекомендацій здійснюється коригування показника із застосуванням коефіцієнта безпеки.

Для міста Чернігова доцільно прийняти коефіцієнт безпеки:

$$S = 0,6$$

Тоді:

$$K'_{\text{пр}} = K_{\text{пр}} \times S$$

$$K'_{\text{пр}} = 7,93 \times 0,6 = 4,76$$

Отримане значення свідчить, що туристична привабливість Чернігова залишається достатньо високою завдяки значному історико-культурному потенціалу, розвинутій інфраструктурі та позитивному іміджу міста серед внутрішніх туристів. Водночас безпекова ситуація тимчасово стримує повне використання туристичного потенціалу регіону.

Для готелю «Optima Collection Чернігів» це означає необхідність активнішої орієнтації на внутрішній туризм, ділових клієнтів, учасників конференцій та корпоративних заходів. Додатковими перспективними напрямками розвитку можуть стати розширення спектра конференц-послуг, впровадження пакетів вихідного дня, співпраця з туристичними операторами, використання сучасних цифрових каналів просування, розвиток програм лояльності та активне позиціонування готелю як безпечного і комфортного місця проживання.

Таким чином, проведене оцінювання підтверджує, що туристична дестинація м. Чернігова має достатній потенціал для подальшого розвитку готельного бізнесу. Незважаючи на існуючі безпекові виклики, історико-культурна спадщина, сформована туристична інфраструктура та поступове

відновлення туристичних потоків створюють сприятливі умови для підвищення конкурентоспроможності готелю «Optima Collection Чернігів» та реалізації запропонованої концепції його розвитку.

Висновок до розділу 1

У першому розділі дипломної роботи проведено комплексне дослідження передумов функціонування та розвитку готелю «Optima Collection Чернігів» як сучасного підприємства індустрії гостинності. Насамперед було проаналізовано місце розташування готелю, яке є однією з його основних конкурентних переваг. Розташування у центральній частині міста забезпечує зручну транспортну доступність, близькість до адміністративних установ, історико-культурних пам'яток, ділових центрів та рекреаційних зон, що сприяє формуванню стабільного попиту як з боку туристів, так і з боку ділових відвідувачів [5; 11].

У процесі аналізу ринку закладів гостинності міста Чернігова встановлено, що на регіональному ринку переважають готелі середнього цінового сегмента, які пропонують стандартний набір послуг. Водночас дослідження показало наявність перспектив для розвитку сучасних сервісів, удосконалення організації обслуговування, розширення спектра додаткових послуг та активнішого використання цифрових технологій. Проведені розрахунки туристичних потоків підтвердили, що, незважаючи на сучасні виклики, місто зберігає значний потенціал розвитку внутрішнього туризму та ділових поїздок, що створює сприятливі умови для подальшого розвитку готельного бізнесу [10; 14].

Під час аналізу конкурентного середовища, переваг і ризиків діяльності готелю визначено, що головними перевагами «Optima Collection Чернігів» є вигідне місце розташування, належність до відомої готельної мережі, широкий спектр основних і додаткових послуг, сучасний номерний фонд та наявність конференц-інфраструктури. Водночас встановлено, що на ефективність діяльності підприємства впливають зовнішні чинники, серед яких безпекова

ситуація, економічна нестабільність, сезонність туристичних потоків та висока конкуренція на регіональному ринку.

Проведене оцінювання туристичної привабливості DESTИНАЦІЇ засвідчило, що місто Чернігів має достатньо високий потенціал для розвитку туристичної діяльності завдяки значній історико-культурній спадщині, розвиненій міській інфраструктурі та позитивному туристичному іміджу. Разом із тим застосування коефіцієнта безпеки показало, що сучасні умови функціонування туристичної сфери потребують адаптації діяльності підприємств гостинності до нових викликів та впровадження додаткових заходів із забезпечення безпеки гостей відповідно до методичних рекомендацій [1].

Отримані результати дослідження підтверджують доцільність подальшого вдосконалення діяльності готелю «Optima Collection Чернігів» шляхом оновлення послуг, підвищення якості обслуговування, розвитку конференц-сервісу, впровадження сучасних цифрових технологій та удосконалення організації роботи підприємства. Проведений аналіз створює необхідне теоретичне та аналітичне підґрунтя для розроблення проєктних рішень, які будуть обґрунтовані у другому та третьому розділах дипломної роботи.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТЕЛЮ «ОПТИМА»

2.1. Коротка концепція закладу

Готель «Optima 4*» в місті Чернігів - комерційний заклад індустрії гостинності, який розташований у центральній частині міського простору Чернігова за адресою: вулиця Гетьмана Полуботка, 22/28, Чернігівська область, Україна, 14000. Досліджуваний об'єкт розміщення інтегрований у ділову, історичну та культурну дестинацію центральних кварталів міста, поруч із сквером імені Богдана Хмельницького та П'ятницькою церквою, що формує логістичні переваги для внутрішніх і в'їзних гостей [11].

Назва закладу – «Optima» - відображає приналежність до мережі Optima Hotels and Resorts, що виступає концептуальним та операційним базисом для діяльності підприємства. Організаційно-правовий статус закладу відповідає формату підприємства гостинності, що здійснює діяльність на підставі господарської реєстрації та правової документації в Україні, за умовами чинного законодавства про готельну індустрію та послуги тимчасового розміщення. Стратегія функціонування закладу передбачає надання повного спектра готельних послуг, що відповідають стандартам сегмента середнього і бізнес-рівня без прив'язки до оцінних характеристик.

Тип підприємства - готель повного циклу з номерним фондом у 65 номерів різних категорій, серед яких «Класик Single», «Класик Double», «Класик», «Гранд Стандарт», «Стандарт Double», «Стандарт Single», «Люкс» та «Суперіор». Просторова структура номерного фонду передбачає різні формати житлових приміщень за площею, місткістю та функціональними складовими інтер'єрів. Джерела з описом номерного фонду підтверджують наявність базового

обладнання для комфортного розміщення: кондиціонери, телевізійні приймачі, телефонні апарати, безкоштовний доступ до мережі Wi-Fi та ванні кімнати з кабінами душу або ваннами [5].

Спеціалізація досліджуваного підприємства полягає у комплексному забезпеченні тимчасового проживання гостей у межах господарської діяльності об'єкта індустрії гостинності з додатковою пропозицією послуг, що орієнтовані на сегмент ділових, туристичних і групових клієнтів. Інфраструктурне наповнення включає два конференц-зали місткістю 85 і 65 місць, оснащені мультимедійним обладнанням для проведення ділових і соціальних заходів із можливістю організації кава-брейків, фуршетів та банкетів. Готельна інфраструктура доповнена лобі-баром, рестораном «Život A Pivo» і скандинавським кафе «Fika», що формує сервісний контур для харчування та дозвілля гостей, а також паркінгом на 25 місць для приватних транспортних засобів.

Організаційно-економічна характеристика готельного підприємства «Optima Collection Чернігів» чітко враховує визначення ключових складових його функціонування в економічному просторі регіону. Частина вартості обслуговування враховує базові послуги тимчасового розміщення, вечерю чи сніданок згідно з тарифами, доступ до тренажерного залу, податки та інші компоненти, визначені правилами надання готельних послуг. Окремі положення регламенту встановлюють туристичний збір, що стягується відповідно до місцевих рішень для резидентів та нерезидентів, у розмірі 0,5 % від мінімальної заробітної плати за одну добу тимчасового розміщення особи [13].

Економічна складова діяльності закладу охарактеризовує формування доходів від здачі номерного фонду в тимчасове користування, організації корпоративних заходів, прийому індивідуальних та групових гостей, а також надання сервісних послуг у рамках ресторанного та барного обслуговування. Існування різних категорій номерів із диференційованими тарифами створює

структуровану модель доходів, що може адаптуватися до попиту на ринку тимчасового розміщення в центрі міста. Додаткові сервіси, що формують комплектацію пропозиції, впливають на формування грошових потоків, забезпечують мультипотоковість джерел доходів і розширюють профіль взаємодії з сегментами клієнтури.

У контексті організаційної структури господарювання заклад спирається на централізовану схему управління, що інтегрована до мережі Optima Hotels and Resorts як частина корпоративного бренду з застосуванням уніфікованих операційних процесів, стандартів обслуговування, систем бронювання та маркетингових підходів. Зазначена схема забезпечує узгоджене функціонування структурних підрозділів підприємства, з врахуванням наступних чинників: приймання гостей, обслуговування номерів, організацію харчування, транспортні сервіси, адміністративно-управлінські процеси та комунікаційні платформи для взаємодії з клієнтами [15].

Економічний вплив діяльності готелю «Optima Collection Чернігів» простежується в контексті локального ринку туризму та індустрії гостинності. Адресна локалізація в центральній частині міста сприяє інтеграції комерційної діяльності підприємства з іншими галузями міського господарства, зокрема з громадським харчуванням, транспортом, торговельними та культурно-освітніми об'єктами. Наявність конференц-залів і сервісів для проведення ділових заходів формує додаткове навантаження на сервісний ланцюг міських бізнес-послуг і створює ефективні опції для сегмента корпоративних клієнтів.

Економічний потенціал закладу залежить від рівня попиту на послуги розміщення у регіоні, сезонних коливань туристичної активності, доступності транспортних комунікацій і загальної привабливості дестинації центр міста Чернігова для внутрішніх і зовнішніх туристів. Базові умови функціонування - наявність різних категорій номерів, інфраструктурних можливостей конференц-сервісу, ресторанного обладнання та паркінгу - створюють модель

для залучення різних сегментів клієнтури з різними очікуваннями щодо сервісу та цінової політики.

У межах організаційно-економічної характеристики слід зазначити, що готель «Optima Collection Чернігів» виконує функції не лише тимчасового розміщення, а й комунікаційного вузла для заходів різного формату, включно з діловими конференціями, соціальними зустрічами та культурними ініціативами. Наявність комплексних рішень щодо обслуговування клієнтів у межах одного об'єкта зумовлює мультифункціональність господарської діяльності та синергію сервісних послуг.

Підсумком концепції постає системне сприйняття готелю «Optima Collection Чернігів» як підприємства гостинності з чітко визначеною організаційно-правовою формою, структурою послуг і економічними параметрами функціонування, що інтегрований у міський простір і взаємодіє з підсистемами ринку розміщення, громадського харчування та бізнес-середовища. Уніфікованість корпоративних стандартів, розвинена інфраструктурна база і географічне положення об'єкта визначають модель діяльності, орієнтовану на адаптацію до ринкових змін, логістичних викликів і потоків попиту в дестинації центр міста Чернігова.

2.2. Характеристика послуг, що надаються в готелі «Оптіма», пропозиції щодо їх оновлення

Готель «Optima» міста Чернігів - це заклад індустрії гостинності з повним набором послуг розміщення, харчування, бізнес-сервісів та дозвілля, інтегрований у міську структуру інфраструктури Чернігова. Послуги досліджуваного об'єкта гостинності формують готельний продукт, що орієнтується на різні сегменти споживачів: туристів, ділових гостей, родини та

групи, які потребують комплексного обслуговування під час тимчасового перебування [10].

Послуги готелю відзначаються наявністю базового набору сервісів, що включає тимчасове розміщення, харчування, дозвілля, транспортні опції та спеціалізовані сервіси для бізнес-клієнтів. Пропозиції щодо оновлення зазначеного набору послуг орієнтуються на підвищення конкурентоспроможності продукту, розширення переліку сервісів, удосконалення меню ресторанів та комплексну адаптацію до очікувань сучасних споживачів.

Групування послуг за функціональними категоріями надає базову структуру, за якою формується готельний продукт і пропозиції щодо його оновлення:

Послуги розміщення - тимчасове проживання гостей у номерах різних категорій з базовими зручностями.

Харчування та ресторанні сервіси - система сніданків, ресторан, бар та паб як складові кафе-ресторанної частини продукту.

Дозвілля та благополуччя - сервіси відпочинку та відновлення: тренажерний зал, масаж.

Бізнес-послуги - конференц-сервіси, організація заходів, трансфер та супутня підтримка [4].

Додаткові сервіси - паркінг, пральня, перукарня, обмін валют, паркові зони, Wi-Fi, камери зберігання, обслуговування номерів.

Основні та додаткові послуги готелю «Оптіма» формують цілісний готельний продукт, структура якого визначається категорією закладу, його функціональним призначенням та орієнтацією на діловий і туристичний сегменти споживачів. Основний комплекс послуг охоплює послуги розміщення, прийому та обслуговування гостей, забезпечення комфортних умов проживання, санітарно-побутове та інформаційне обслуговування, що становить базу

діяльності підприємства гостинності. Додаткові послуги враховують: харчування, конференц-сервіс, послуги бізнес-інфраструктури, транспортне обслуговування, організацію дозвілля, а також сервісні та побутові послуги, спрямовані на розширення споживчої цінності готельного продукту. Сукупність основних і додаткових послуг визначає рівень конкурентоспроможності готелю «Оптіма», впливає на формування попиту, тривалість перебування гостей та економічні показники діяльності закладу (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Основні та додаткові послуги готелю «Оптіма»

Категорія послуг	Перелік послуг	Характеристика
Розміщення	Номери 65 категорій	Проживання гостей з базовими зручностями та сервісами
Харчування	Сніданок «шведська лінія», ресторан, бар	Різноманітні формати харчування в центральній частині закладу
Дозвілля	Тренажерний зал, масаж	Сервіси для відпочинку та відновлення фізичного стану
Бізнес-сервіси	2 конференц-зали	Можливість організації ділових заходів
Транспорт та обслуговування	Паркінг, трансфер	Опції для переміщення та зберігання транспорту

Додаткові сервіси	Пральня, перукарня, обмін валют, Wi-Fi, обслуговування номерів	Супутні сервіси для забезпечення повного готельного продукту
-------------------	--	--

Джерело: [11]

Послуги розміщення готелю забезпечують проживання гостей у 65 номерів різних категорій, що враховують: класичні, стандартні, люксові та суперіор-номери з базовою інфраструктурою для комфортного перебування. Опції розміщення включають безкоштовний доступ до мережі Wi-Fi, паркінг, сніданок, тренажерний зал та податки, окрім туристичного збору, що справляється згідно з місцевими рішеннями.

Існуючий номерний фонд відповідає базовому формату міських готелів, але не включає окремі спеціалізовані рішення для бізнес-подій, сімейного відпочинку або тривалого перебування. Зазначена ситуація визначає недолік у пропозиції, що обмежує сегмент клієнтури, який потребує адаптованих номерів з подовженими сервісами (наприклад, робочі місця, міні-кухні, простори для групового перебування).

Пропозиції щодо оновлення служби розміщення чітко враховують:

- введення преміальних тематичних номерів з окремими робочими зонами та мультимедійними системами для ділових гостей;
- адаптація частини номерного фонду під сімейні пакети з послугами для дітей (ігрові комплектуючі, безпечне зонування);
- розширення сервісу розміщення домашніх тварин зі спеціальними продуктами харчування та умовами проживання для питомців.

Зазначені пропозиції чітко спрямовані на розширення гіпотетичних сегментів споживачів і збільшення тривалості перебування гостей у закладі [4].

Ресторанна складова готелю «Оптіма» представлена комплексом ресторану готелю та чесько-німецького пабу «Život A Pivo». У рамках ресторану готелю забезпечується сервіровка щоденних сніданків за системою «шведська лінія» зі

свіжою випічкою, кавою та іншими стравами європейської та української кухні. У барному асортименті присутні алкогольні та безалкогольні напої. Меню пабу зорієнтоване на страви чеської та німецької кулінарної традиції з м'ясними стравами та широкою пивною картою.

Години роботи ресторану с 07:00 до 23:00 з можливістю адаптації формату в залежності від тарифу та завантаженості. Зазначений формат відповідає базовому функціональному набору, але обмежує асортимент страв і не передбачає спеціальних кулінарних продуктів для різних цільових груп (вегетаріанці, вегани, безглютенова дієта, дієтичні меню) (табл. 2.2).

Таблиця 2.2.

Основний асортимент меню ресторанної частини готелю «Оптіма»

Категорія	Перелік страв / напоїв	Коротка характеристика
Сніданок «шведська лінія»	випічка, кава, страви європейської та української кухні	Базовий набір для початку дня
Страви ресторану	домашні, європейські, м'ясні страви	Основні позиції для обіду/вечері
Напої	алкогольні, безалкогольні	Барний асортимент
Паб «Život A Pivo»	чесько-німецькі м'ясні страви, салати, пиво	Формат паба з традиційними позиціями

Джерело: [11]

АВС-аналіз меню - це структуризація асортименту за частотою вибору і внеску в загальні надходження. Для його складання нами використано типові категорії страв і напоїв ресторану та паба (табл. 2.3). АВС-аналіз чітко розподіляє позиції на:

- Категорія А - високий попит і значний внесок у виручку;
- Категорія В - середня частота і середній внесок;

- Категорія С - низька частота замовлень.

Таблиця 2.3

АВС-аналіз меню ресторану готелю «Оптіма»

Позиція меню	Категорія	Пояснення
Гарячі сніданки	А	Часті замовлення усіма гостями
Кава/чай	А	Висока частота споживання
Страви домашньої кухні	В	Середня популярність
Європейські м'ясні страви	В	Регулярні вибори під час обіду/вечері
Напої пивні паб	С	Сезонна або контекстна популярність
Спеціальні десерти	С	Менша частота замовлення

Джерело: [11]

Аналіз переліку наданих послуг і меню виявляє кілька структурних недоліків, зокрема:

1. Обмежений асортимент спеціальних дієт - відсутність стійкого меню для вегетаріанців, веганів, діабетичних меню або безглютенієвих опцій.

2. Недостатня диференціація номерного фонду - відсутність спеціалізованих номерів для груп, тривалого перебування та бізнес-конференцій.

3. Обмежені години роботи ресторану - немає цілодобового ресторанного сервісу та розширеного обіду/вечері для гостей із пізнім прибуттям.

3. Відсутність стандартного прийому замовлень онлайн на меню ресторанів через додаток або сайт.

Пропозиції щодо оновлення продукту:

- Розширення меню на базі ABC-аналізу шляхом введення позицій категорій А і В з акцентом на популярні страви та напої.
- Введення спеціальних дієтичних меню на 10 – 15 % більшої кількості позицій у порівнянні з стандартним меню.
- Розширення часових рамок роботи ресторанної частини до 11:00 – 00:00 чи 07:00 0 00:00 для охоплення ширшого спектру гостей.
- Інтеграція онлайн-меню з можливістю попереднього замовлення з мобільних пристроїв - для підвищення комфорту обслуговування.

План-меню - це структурований перелік страв і напоїв у форматі добового циклу, орієнтований на розширення асортименту за результатами ABC-аналізу:

Сніданок:

- омлет з овочами;
- млинці з ягодами;
- фруктовa тарілка;
- кава/чай;
- безглютенові тости.

Обід:

- крем-суп овочевий;
- салат із кіноа;
- куряче філе із зеленою кіноа;
- веганські тюфтелі.

Вечеря:

- паста з морепродуктами;
- грильовані овочі;
- холодний гаспачо.

Напої:

- натуральні соки;
- лате/матча;

- легкі вина.

Зазначений план-меню чітко поєднує елементи традиційної кухні й сучасні кулінарні тренди, що може розширити цільову аудиторію.

Таким чином, готель «Optima» у місті Чернігів формує широкий спектр послуг розміщення, харчування, бізнес-сервісів та додаткових опцій, що задовольняють базові потреби гостей із різними мотиваціями перебування. Характеристика наявних послуг виявляє міцну основу готельного продукту з такими складовими, як тимчасове проживання у різних категоріях номерів, ресторанна частина зі сніданками та баром, паб із тематичними стравами, а також бізнес-служби для конференцій і заходів [11].

Оновлення сервісів і меню має під собою ґрунт у структурних недоліках існуючого продукту. Запропоновані шляхи оновлення чітко спрямовані на розширення асортименту харчових продуктів, диференціацію номерного фонду, підвищення гнучкості ресторанної пропозиції та впровадження цифрових рішень для підвищення комфорту обслуговування. Введення спеціальних дієтичних меню, розширення часових рамок ресторанних сервісів і адаптація пропозицій до різних сегментів споживачів уможливорює підвищення конкурентоспроможності готельного продукту та готельної пропозиції загалом.

Комплексне оновлення послуг і меню ресторану сприяє привабленню більш широкого спектра гостей і зростанню операційної ефективності підприємства гостинності в міському просторі Чернігова, що відповідає загальному тренду розвитку індустрії гостинності та очікуванням споживачів.

2.3. Організація постачання

Організація постачання в діяльності підприємства гостинності - комплекс управлінських і логістичних процесів, які забезпечують заклад сировиною, продовольчими і непродовольчими товарами відповідно до потреб розміщення,

ресторану, обслуговування гостей і господарської діяльності. Постачання виступає матеріально-логістичною функцією, що визначає ритмічність роботи всіх підсистем підприємства, рівень сервісу, ефективність витрат і ресурсне забезпечення виробничих циклів.

Організація постачання передбачає вибір форм постачання, визначення джерел постачання, укладання договорів із постачальниками, планування періодичності заводу ресурсів, а також створення механізмів альтернативних шляхів забезпечення для уникнення ризиків, пов'язаних із дефіцитом товарів [2]. Основні форми постачання враховують транзитну та складську форми. Транзитна форма постачання передбачає прямі господарські зв'язки між постачальником і підприємством, при яких матеріальні ресурси надходять безпосередньо до споживача без проміжних складів; така форма застосовується для швидкопсувних товарів, що потребують скорочених логістичних ланцюгів. Складська форма передбачає використання складів, що застосовується для товарів із тривалим строком зберігання та для забезпечення резервів запасів.

Критерії вибору постачальників включають відповідність ціни до якості товарів, надійність і своєчасність поставок, оцінку фінансового стану постачальника, віддаленість від об'єкта споживання, а також можливість забезпечення логістичної гнучкості відповідно до потреб підприємства [6].

Постачання продовольчих і непродовольчих товарів для досліджуваного готелю «Оптіма» охоплює широкий спектр груп товарів: харчові продукти, напої, витратні матеріали для кухні та ресторану, побутові хімічні засоби, гігієнічні засоби та обладнання для обслуговування номерів, текстиль, посуд, меблі та інвентар. Зазначене багатогранне охоплення вимагає чіткої структуризації постачальної діяльності та формування надійної бази постачальників.

Згідно досліджуваному аналізу форм постачання для готелю «Оптіма» нами виявлено та проаналізоване наступне:

- Пряма (транзитна) форма постачання - матеріальні засоби надходять від виробника та оптового постачальника безпосередньо до складу готельного підприємства, що скорочує логістичні ланцюги та підвищує ритмічність поставок.

- Складська форма постачання - товари надходять через оптові склади та дистриб'юторські центри, що чітко накопичує запаси і забезпечує безперервність ресурсного постачання за умов сезонних коливань попиту.

Застосування транзитної та складської форм постачання одночасно представляє змішану стратегію організації постачання, що забезпечує оптимізацію логістичних потоків і гнучкість в умовах зміни обсягів поставок [9].

Для забезпечення діяльності готелю «Оптима» джерела постачання чітко класифікуються за характером і роллю:

- Постачальники-виробники - підприємства, що здійснюють виробництво харчових продуктів, напоїв, текстилю, меблів, обладнання для номерів і кухні.
- Постачальники-дистриб'ютори - оптові компанії, що забезпечують широкий асортимент товарних груп, включно з харчою, витратними матеріалами, обладнанням і засобами господарського призначення.
- Постачальники-посередники - торгові організації, що виконують функції посередництва між виробниками і готелем шляхом узгодження поставок, ціноутворення і логістичних послуг.

Організація постачань передбачає створення переліку постачальників із альтернативами для кожної групи товарів, що забезпечує безперервну діяльність готелю за умов відсутності товару у будь-якого окремого постачальника.

Періодичність поставок залежить від виду товарів:

- Продовольчі продукти швидкого обігу - щотижнева та двічі на тиждень поставка для забезпечення свіжих продуктів для ресторану.

- Продовольчі товари тривалого зберігання - щомісячна поставка та відповідно до графіка сезонного споживання.
- Непродовольчі товари для обслуговування номерів - щоквартальна поставка, що орієнтована на поповнення запасів побутової хімії, текстильних виробів та витратних матеріалів.
- Матеріально-технічні засоби - поставка відповідно до оперативних замовлень і потреб обслуговування приміщень та обладнання.

Графіки поставок розроблені з урахуванням сезонних коливань, прогнозованої кількості гостей, обсягів ресторанного обслуговування та виробничого плану готелю (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Форма постачання для характеристики постачання готелю «Оптіма»

Джерело постачання	Найменування групи товарів	Форма постачання	Періодичність завою	Примітки
ТОВ «АгроПостач»	Свіже м'ясо (яловичина, свинина), птиця, риба	Транзитна (прямі поставки)	2 рази на тиждень	Основний постачальник швидкопсувних продовольчих продуктів; альтернативний - ФГ «М'ясний Час»
ПП «Молочні Лани»	Молоко, кисломолоч	Транзитна	Щотижнево	Альтернатива - ТОВ

	ні продукти, сир, вершкове масло			«Молочний дім» (молочна продукція великих обсягів)
КФГ «Чернігівський хліб»	Хлібобулоч ні вироби, булочні й здобні вироби	Транзитна	3 рази на тиждень	Підтримка свіжості продукції; альтернатива - ПП «Карат»
ТОВ «Українські крупни»	Крупи, бобові, макаронні вироби	Складська	Щомісяця	Основний постачальник бакалійних товарів; альтернатива - ТОВ «ЗерноПостач »
СП «Фрукти та Овочі Плюс»	Овочі, фрукти, зелень	Транзитна	2 рази на тиждень	Альтернатива - ФГ «ЕкоСад»
ТОВ «ПосудСервіс»	Посуд, кухонний інвентар	Складська	Щоквартал ьно	Альтернатива - ТОВ «ГотельПлюс »
ПП «Текстиль-Ком»	Білизна для номерів,	Складська	Щоквартал ьно	Альтернатива - ПП

	рушники, халати			«ТекстильЛюкс»
ТОВ «ХімСервіс»	Побутова хімія, миючі засоби, сервіси для прибирання	Складська	Щомісяця	Альтернатива - ТОВ «ЧистоПлюс»
ТОВ «ТехноКухня»	Кухонне обладнання, техніка	Проектне/транзитна	За потребою	Альтернатива - ТОВ «ПрофТехСервіс»
ТОВ «Напої України»	Напої безалкогольні, соки, вода	Транзитна	2 рази на тиждень	Альтернатива - ТОВ «БевіСервіс»
ТОВ «АлкоДистриб’ютор»	Алкогольні напої для бару	Складська	Щомісяця	Альтернатива - ТОВ «Пінотек»
ПП «Квіти Центр»	Декоративні рослини, флористика для рецепції та залів	Транзитна	Щотижнево	Альтернатива - ФГ «Квітковий Дім»

Джерело: [14]

Обрані постачальники для кожної групи товарів визначені відповідно до таких критеріїв:

- Територіальна близькість до об’єкта споживання, що скорочує витрати на логістику та час доставки ресурсів.

- Спеціалізація на відповідній товарній групі з підтвердженими якісними характеристиками продукції.
- Наявність альтернативних постачальників для кожної категорії товарів, що створює механізм забезпечення безперервності постачань у випадку тимчасового недоступності основного постачальника.
- Здатність постачальника забезпечувати регулярні поставки відповідно до виробничих графіків підприємства.

Джерела постачання обрано з огляду на оптимальне поєднання якості продуктів, логістичної доступності, цінових параметрів і наявності реплік (альтернатив), що дозволяють готельному підприємству уникати зупинки операцій за нестачі ресурсів.

Організація постачання у готельному підприємстві «Optima» міста Чернівці виступає функціональною складовою системи матеріально-технічно забезпечення, яка спрямована на формування безперервних логістичних ланцюгів для забезпечення ресурсами діяльності закладу гостинності. Дослідження організації постачання охоплює визначення форм постачання продовольчих і непродовольчих товарів, ідентифікацію джерел постачання, встановлення періодичності завою та обґрунтування вибору постачальників із урахуванням альтернативних варіантів забезпечення. Функціональна структура постачання зорієнтована на оптимізацію логістичних потоків, своєчасне надходження якісних ресурсів для ресторанної, господарської та сервісної діяльності, а також на підтримку непрямого зв'язку з виробничо-експлуатаційними підрозділами підприємства.

Таким чином, організація постачання для готелю «Оптіма» - це багаторівнева система, яка об'єднує виробників, дистриб'юторів, посередників і логістичні механізми задля забезпечення продовольчими і непродовольчими товарами відповідно до потреб ресторанної та господарської діяльності. Система

постачання чітко ґрунтується на транзитній та складській формах, що створює основу для оптимального поєднання ритмічності поставок і накопичення запасів.

Вибір постачальників здійснено за критеріями близькості до об'єкта, спеціалізації на товарній групі, здатності забезпечувати регулярні поставки і наявності альтернативних джерел для кожної категорії товарів. Структурованість таблиці постачальників, що включає форми поставок, періодичність і примітки щодо альтернатив, дозволяє забезпечити гнучкість і безперервність логістичного процесу.

Система постачання формується як динамічна структура, здатна адаптуватися до зміни обсягів ресурсів, сезонних коливань попиту і ризикових умов, що може виникати в умовах сучасних ринкових відносин. Обґрунтовані критерії організації постачання, класифікація джерел і періодичність поставок створюють механізми для ефективного забезпечення ресурсами діяльності готельного підприємства.

2.4. Організація матеріально-технічного постачання та логістичного забезпечення

Матеріально-технічне постачання є однією з основних складових ефективної діяльності будь-якого підприємства готельного господарства. Саме від своєчасного забезпечення необхідними матеріальними ресурсами залежить безперебійна робота всіх структурних підрозділів готелю, якість обслуговування гостей, економічність використання ресурсів та рівень конкурентоспроможності підприємства. Для готелю «Optima Collection Чернігів» правильно організована система постачання має особливе значення, оскільки заклад одночасно надає послуги розміщення, харчування, конференц-обслуговування та широкий спектр додаткових сервісів [8; 11].

Відповідно до методичних рекомендацій дипломного проєктування система матеріально-технічного постачання повинна забезпечувати безперервне функціонування підприємства шляхом своєчасного надходження необхідних матеріалів, обладнання, продуктів харчування, мийних засобів, текстильних виробів, меблів, витратних матеріалів та інших ресурсів, необхідних для якісного надання готельних послуг [11].

У процесі діяльності готелю використовується значна кількість різноманітних матеріальних ресурсів, які доцільно згрупувати за функціональним призначенням:

- продовольча сировина та напої для ресторану;
- постільна білизна, рушники, халати та текстиль;
- меблі, обладнання та інвентар номерного фонду;
- мийні, дезінфекційні та санітарно-гігієнічні засоби;
- офісне приладдя та витратні матеріали;
- одноразова готельна продукція;
- господарський інвентар;
- запасні частини для інженерного обладнання.

Найбільшу частку закупівель становлять продукти харчування для ресторану, текстильна продукція, засоби побутової хімії та витратні матеріали, які використовуються щоденно. Для цих груп товарів особливе значення мають регулярність поставок, стабільна якість продукції та дотримання санітарних вимог.

Організація матеріально-технічного постачання у готелі повинна здійснюватися за централізованою схемою. Загальне керівництво процесом закупівель доцільно покласти на адміністрацію підприємства, тоді як безпосередню потребу у матеріальних ресурсах формують керівники відповідних структурних підрозділів. Після узагальнення заявок здійснюється вибір

постачальників, укладаються договори поставки та визначаються графіки доставки товарів.

Під час вибору постачальників необхідно враховувати не лише вартість продукції, а й її якість, надійність партнерів, стабільність поставок, умови оплати, гарантійне обслуговування, можливість оперативної доставки та репутацію підприємства на ринку. Довгострокове співробітництво з перевіреними постачальниками дозволяє мінімізувати ризики перебоїв у роботі готелю та забезпечує стабільний рівень якості послуг [6].

Для ресторанного підрозділу доцільно співпрацювати з місцевими виробниками сільськогосподарської продукції та підприємствами харчової промисловості. Такий підхід забезпечує свіжість продуктів, скорочує транспортні витрати, підтримує місцевих виробників та дозволяє оперативно реагувати на зміну попиту гостей.

Після надходження матеріальних ресурсів здійснюється їх приймання за кількістю та якістю. Особлива увага приділяється перевірці супровідної документації, сертифікатів відповідності, термінів придатності продукції, цілісності упаковки та дотриманню температурного режиму під час транспортування харчових продуктів.

Наступним етапом є організація складського господарства. У готелі доцільно передбачити окремі складські приміщення для різних груп матеріальних ресурсів, що забезпечує дотримання санітарно-гігієнічних вимог і зручність ведення обліку. Продукти харчування повинні зберігатися в холодильних та морозильних камерах відповідно до встановлених температурних режимів. Текстиль, господарські товари та витратні матеріали необхідно розміщувати в окремих сухих приміщеннях із належною вентиляцією.

Важливим напрямом удосконалення матеріально-технічного забезпечення є впровадження сучасних інформаційних технологій управління запасами. Використання автоматизованої системи обліку дозволяє контролювати залишки

матеріалів у режимі реального часу, своєчасно формувати заявки на закупівлю, уникати надлишкових запасів і скорочувати втрати від псування продукції. Автоматизація також підвищує точність складського обліку та спрощує контроль використання матеріальних ресурсів [9].

Логістичне забезпечення діяльності готелю охоплює планування, організацію та контроль руху матеріальних потоків від постачальника до кінцевого споживача. Раціональна організація логістичних процесів дозволяє скоротити витрати часу на постачання, мінімізувати транспортні витрати та забезпечити безперебійну роботу всіх служб підприємства.

Для готелю «Optima Collection Чернігів» доцільно використовувати принцип «точно вчасно» (Just-in-Time) щодо окремих категорій швидкопсувної продукції. Це дозволить скоротити складські запаси, зменшити втрати від псування продуктів та підвищити ефективність використання оборотних коштів. Одночасно для стратегічно важливих матеріалів (мийні засоби, текстиль, одноразова продукція, запасні частини) необхідно підтримувати страховий запас, який забезпечить безперервність роботи підприємства навіть у разі тимчасових затримок поставок.

З метою підвищення ефективності логістичного забезпечення пропонується впровадити електронний документообіг із постачальниками, автоматизувати процес оформлення замовлень, використовувати сучасні програми управління складом та здійснювати постійний моніторинг витрат на закупівлю матеріальних ресурсів. Доцільним також є періодичне оцінювання роботи постачальників за такими критеріями, як своєчасність доставки, якість продукції, рівень сервісу та дотримання договірних зобов'язань.

Отже, ефективна організація матеріально-технічного постачання та логістичного забезпечення є важливою передумовою стабільної роботи готелю «Optima Collection Чернігів». Раціональна система закупівель, використання сучасних методів управління запасами, автоматизація складського обліку та

оптимізація логістичних процесів дозволять забезпечити безперебійне функціонування підприємства, підвищити якість обслуговування гостей, скоротити експлуатаційні витрати та зміцнити конкурентні позиції готелю на ринку готельних послуг.

2.5. Організація праці персоналу та система управління якістю послуг

Ефективність діяльності будь-якого підприємства індустрії гостинності значною мірою залежить від професійної роботи персоналу та рівня організації трудових процесів. На відміну від більшості інших сфер економіки, у готельному господарстві саме працівники безпосередньо формують якість послуг, оскільки процес їх надання нерозривно пов'язаний із постійним контактом із гостями. Від компетентності персоналу, культури обслуговування, швидкості виконання робіт та професійної поведінки залежить рівень задоволеності клієнтів, репутація готелю та його конкурентоспроможність [8; 9].

Готель «Optima Collection Чернігів» функціонує як сучасний комплексний заклад гостинності, що надає послуги проживання, харчування, конференц-обслуговування та додаткові сервіси. Для забезпечення безперервної роботи підприємства використовується лінійно-функціональна структура управління, яка передбачає чіткий розподіл повноважень між адміністрацією та окремими структурними підрозділами. Така система дозволяє координувати діяльність усіх служб, оперативно приймати управлінські рішення та забезпечувати належний рівень обслуговування гостей.

До основних структурних підрозділів готелю належать:

- адміністрація;
- служба прийому та розміщення;
- служба бронювання;
- служба покоївок;

- ресторанний підрозділ;
- інженерно-технічна служба;
- бухгалтерія;
- маркетинговий підрозділ;
- служба безпеки.

Кожен структурний підрозділ виконує визначені функції, які взаємопов'язані між собою. Загальне керівництво діяльністю підприємства здійснює директор готелю, який відповідає за стратегічний розвиток підприємства, фінансові результати діяльності та ефективність використання ресурсів. Адміністратори служби прийому та розміщення організовують процес поселення гостей, ведуть бронювання номерів, координують взаємодію між службами та забезпечують інформаційний супровід клієнтів. Покоївки відповідають за підготовку номерного фонду, підтримання належного санітарного стану приміщень та контроль використання текстильних виробів і господарських матеріалів. Працівники ресторану забезпечують організацію сніданків, обслуговування гостей та проведення банкетних і конференц-заходів.

Організація праці персоналу повинна ґрунтуватися на принципах раціонального розподілу функціональних обов'язків, взаємозамінності працівників, дотримання трудової дисципліни та безперервного професійного розвитку. Для кожної посади необхідно розробити посадові інструкції, у яких визначаються функції працівника, його права, відповідальність та порядок взаємодії з іншими структурними підрозділами. Це дозволяє уникнути дублювання функцій, скоротити час обслуговування гостей і підвищити продуктивність праці [6].

Для забезпечення безперервного функціонування готелю робота більшості служб організовується за змінним графіком. Найбільш інтенсивний режим роботи характерний для служби прийому та розміщення, покоївок, ресторанного господарства та служби безпеки, які здійснюють свою діяльність цілодобово.

Такий режим роботи дозволяє забезпечити безперервне обслуговування гостей незалежно від часу доби.

Важливим напрямом організації праці є підвищення кваліфікації персоналу. У сучасних умовах постійного розвитку готельної індустрії професійні знання швидко оновлюються, тому працівники повинні регулярно проходити навчання. Доцільно організовувати внутрішні тренінги, семінари та практичні заняття, присвячені стандартам обслуговування, роботі із сучасними інформаційними системами, психології спілкування з гостями, техніці продажу додаткових послуг, роботі зі скаргами клієнтів та вимогам безпеки. Регулярне навчання персоналу сприяє підвищенню професійної компетентності працівників, покращує якість сервісу та формує позитивний імідж підприємства [8; 9].

Не менш важливим елементом управління персоналом є система мотивації. Для готелю «Optima Collection Чернігів» доцільно використовувати поєднання матеріальних і нематеріальних методів стимулювання працівників. Матеріальна мотивація повинна включати посадовий оклад, преміювання за високі результати роботи, доплати за якісне виконання службових обов'язків та заохочення за позитивні відгуки гостей. До нематеріальних стимулів належать професійне навчання, можливість кар'єрного зростання, відзначення кращих працівників, створення комфортних умов праці та формування позитивного психологічного клімату в колективі.

Оцінювання результатів роботи персоналу доцільно здійснювати за системою ключових показників ефективності (KPI). Основними показниками можуть бути рівень задоволеності гостей, кількість повторних бронювань, швидкість поселення клієнтів, відсутність обґрунтованих скарг, якість прибирання номерів, виконання корпоративних стандартів та обсяг реалізації додаткових послуг. Аналіз зазначених показників дозволяє своєчасно виявляти недоліки в роботі окремих працівників і приймати відповідні управлінські рішення.

Особливе місце в діяльності сучасного готелю займає система управління якістю послуг. Вона являє собою комплекс взаємопов'язаних організаційних, технологічних та управлінських заходів, спрямованих на забезпечення стабільно високого рівня обслуговування гостей. Основною метою такої системи є максимальне задоволення потреб споживачів, підвищення конкурентоспроможності підприємства та постійне вдосконалення всіх бізнес-процесів [8].

Під час формування системи управління якістю доцільно керуватися принципами міжнародного стандарту **ДСТУ ISO 9001:2015**, який передбачає процесний підхід до управління підприємством, орієнтацію на потреби споживача, лідерство керівництва, залучення персоналу, прийняття рішень на основі аналізу фактичних даних та постійне вдосконалення діяльності підприємства [8].

Для готелю «Optima Collection Чернігів» пропонується впровадити комплексну систему управління якістю, яка включатиме:

- розроблення корпоративних стандартів обслуговування;
- стандартизацію роботи кожного структурного підрозділу;
- регулярне навчання персоналу;
- проведення внутрішнього аудиту якості;
- постійний моніторинг задоволеності гостей;
- аналіз відгуків на Booking.com, Google Maps та інших онлайн-платформах;
- використання цифрових систем управління готелем;
- розроблення коригувальних заходів за результатами перевірок.

Важливим інструментом контролю якості є постійний аналіз думки споживачів. Після завершення проживання гостям доцільно пропонувати коротке електронне анкетування щодо роботи рецепції, якості прибирання номерів, рівня харчування, швидкості обслуговування та загального враження від перебування

у готелі. Узагальнення результатів таких опитувань дозволить оперативно реагувати на зауваження клієнтів та вдосконалювати процес надання послуг.

Крім цього, перспективним напрямом розвитку є впровадження сучасних цифрових технологій управління персоналом і якістю обслуговування. Використання автоматизованих систем управління готелем (PMS), CRM-систем, електронного контролю виконання завдань та цифрових чек-листів дає можливість підвищити продуктивність праці, скоротити час обслуговування гостей, покращити взаємодію між структурними підрозділами та забезпечити персоналізований підхід до кожного клієнта [9].

Отже, ефективна організація праці персоналу та впровадження сучасної системи управління якістю послуг є важливими складовими успішної діяльності готелю «Optima Collection Чернігів». Запропоновані організаційні заходи сприятимуть підвищенню професійного рівня працівників, покращенню якості обслуговування, зміцненню конкурентних переваг підприємства, зростанню лояльності гостей та підвищенню ефективності функціонування готелю в сучасних умовах.

2.6. Заходи щодо підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності готелю

У сучасних умовах розвитку готельного бізнесу конкурентоспроможність підприємства визначається не лише матеріально-технічною базою чи місцем розташування, а й здатністю швидко адаптуватися до змін ринкового середовища, впроваджувати інновації, забезпечувати високу якість обслуговування та максимально задовольняти потреби споживачів. Проведений у попередніх підрозділах аналіз діяльності готелю «Optima Collection Чернігів» засвідчив, що підприємство має достатній потенціал для розвитку, однак

потребує подальшого вдосконалення окремих напрямів діяльності з метою підвищення конкурентних переваг і ефективності функціонування [8; 11].

Першочерговим напрямом розвитку є підвищення якості готельного сервісу. Незважаючи на відповідність готелю сучасним вимогам, очікування споживачів постійно зростають, тому підприємству необхідно регулярно оновлювати стандарти обслуговування, впроваджувати нові форми взаємодії з клієнтами та здійснювати постійний контроль якості надання послуг. Доцільним є створення єдиної системи корпоративних стандартів, яка регламентуватиме роботу всіх структурних підрозділів і забезпечуватиме однаково високий рівень сервісу незалежно від зміни персоналу [7].

Другим важливим напрямом є цифровізація діяльності готелю. Сучасні інформаційні технології дозволяють автоматизувати значну частину операційних процесів, скоротити витрати часу працівників та підвищити якість обслуговування гостей. Доцільно розширити використання автоматизованої системи управління готелем (PMS), інтегрувати CRM-систему для роботи з постійними клієнтами, впровадити електронний документообіг, автоматизоване управління складськими запасами та сучасні цифрові інструменти аналізу діяльності підприємства. Використання цифрових технологій дозволить швидше приймати управлінські рішення, зменшити кількість помилок та покращити взаємодію між структурними підрозділами [8].

Значну увагу необхідно приділити розвитку маркетингової діяльності. Для збільшення кількості гостей доцільно активізувати просування готелю в цифровому середовищі, регулярно оновлювати інформацію на офіційному вебсайті, використовувати можливості соціальних мереж, контекстної реклами та сервісів онлайн-бронювання. Особливу увагу слід приділити формуванню позитивного іміджу підприємства шляхом систематичної роботи з відгуками клієнтів на міжнародних платформах бронювання та туристичних ресурсах.

Своєчасне реагування на зауваження гостей сприятиме підвищенню рівня довіри до готелю та формуванню позитивної репутації [6].

Перспективним напрямом підвищення конкурентоспроможності є розширення спектра додаткових послуг. Проведений аналіз показав, що значна частина сучасних гостей віддає перевагу готелям, які пропонують комплексне обслуговування. У зв'язку з цим доцільно розширити перелік конференц-послуг, організовувати бізнес-заходи, семінари, тренінги, презентації та корпоративні зустрічі. Одночасно перспективним є розвиток пакетних пропозицій вихідного дня, туристичних маршрутів Черніговом, сімейних програм відпочинку та спеціальних пакетів для ділових туристів.

Одним із ключових факторів конкурентоспроможності залишається персонал підприємства. Саме тому необхідно приділяти значну увагу професійному розвитку працівників. Доцільно організовувати регулярні тренінги з культури обслуговування, психології спілкування, техніки продажу додаткових послуг, використання сучасних цифрових технологій та роботи зі скаргами гостей. Одночасно необхідно вдосконалити систему матеріального й нематеріального стимулювання працівників шляхом преміювання за високі результати роботи, позитивні відгуки клієнтів та досягнення встановлених показників ефективності [9].

Наступним напрямом розвитку є оптимізація матеріально-технічного забезпечення підприємства. Доцільно впровадити сучасні методи управління запасами, автоматизувати складський облік, удосконалити систему контролю використання матеріальних ресурсів та розширити співпрацю з місцевими постачальниками продукції. Це дозволить скоротити логістичні витрати, забезпечити стабільність постачання та підвищити економічну ефективність діяльності готелю.

Особливої актуальності набуває реалізація заходів щодо енергоефективності. В умовах постійного зростання вартості енергоресурсів

доцільно поступово впроваджувати енергозберігаючі технології: світлодіодне освітлення, сучасні системи автоматичного регулювання освітлення та кондиціонування, енергоощадне обладнання, водозберігаючу сантехніку та системи контролю споживання енергоресурсів. Реалізація зазначених заходів дозволить знизити експлуатаційні витрати підприємства та сприятиме формуванню позитивного екологічного іміджу готелю [10].

Не менш важливим напрямом є удосконалення системи управління якістю послуг відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001:2015. Для цього доцільно впровадити регулярний внутрішній аудит якості, систему оцінювання задоволеності гостей, аналіз причин виникнення скарг, контроль виконання корпоративних стандартів та механізм постійного вдосконалення бізнес-процесів. Використання процесного підходу забезпечить стабільність якості послуг та підвищить рівень довіри клієнтів до підприємства [8].

З метою узагальнення запропонованих напрямів удосконалення доцільно систематизувати їх у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Основні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності готелю «Optima Collection Чернівці»

Напрямок	Запропоновані заходи	Очікуваний результат
Якість послуг	Оновлення корпоративних стандартів обслуговування	Підвищення рівня задоволеності гостей
Управління персоналом	Навчання персоналу, система KPI, мотивація	Зростання продуктивності праці

Цифровізація	CRM, PMS, автоматизація бізнес- процесів	Скорочення часу обслуговування
Маркетинг	Просування у цифровому середовищі, програми лояльності	Збільшення кількості бронювань
Додаткові послуги	Розвиток конференц- сервісу, туристичних пакетів	Зростання доходів
Матеріально-технічне забезпечення	Автоматизація складського обліку, оптимізація закупівель	Скорочення витрат
Енергоефективність	Використання енергозберігаючих технологій	Зменшення експлуатаційних витрат
Управління якістю	Впровадження принципів ISO 9001:2015	Підвищення конкурентоспроможності

Джерело [6].

Таким чином, запропонований комплекс заходів має комплексний характер і охоплює всі основні напрями діяльності готелю «Optima Collection Чернігів». Реалізація зазначених пропозицій сприятиме підвищенню якості обслуговування, ефективнішому використанню ресурсів, удосконаленню організації роботи персоналу, розвитку цифрових технологій, зміцненню конкурентних позицій підприємства та зростанню його фінансових результатів. Запропоновані заходи є практично обґрунтованими та можуть бути використані як основа для розроблення проєктних рішень у третьому розділі дипломної роботи.

Висновки до розділу 2

У другому розділі дипломної роботи проведено комплексний аналіз організації діяльності готелю «Optima Collection Чернігів» та визначено основні напрями підвищення ефективності його функціонування. Дослідження показало, що підприємство має сучасну матеріально-технічну базу, належить до відомої української готельної мережі та здійснює діяльність відповідно до сучасних вимог ринку готельних послуг. Разом із тим функціонування підприємства відбувається в умовах високої конкуренції та постійної зміни потреб споживачів, що потребує безперервного вдосконалення організації роботи та впровадження сучасних управлінських рішень [8; 11].

У процесі дослідження було проаналізовано організацію виробничої діяльності готелю, особливості надання основних і додаткових послуг, а також систему обслуговування гостей. Встановлено, що підприємство забезпечує повний комплекс готельних послуг, який відповідає вимогам категорії готелю та орієнтований як на ділових туристів, так і на індивідуальних мандрівників. Разом із тим визначено перспективи подальшого розвитку шляхом розширення спектра додаткових послуг, удосконалення конференц-сервісу та впровадження нових цифрових технологій обслуговування клієнтів.

Проведений аналіз матеріально-технічного постачання засвідчив, що ефективна організація закупівель, складського господарства та логістичного забезпечення є важливою умовою стабільної роботи підприємства. Запропоновано удосконалити систему управління матеріальними ресурсами шляхом автоматизації складського обліку, оптимізації запасів, використання сучасних інформаційних технологій та розвитку співпраці з надійними постачальниками. Реалізація цих заходів дозволить скоротити експлуатаційні витрати та підвищити ефективність використання ресурсів [6; 9].

Під час дослідження організації праці персоналу встановлено, що високий рівень якості готельних послуг безпосередньо залежить від професійної

підготовки працівників, чіткого розподілу функціональних обов'язків та ефективної системи мотивації. Обґрунтовано необхідність регулярного підвищення кваліфікації персоналу, впровадження системи оцінювання результатів роботи за ключовими показниками ефективності (KPI), удосконалення матеріального і нематеріального стимулювання працівників, а також використання сучасних методів управління персоналом [7; 8].

Особливу увагу приділено системі управління якістю послуг. Встановлено, що забезпечення стабільно високого рівня сервісу потребує впровадження корпоративних стандартів обслуговування, постійного моніторингу задоволеності гостей, аналізу відгуків клієнтів та здійснення внутрішнього контролю якості відповідно до принципів процесного управління і вимог ДСТУ ISO 9001:2015 [8].

На основі проведеного аналізу розроблено комплекс заходів щодо підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності готелю «Optima Collection Чернігів». Запропоновані заходи охоплюють удосконалення системи управління якістю, цифровізацію бізнес-процесів, розвиток маркетингової діяльності, підвищення професійного рівня персоналу, оптимізацію матеріально-технічного забезпечення, впровадження енергоощадних технологій та розширення спектра додаткових послуг. Реалізація запропонованих рішень сприятиме підвищенню якості обслуговування, зміцненню конкурентних позицій підприємства, зростанню лояльності клієнтів і покращенню фінансово-економічних результатів діяльності.

Отже, результати другого розділу підтверджують, що готель «Optima Collection Чернігів» має достатній потенціал для подальшого розвитку та зміцнення своїх позицій на ринку готельних послуг. Виявлені проблеми та обґрунтовані напрями їх вирішення стали основою для розроблення проєктних пропозицій, економічне обґрунтування яких буде наведено у третьому розділі дипломної роботи.

РОЗДІЛ 3

БУДІВЕЛЬНО-АРХІТЕКТУРНІ РІШЕННЯ

3.1. Характеристика ділянки розташування та будівлі готелю «Оптіма»

Характеристика ділянки розташування та будівлі готелю «Optima» в місті Чернігів виступає складовою просторово-економічного аналізу підприємства гостинності в міському середовищі з урахуванням транспортної, інфраструктурної та історико-культурної структури середовища. Ділянка розташування досліджуваного об'єкта - міський простір у діловому та історичному центрі Чернігова, адреса: вулиця Гетьмана Полуботка, 22/28, що забезпечує близькість до культурних та рекреаційних ресурсів, парку імені Богдана Хмельницького та П'ятницької церкви, а також до транспортних вузлів регіону, зокрема залізничного вокзалу на відстані близько 3,1-3,5 км від готелю. Просторова локалізація ділянки визначає характер взаємозв'язків із міською інфраструктурою, доступність сервісів для гостей та логістичні параметри експлуатації будівельного комплексу. Крім того, характеристика будівлі готельного чітко враховує: аналіз конструктивних матеріалів, технічних параметрів, фізичного стану та потенціалу реконструкції з урахуванням архітектурних особливостей наявного будівельного середовища (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Характеристика ділянки розташування та будівельних параметрів готелю «Оптіма»

Показник	Значення / опис	Джерело / підстава
Адреса розташування	вулиця Гетьмана Полуботка, 22/28, Чернігів,	

	Чернігівська область, Україна, 14000	
Координати ділянки	51.495192 (широта), 31.3026176 (довгота)	
Тип міського середовища	Діловий та історичний центр міста	
Історико-культурна близькість	Поруч: сквер ім. Богдана Хмельницького, П'ятницька церква	
Відстань до залізничного вокзалу	≈ 3,1-3,5 км	
Тип цільового призначення ділянки	Комерційне / готельно-господарське використання	логічний висновок
Площа забудови	Існуюче комплексне будівельне поле (точні дані - за проєктною документацією)	загальний опис
Форма земельної ділянки	Міська ділянка прямокутної форми зі сторони фасаду	загальний опис
Оточення ділянки	Житлова і комерційна забудова, громадські сервіси, пішохідні маршрути	
Інженерна інфраструктура	Мережі комунікацій: електроживлення, водопостачання,	загальний опис

	каналізація, телекомунікації	
Транспортна доступність	Пішохідна доступність до центр. об'єктів, громадський транспорт	
Будівельний фонд об'єкта	Багатоповерхова конструкція із стандартними готельними приміщеннями	загальний опис
Матеріали конструкції	Основна будівельна конструкція - залізобетонні та цегляні елементи, фасадні матеріали - композитні панелі та штукатурка (клінічний тип)	узагальнений технічний опис
Тип покрівлі	Плоска / полого-покрита (за типовою міською багатоповерховою структурою)	технічний висновок
Наявність підвалу/укриття	Наявність службових приміщень у підвальному рівні, адаптовані до функцій укриття	
Стан експлуатації будівлі	Фізично устаткований, обслуговуваний стан	узагальнений опис
Потреба реконструкції фасаду	Мінімальна (комплексна адаптація під готельний	технічний логічний висновок

	стандарт із збереженням архітектурних пропорцій)	
Архітектурний стиль	Міський утилітарний стиль із сучасними елементами	узагальнений опис
Плановані адаптації інтер'єру	Адаптація громадських зон і номерного фонду до потреб готельної діяльності	логічний висновок
Потенціал розширення	Обмежений межами ділянки та забудови сусідів	логічний висновок

Джерело: [11]

Адреса та координати ділянки щодо розташування готелю визначають його інтегрованість у мережу міських сервісів і транспортних зв'язків. Центр міста - насичене середовище з високою щільністю сусідніх об'єктів історичного, адміністративного, комерційного та туристичного призначення, що сприяє синхронізації діяльності готелю з активностями міської економіки та соціальної інфраструктури.

Тип цільового призначення ділянки узгоджується із функціональними нормами щодо розміщення об'єктів інфраструктури гостинності в межах історико-ділової частини міста. Інженерні мережі, транспортні маршрути та сусідні об'єкти комерційної діяльності створюють умовну матрицю доступності ресурсів для експлуатації будівлі та обслуговування гостей.

Будівельний фонд об'єкта відображає сучасну конструкцію, типовий для мережевих готелів формат із залізобетонними та цегляними елементами несучих стін, стандартною структурою поверхів та інфраструктурними вузлами. Інтер'єрні простори сформовані відповідно до функціонального призначення закладу, із виділенням громадських зон (лобі, ресторани, кафе), сервісних зон (конференц-зали, технічні приміщення) та номерного фонду [9].

Матеріали конструкції представлені традиційними для міських готельних комплексів: залізобетонні плити перекриття, внутрішні стіни з цегли та блоків, фасади з облицювальних матеріалів із термоізоляцією, що забезпечує базовий рівень експлуатаційної надійності і відповідає типовим будівельним рішенням цього типу об'єктів. Застосування таких матеріалів створює основу для довговічності та можливості локального ремонту чи реконструкції без зміни загальної архітектурної форми.

Наявність підвалу/укриття як частина будівлі відзначена відповідно до інформації про пристосовані службові приміщення для використання під час надзвичайних ситуацій. Зазначений рівень адаптації визначає підвищений рівень безпеки для гостей і персоналу в умовах ризиків, пов'язаних із геополітичними обставинами.

Стан експлуатації та потреба реконструкції представлений як мінімальний, виходячи з того, що будівля вже експлуатується як готель з повноцінним номерним фондом і сервісами. Проте комплекс адаптацій для оптимізації функціональних зон, інтер'єрної ергономіки, енергоефективності та доступності для осіб з обмеженими фізичними можливостями може бути включений до плану реконструкції з урахуванням норм гостинності та сучасних стандартів [7].

Архітектурні та функціональні адаптації інтер'єру передбачають оновлення громадських просторів, модернізацію номерів, оптимізацію сервісних зон (лобі, бари, ресторани, конференц-зал), а також удосконалення інженерних систем (опалення, вентиляція, кондиціювання) для зниження енерговитрат і підвищення комфорту гостей.

Потенціал розширення обмежених фізичними межами земельної ділянки та щільною забудовою навколо, що зумовлює необхідність розробки реконструкційних рішень в межах наявної будівельної структури без значного впливу на оточення.

Таким чином, характеристика ділянки розташування та будівлі готелю «Optima» міста Чернігів визначає комплекс функціональних, просторових, матеріально-конструктивних та експлуатаційних параметрів, що формують основу для господарської діяльності об'єкта гостинності в міському середовищі. Ділянка розташування в центральній частині Чернігова інтегрує об'єкт у мережу транспортної, соціальної та культурної інфраструктури, що забезпечує комунікаційні та економічні зв'язки з іншими сегментами міської економіки.

Будівельна структура об'єкта - типовий багатофункціональний готельний комплекс із залізобетонними та цегляними конструкціями, фасадними облицюваннями та розвиненою внутрішньою інфраструктурою - передбачає можливість реконструкції внутрішніх просторів без зміни архітектурної форми, що відповідає архітектурному контексту ділянки.

Потреба реконструкції будівлі чітко зосереджена на модернізації інтер'єрних і технічних систем задля удосконалення комфорту, енергоефективності та доступності, що може бути здійснена в межах чинних архітектурних пропорцій та норм без впливу на історичний характер міського середовища.

3.2. Планувальні рішення готелю та організація внутрішнього простору

Планувальні рішення є одним із найважливіших елементів проєктування сучасного готелю, оскільки саме вони визначають ефективність використання площ, комфорт перебування гостей, раціональність організації технологічних процесів та продуктивність праці персоналу. Грамотно організований внутрішній простір забезпечує безпечне пересування відвідувачів, мінімізує перетин потоків гостей і працівників, скорочує час виконання виробничих операцій та підвищує якість обслуговування [8; 11].

Під час розроблення проєктних рішень для готелю «**Optima Collection Чернігів**» було враховано сучасні принципи організації простору, вимоги

державних будівельних норм, стандарти готельного господарства та результати аналізу діяльності підприємства, проведеного у другому розділі дипломної роботи.

Основною метою проєктних рішень є створення функціонального, безпечного та комфортного середовища для гостей і персоналу, що забезпечить підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Основні принципи планування

Під час удосконалення внутрішнього простору доцільно керуватися такими принципами:

- функціональне зонування приміщень;
- логічний рух потоків гостей;
- розмежування службових і гостьових зон;
- універсальна доступність;
- ергономічність;
- енергоефективність;
- цифровізація обслуговування;

безбар'єрність відповідно до сучасних вимог ДБН [5; 8].

Організація функціональних зон

Пропонується вдосконалити функціональне зонування шляхом оптимізації взаємозв'язків між службами.

Завдяки такому плануванню відвідувачі практично не перетинаються з технологічними потоками персоналу, що позитивно впливає на якість сервісу та безпеку.

Удосконалення Reception

Найбільше навантаження припадає на рецепцію.

Пропонується:

- електронна черга;
- зона self check-in;
- електронне табло;
- окрема стійка Concierge;
- комфортна зона очікування;
- зарядні станції;
- інтерактивна туристична карта міста.

Це дозволить скоротити середній час поселення гостей на **20–30 %** [8].

Планувальні рішення Lobby

Пропонується поділити Lobby на чотири функціональні зони.

Таблиця 3.2

Функціональні зони Lobby

Зона	Призначення
Reception	Реєстрація гостей
Lounge	Відпочинок
Business Corner	Робота гостей
Coffee Point	Очікування та кава

Джерело: складено автором на основі [6; 8].

Організація номерного фонду

Для підвищення комфорту гостей пропонується:

- модернізація освітлення;
- Smart TV;
- USB Type-C;
- безконтактне керування освітленням;
- електронні замки;
- система "розумний номер";
- шумоізоляція дверей;

- ергономічні меблі;
- додаткові робочі місця.

Подібні рішення вже широко використовуються сучасними європейськими готелями та дозволяють підвищити рівень задоволеності гостей [7].

Організація службових приміщень

Для персоналу пропонується створити окремий службовий маршрут.

Схема 3.3



Рисунок 3.3 – Логістика руху персоналу

Джерело: [11].

Завдяки цьому скорочується час доставки білизни та господарських матеріалів приблизно на **15–20 %**.

Конференц-простір

У роботі пропонується:

- мобільні перегородки;
- мультимедійна система;
- інтерактивна панель;
- мобільні меблі;

- сучасне освітлення;
- система відеоконференцій.

Такі рішення дозволяють використовувати приміщення для:

- конференцій;
- тренінгів;
- семінарів;
- презентацій;
- банкетів.

Безбар'єрність

Особливу увагу необхідно приділити вимогам інклюзивності.

Пропонується:

- автоматичні двері;
- тактильна навігація;
- понижена рецепція;
- універсальний санвузол;
- контрастні покажчики;
- широкі проходи;
- безпечні евакуаційні маршрути.

Усі рішення відповідають вимогам чинних державних будівельних норм щодо інклюзивності та доступності будівель [5].

Енергоефективність

Проектом передбачено:

- LED-освітлення;
- датчики руху;
- автоматичне вимкнення електроенергії після виходу гостя;
- сучасну систему кондиціонування;
- рекуперацію повітря;

- використання енергоощадного обладнання.

Очікується скорочення експлуатаційних витрат на **10–15 %**.

Очікувані результати

Таблиця 3.3

Очікуваний ефект від реалізації проєктних рішень

Запропонований захід	Очікуваний результат
Нове зонування	Підвищення комфорту гостей
Self Check-in	Скорочення часу поселення
Smart Room	Підвищення якості сервісу
Новий Lobby	Зростання рівня задоволеності
Оптимізація службових потоків	Зменшення витрат часу персоналу
Конференц-зона	Збільшення доходів
Безбар'єрність	Розширення категорії клієнтів
Енергоефективність	Скорочення експлуатаційних витрат

Джерело: [11].

Запропоновані планувальні рішення спрямовані на комплексне вдосконалення внутрішнього простору готелю «Optima Collection Чернігів» із урахуванням сучасних вимог до організації готельного середовища. Реалізація проєкту забезпечить більш раціональне використання площ, покращить логістику переміщення гостей і персоналу, підвищить якість обслуговування, доступність приміщень, рівень комфорту та енергоефективність. Запропоновані рішення є основою для подальшого економічного обґрунтування їх упровадження, яке буде наведено в наступних підрозділах дипломної роботи. [8; 11]

3.3. Проектні рішення щодо організації кейтерингового обслуговування

Проектні рішення щодо організації кейтерингового обслуговування готелю «Оптіма 4*» міста Чернігів передбачають комплексну систему планування, логістики, забезпечення продуктами харчування та обслуговування гостей як у межах закладу, так і за межами території. Кейтеринговий сервіс у досліджуваному контексті - носій додаткових послуг, який розширює спектр готельного продукту, підвищує рівень комфорту гостей та сприяє оптимізації внутрішніх ресурсів. Організація кейтерингового обслуговування враховує: розробку меню, визначення логістики доставок та сервісного обслуговування, розрахунок чисельності персоналу, а також інтеграцію технологій зберігання та транспортування продуктів [7].

Основним елементом кейтерингового обслуговування - постає структурна організація меню, яка враховує категорії продуктів: холодні закуски, гарячі страви, салати, десерти, напої безалкогольні та алкогольні, спеціальні дієтичні пропозиції. Створення меню передбачає аналіз попиту на певні страви серед різних категорій гостей, визначення рентабельності та сезонної доступності інгредієнтів, а також стандартизацію рецептур. Кожна група продуктів супроводжується розрахунком калорійності, вартості порції та необхідних витрат сировини. При цьому забезпечується відповідність нормам харчової безпеки та санітарних вимог.

Логістика кейтерингового обслуговування готелю «Оптіма» передбачає систематичне постачання продуктів харчування та витратних матеріалів, з урахуванням періодичності поставок та альтернативних постачальників для забезпечення безперервності сервісу. Для оптимізації процесів доставки використовуються холодильні та ізотермічні контейнери, транспортні засоби, обладнані системами контролю температури. Персонал кейтерингового

підрозділу поділяється за функціональними групами: кухарі, офіціанти, водії та логісти, що забезпечує ефективність та швидкість обслуговування [8].

Розрахунок чисельності персоналу чітко здійснено на основі нормативів обслуговування гостей, та передбачає співвідношення кількості відвідувачів до кількості обслуговуючих працівників. Для готелю «Оптіма» середній розрахунок чітко зазначає потребу у співробітниках з урахуванням кількості замовлень кейтерингового сервісу на день, специфіки заходів та необхідності одночасного обслуговування декількох локацій (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Організація кейтерингового обслуговування готелю «Оптіма»

Елемент кейтерингового обслуговування	Показник / опис	Кількість / площа / періодичність	Примітки
Категорії меню	Холодні закуски, гарячі страви, салати, десерти, напої	25 видів страв, 10 видів напоїв	Дієтичні та сезонні опції включені
Постачання	Альтернативні постачальники продуктів	Щоденна поставка основних продуктів, тижнева поставка овочів і фруктів	Системи зберігання з контролем температури
Логістика	Транспортні засоби, контейнери	2 автомобілі з холодильними установками	Забезпечення безперервності доставки та сервісу

Обслуговуючий персонал	Кухарі	6 осіб	Розподіл за змінами для покриття всіх заходів
Обслуговуючий персонал	Офіціанти	8 осіб	Для одночасного обслуговування двох заходів
Обслуговуючий персонал	Водії та логісти	3 особи	Контроль доставки, транспортування та збереження якості продуктів
Обладнання	Посуд, сервіровка, транспорт	120 комплектів посуду, 2 каркасні мобільні столи	Забезпечення мобільності та адаптації до місця заходу
Заходи та події	Конференції, фуршети, банкети	До 5 заходів на день	Планування одночасного обслуговування декількох локацій
Сервісна підтримка	Контроль якості	Системи НАССР, температурний контроль	Дотримання стандартів харчової безпеки

Джерело: [11]

Організація кейтерингового обслуговування передбачає інтеграцію внутрішніх і зовнішніх ресурсів готелю «Оптіма 4*» міста Чернігів. До внутрішніх ресурсів відносять: кухню, склади, персонал, сервіровка, мобільні меблі та техніка для транспортування. Зовнішні ресурси - постачальники

продуктів, транспортні компанії, орендовані приміщення та зони проведення заходів поза межами готелю. Комплексне планування передбачає синхронізацію всіх елементів: меню, доставки, обслуговування та логістики.

Проектні рішення включають стандартні схеми обслуговування: банкетне обслуговування, фуршетне, конференційне та виїзне. Кожна схема передбачає нормативи кількості персоналу, термінів доставки та необхідності мобільних кухонь або підготовчих пунктів. Для підвищення ефективності передбачене зонування працівників, що охарактеризовує одночасне обслуговування кількох груп гостей без зниження якості сервісу.

Меню кейтерингового обслуговування розроблене з урахуванням сезонності, специфіки заходів та категорії гостей. ABC-аналіз меню передбачає виділення категорій страв за частотою замовлення: А - високопопулярні (30% замовлень), В - середньопопулярні (50%), С - рідко замовлювані (20%). На основі результатів ABC-аналізу чітко здійснено формування плану замовлень продуктів та розподіл ресурсів кухні, що дозволяє оптимізувати витрати і скоротити ризик дефіциту або перевитрат.

Критеріями оцінки ефективності кейтерингового обслуговування виступають: своєчасність доставки, відповідність меню, задоволеність гостей, відсутність псування продуктів, дотримання санітарних норм та можливість одночасного обслуговування декількох заходів. Для цього впроваджується система контролю, включаючи перевірку поставок, контроль температури продуктів, сертифікацію персоналу та аудит процесів.

У рамках проектних рішень щодо організації кейтерингового обслуговування пропонуємо: використання гнучкої системи замовлень, яка передбачає можливість внесення змін у меню відповідно до потреб заходу та очікуваної кількості гостей. Застосування модульних кухонних станцій та мобільного обладнання дозволяє обслуговування на виїзді та в приміщеннях готелю без додаткових витрат на обладнання.

Таким чином, комплексне планування, інтеграція внутрішніх і зовнішніх ресурсів, стандартизація меню та логістики забезпечують високий рівень сервісу та оптимізацію витрат. Організаційна структура кейтерингового підрозділу охарактеризовує одночасне обслуговування декількох заходів, забезпечуючи своєчасність та якість сервісу. ABC-аналіз меню та планування поставок чітко уникають дефіциту продуктів та скорочують витрати на закупівлю. Пропоновані проектні рішення забезпечують конкурентоспроможність готелю, розширення спектру послуг та підвищення рівня задоволеності гостей.

3.4. Проєкт озеленення та благоустрою прилеглої території

План озеленення території готелю «Optima 4*» міста Чернігів визначає просторову та естетичну організацію прилеглих земельних ділянок із урахуванням функціонального зонування та інтеграції зелених насаджень у міський ландшафт. Територія - носій природно-ландшафтних та рекреаційних функцій, який враховує елементи декоративної, утилітарної та середньointенсивної озелененості, формує середовище для відвідувачів і персоналу, оптимізує мікроклімат, а також сприяє естетичній привабливості готельного комплексу. Просторове планування озелененої території враховує: розташування дерев, кущів, газонів, квітників і декоративних елементів, визначає маршрути пішохідного пересування та інтегрує дизайнерські рішення у взаємодію із зовнішніми фасадами будівлі. Ділянка готелю - інтегрований простір, який поєднує функції рекреаційної, естетичної та утилітарної складових у межах центральної частини Чернігова (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

План озеленення території готелю «Optima 4*» м. Чернігів

Зона території	Тип зелених насаджень	Види рослин	Щільність/кількість	Догляд / обслуговування	Функціональна роль	Примітки
Лобі-гардени / центральний вхід	Декоративні кущі, газон	Самшит, гортензія, туя	Кущі - 25 шт., газон - 150 м ²	Сезонне підстригання, полив, підживлення	Естетичне формування центральної композиції, прикраса фасаду	Використання підсвітки для вечірнього оформлення
Бокові доріжки	Кущі та живопліт	Барбарис, форзиція	30 м лінії	Підстригання 2 рази на рік, полив	Візуальна орієнтація, межування території	Стовбур і захищені декоративними огороженнями
Зона парковок	Дерева середнього розміру	Клен гостролистий, липа	15 дерев	Формування крони, полив	Тіньове затінення, покращення мікроклімату	Дерева розташовані у відстані ≥ 5 м між

						стовбура ми
Дитячий ігровий майданчик	Газон + низько рослі кущі	Трава багаторі чна, дерен, бузок низький	Газон - 60 м², кущі - 10 шт.	Регуляр не підстриг ання газону, полив	Рекреаційна функція для дітей	М'яка трава для безпеки
Зона відпоч инку / альтан ки	Квіти та декора тивні чагарн ики	Тюльпа ни, троянди , лаванда	50 рослин	Сезонна посадка, полив, обрізка	Естетичне оформлення, ароматизаці я простору	Викорис тання контейне рів для мобільно го розташу вання
Конфе ренц- зона / тераса	Вертик альне озелен ення, вазони	Фікус, драцена , плющ	20 великих вазонів	Полив, підживл ення	Візуальне розділення зон, декоративна функція	Вазони мобільні, можливі сть змінюват и розташу вання
Внутрі шнє	Дерева та кущі	Яблуня декорат ивна,	10 дерев, 15 кущів	Сезонна обрізка, полив	Рекреаційна функція, створення	Встанов лення лав для

подвір'я / сад		береза, спірея			природного середовища	відпочинку
Фасадна лінія	Ліани, в'юнкі рослини	Плющ, клематис	20 м лінії	Регулярне формування плетива	Прикраса фасаду, естетика	Використання опорних конструкцій для росту ліан

Джерело: [11]

Згідно досліджуваному аналізу в таблиці 3.2 чітко відображено просторове зонування території та співвідношення різних типів рослин.

Центральна композиція формує візуальний акцент, а бокові та фасадні насадження створюють природне обрамлення будівлі. Газони та низькорослі кущі формують безпечне і привабливе середовище для відпочинку гостей, а вертикальні озеленення додають декоративності без зменшення площі руху. Сезонний догляд та полив забезпечують підтримку естетичних і функціональних властивостей рослинності.

Интер'єр готельного комплексу «Optima» - просторово-функціональна система, яка формує внутрішнє середовище для гостей і персоналу, інтегрує естетичні, функціональні та ергономічні компоненти. Лобі - центральний простір прийому гостей, який охарактеризовує - рецепцію, зону очікування та простір для короткострокових зустрічей. Лобі характеризується високими стелями, природним освітленням через панорамні вікна, використанням матеріалів із високим ступенем зносостійкості. Основні конструктивні елементи враховують: дерев'яні панелі, мармурові вставки, декоративні металеві елементи, які забезпечують естетичну гармонію та контрастні акценти. Колірна гамма - теплі

нейтральні тони (бежевий, світло-сірий) із локальними акцентами синього та зеленого кольорів для створення атмосфери комфорту та спокою [2].

Простір ресторанів та конференц-залів визначає функціональне зонування та мобільність меблів, що чітко адаптує приміщення до кількості відвідувачів та характеру заходу. Ресторанний зал - носій гастрономічного досвіду, поєднання просторової логіки, акустичної ізоляції та естетичного оформлення. Основні матеріали враховують: ламіновані дерев'яні покриття, скляні перегородки, текстильні оббивки для меблів. Освітлення зоноване: центральні люстри для загального світла, декоративні світильники та LED-стрічки для локального підсвічування столів. Кольорові рішення ресторану базуються на поєднанні світло-коричневих, кремових та бордових відтінків, що забезпечує гармонізацію простору та стимулює апетит.

Номери готелю - функціонально-естетичні модулі, які поєднують комфорт проживання, ергономіку меблів та декоративне оформлення. Структура номеру враховує: спальну зону, робочий простір, санвузол та зонування для відпочинку. Меблі виготовлені з деревних матеріалів із захисним покриттям, ліжка із ортопедичними матрацами, робочі столи із ергономічним розташуванням розеток і освітлення. Кольорова палітра - пастельні відтінки, акценти на текстилі, декоративних панелях та елементах підсвічування. Санвузли обладнані сучасними сантехнічними приладами, керамічною плиткою, дзеркальними поверхнями та підсвічуванням для комфорту користування [1].

Конференц-зали - носії корпоративної та ділової функції, забезпечують акустичний комфорт, візуальну орієнтацію та гнучке зонування. Основні матеріали: звукопоглинаючі панелі, металеві конструкції, ламіновані поверхні для робочих столів. Освітлення - комбіноване, із можливістю регулювання яскравості для презентацій та семінарів. Меблі модульні, з можливістю трансформації конфігурації залу для малих і великих груп.

Кімнати для персоналу - функціональні модулі із зоною відпочинку, кухнею та місцем для зберігання особистих речей. Матеріали - практичні, зносостійкі, з акцентом на гігієнічні та санітарні норми. Колірні рішення - світлі відтінки для підвищення сприйняття простору, з декоративними елементами для формування комфортної атмосфери.

Зони ресепшн та коридори - носії логістичної функції, які визначають переміщення гостей, візуальне сприйняття та контроль потоків. Коридори обладнані м'яким освітленням, килимовими покриттями для зниження шуму, декоративними панелями для естетичного оформлення. Додаткові декоративні елементи - картини місцевих художників, живі рослини, декоративні світильники.

Дизайнерські рішення інтер'єру готелю «Оптіма» міста Чернівці становлять систему просторово-естетичних та функціональних характеристик, спрямованих на формування цілісного середовища перебування гостей відповідно до категорії бізнес-готелю. Інтер'єрна концепція базується на поєднанні стриманої колористики, раціонального зонування приміщень, ергономічних меблевих рішень та сучасних оздоблювальних матеріалів, що забезпечують відповідність вимогам комфорту, безпеки та експлуатаційної надійності. Особливу роль у дизайнерських рішеннях відіграє узгодженість інтер'єрів номерного фонду, громадських зон і службових приміщень, що створює єдину стилістичну структуру та підсилює сприйняття готелю «Оптіма» як функціонально впорядкованого та візуально цілісного об'єкта індустрії гостинності (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Дизайнерські рішення інтер'єру готелю «Оптіма 4*»

Приміщення / зона	Матеріали обробки	Колірна гамма	Меблі / обладнання	Функціональні рішення	Примітки
Лобі	Дерево, мармур, метал	Бежевий, світло-сірий, акценти синього	Стойка рецепції, дивани, журнальні столики	Зона очікування, мобільність, навігація	Панорамні вікна для природного освітлення
Ресторан	Дерево, скло, текстиль	Кремовий, світло-коричневий, бордовий	Столи, стільці, сервісні станції	Модульність залу, зонування, акустика	LED-підсвічування столів, декоративні панелі
Номер стандарт	Дерево, текстиль, кераміка	Пастельні відтінки, акценти на текстилі	Ліжко, робочий стіл, шафа, тумби	Зона відпочинку, робочий простір, санвузол	Ортопедичний матрац, ергономічне освітлення
Конференц-зал	Метал, ламінат, звукопоглинаючі панелі	Світлі нейтральні тони	Робочі столи, модульні крісла	Акустична ізоляція, трансформація залу	Можливість регулювання освітлення

Коридори	Килимові покриття, декоративні панелі	Світлі нейтральні тони	Лавки, підсвітка	Напрямок потоків, зниження шуму	Картини, декоративні і світильники
Кімнати персоналу	Ламінат, практичні покриття	Світлі пастельні	Ліжка, шафи, кухонне обладнання	Зона відпочинку, кухня, зберігання	Гігієнічні матеріали, легкий догляд
Ліфтові холли	Мрамор, метал, скло	Світлі нейтральні	Панелі управління, лавки	Переміщення, зручність	Підсвічування для безпеки

Джерело: [11]

План озеленення передбачає зонування території на функціональні ділянки: центральна зона для гостей (ліпші панорамні види), бічні зони для відпочинку та проходу, зона паркування з декоративними кущами для візуального відокремлення та захисту від пилу. Всі пішохідні маршрути обладнані покриттям із бруківки та включають місця для відпочинку із лавками та підсвічуванням (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

План озеленення території готелю «Оптіма» міста Чернігів

Зона території	Тип озеленення	Кількість одиниць / площа, м ²	Декоративні елементи	Функціональне призначення	Примітки
----------------	----------------	---	----------------------	---------------------------	----------

Центральна алея	Дерева: липа, ялиця	15 одиниць	Газони, декоративні і клумби	Зона зустрічі гостей, панорамний вигляд	Пішохідні маршрути, лавки, освітлення
Лобі- відкрите	Газон	200 м ²	Квіткові композиції, декоративні і камені	Візуальне зонування лобі та входу	Придатне для фотозон та відпочинку
Зона дитячого майданчика	Кущі: самшит, гортензія	12 одиниць	Пісочниця, гойдалки	Рекреація для сімейних гостей	Захист від прямого сонячного проміння
Парковка	Дерева: яблуня, декоративні кущі	20 одиниць	Газони між парковочними місцями	Візуальне відокремлення, затінок	Зручний доступ до входу
Бічні проходи	Газон, кущі	150 м ²	Лавки, підсвічування	Прогулянкові маршрути	Ергономіка пересування гостей
Вертикальне озеленення стіл	Ліани та декоративні рослини	60 м ²	Декоративні і підставки	Естетичне оформлення фасаду	Зниження теплого навантаження, шумоізоляція

Джерело: [11]

Інтеграція дизайнерських рішень інтер'єру та зовнішнього простору формує єдину концепцію естетики та комфорту. Зовнішнє озеленення підкреслює архітектурний стиль будівлі, забезпечує природне зонування території, а внутрішнє оформлення - гармонізацію простору, психологічний комфорт та ергономіку приміщень.

Внутрішнє та зовнішнє середовище пов'язане функціональними та естетичними зв'язками: лобі та центральна алея - продовження простору через панорамні вікна; ресторан та тераса - інтеграція із зеленими зонами для відпочинку та обідів на відкритому повітрі; конференц-зали та внутрішні дворики використання декоративних рослин для акустичної та візуальної ізоляції (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Інтеграція інтер'єру та зовнішнього простору

Приміщення / зона	Зовнішнє озеленення	Інтер'єрне рішення	Взаємозв'язок	Примітки
Лобі	Центральна алея, декоративні клумби	Панорамні вікна, лавки, журнальні столи	Перспективне продовження простору, панорамний вигляд	Світлові ефекти, природне освітлення
Ресторан	Газони, декоративні дерева	Столи, стілці, зонування	Зони для обідів на відкритому повітрі, візуальна гармонія	Естетичне продовження ресторанного простору

Номери	Вертикальне озеленення стін	Ліжка, робочі зони	Зорове поєднання з екстер'єром, природна атмосфера	Психологічний комфорт та відпочинок
Конференц-зали	Бічні кущі та дерева	Модульні столи, акустичні панелі	Зниження шуму, відокремлення зон	Комфорт проведення семінарів та презентацій
Тераса	Квітники, декоративні газони	Меблі для відпочинку	Інтеграція відпочинку з природною зоною	Можливість організації заходів на відкритому повітрі

Джерело: [11]

Таким чином, план озеленення території та дизайнерські рішення інтер'єру готелю «Оптіма» міста Чернігів, чітко формують комплексну просторово-функціональну систему, яка поєднує естетику, комфорт та ергономіку. Озеленення забезпечує зонування, природне покращення мікроклімату та підвищення візуальної привабливості закладу. Інтер'єрні рішення - елемент інтеграції з екстер'єром, що формує єдину концепцію гостинності, психологічного комфорту та естетичного сприйняття. Застосування модульності меблів, комбінованого освітлення, декоративних акцентів та ландшафтних рішень дозволяє адаптувати простір під різні потреби гостей і типи заходів. Комплексна система озеленення та дизайну забезпечує конкурентну перевагу готелю та сприяє підвищенню рівня задоволеності відвідувачів.

3.5. Забезпечення безбар'єрності, безпеки та цивільного захисту

У сучасних умовах функціонування готельно-ресторанних підприємств особливу увагу необхідно приділяти питанням безбар'єрності, безпеки та цивільного захисту. Це пов'язано з необхідністю створення комфортних умов для всіх категорій населення, включаючи осіб з інвалідністю, маломобільні групи населення, людей похилого віку та сім'ї з дітьми. Крім того, в умовах воєнного стану та підвищених ризиків надзвичайних ситуацій важливим є забезпечення належного рівня захисту працівників і гостей закладу [1].

Безбар'єрність у готелі передбачає створення доступного середовища для вільного пересування та користування послугами. Для цього в закладі повинні бути передбачені пандуси, широкі дверні прорізи, ліфти, адаптовані санітарні кімнати, зручна навігація та спеціально обладнані номери для осіб з обмеженими фізичними можливостями.

Основні заходи забезпечення безбар'єрності наведено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Заходи щодо забезпечення безбар'єрності в готелі

Заходи	Характеристика
Встановлення пандусів	Забезпечення безперешкодного доступу до будівлі
Обладнання ліфтів	Доступ до всіх поверхів
Адаптовані санвузли	Зручність користування для маломобільних осіб
Спеціальні номери	Проживання осіб з інвалідністю
Інформаційні покажчики	Легка орієнтація у приміщенні

Джерело: складено автором на основі державних будівельних норм [2].

Як видно з таблиці, впровадження елементів безбар'єрності дозволяє зробити послуги готелю доступними для всіх категорій населення, що підвищує конкурентоспроможність закладу та його соціальну відповідальність.

Важливим аспектом діяльності готелю є забезпечення безпеки. До основних заходів належать система пожежної сигналізації, відеоспостереження, контроль доступу до приміщень, аварійне освітлення та регулярні інструктажі персоналу.

Особливої актуальності набуває цивільний захист в умовах воєнного стану. На території готелю повинні бути розроблені плани евакуації, визначені укриття, забезпечено доступ до аптечок першої допомоги, засобів зв'язку та резервних джерел живлення.

Основні заходи безпеки та цивільного захисту наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Заходи безпеки та цивільного захисту

Заходи	Призначення
Пожежна сигналізація	Оперативне виявлення пожежі
Відеоспостереження	Контроль за ситуацією в закладі
План евакуації	Швидке виведення людей із небезпечної зони
Укриття	Захист під час повітряної тривоги
Аптечки першої допомоги	Надання невідкладної допомоги
Генератор	Забезпечення електроенергією під час відключень

Джерело: складено автором на основі Кодексу цивільного захисту України [3].

Дані заходи дозволяють мінімізувати ризики для життя і здоров'я гостей та працівників, а також забезпечують стабільне функціонування підприємства навіть у складних умовах.

Отже, забезпечення безбар'єрності, безпеки та цивільного захисту є важливим напрямом діяльності готелю. Впровадження сучасних заходів доступності та безпеки сприяє підвищенню якості обслуговування, створенню комфортного середовища та гарантує належний рівень захисту в умовах надзвичайних ситуацій.

3.6. Інженерно-технічне забезпечення готелю

Інженерно-технічне забезпечення є важливою складовою ефективного функціонування готелю, оскільки саме від нього залежить комфорт проживання гостей, безперебійність роботи обладнання та безпечні умови перебування у закладі. До основних інженерних систем готелю належать системи водопостачання, водовідведення, електропостачання, вентиляції, кондиціонування, опалення, освітлення та зв'язку [1].

Для сучасного готелю важливо забезпечити стабільну роботу всіх технічних систем, оскільки вони безпосередньо впливають на якість обслуговування та рівень задоволеності клієнтів. Наприклад, відсутність гарячої води, перебої в електропостачанні чи несправність системи кондиціонування можуть негативно вплинути на репутацію закладу.

Основні інженерні системи готелю наведено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Основні інженерні системи готелю

Інженерна система	Призначення
Водопостачання	Забезпечення гостей і персоналу холодною та гарячою водою
Водовідведення	Відведення стічних вод
Електропостачання	Живлення освітлення та обладнання
Опалення	Підтримання комфортної температури
Вентиляція	Забезпечення циркуляції повітря
Кондиціонування	Регулювання температури та вологості
Освітлення	Створення комфортних умов перебування
Інтернет і зв'язок	Забезпечення комунікації та доступу до інформації

Джерело: складено автором на основі технічних норм та стандартів [2].

Як видно з таблиці, кожна інженерна система виконує важливу функцію у забезпеченні життєдіяльності готелю. Усі системи повинні працювати узгоджено для створення комфортного середовища для гостей.

Особливе значення має система електропостачання. В умовах сучасних реалій, зокрема можливих аварійних відключень електроенергії, готель повинен бути обладнаний резервними джерелами живлення, такими як генератори або акумуляторні системи. Це дозволяє підтримувати роботу освітлення, ліфтів, систем безпеки та кухонного обладнання.

Не менш важливими є системи вентиляції та кондиціонування, які забезпечують належний мікроклімат у номерах, ресторані та службових приміщеннях. Для готелів це особливо актуально через велику кількість людей, що перебувають у закладі одночасно.

Для підтримання справності технічного обладнання необхідно проводити регулярні технічні огляди. Періодичність обслуговування основних систем наведено в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Періодичність технічного обслуговування інженерних систем

Система	Періодичність перевірки
Електропостачання	1 раз на місяць
Водопостачання	1 раз на місяць
Опалення	Перед початком опалювального сезону
Вентиляція	1 раз на квартал
Кондиціонування	2 рази на рік
Генератор	1 раз на місяць

Джерело: складено автором на основі нормативної документації [3].

Своєчасне технічне обслуговування дозволяє уникнути аварійних ситуацій, продовжити термін експлуатації обладнання та знизити витрати на ремонт.

Отже, інженерно-технічне забезпечення є важливою складовою функціонування готелю. Від ефективної роботи інженерних систем залежить рівень комфорту гостей, безпека персоналу та безперервність надання послуг. Використання сучасного обладнання та регулярний технічний контроль сприяють підвищенню якості обслуговування та конкурентоспроможності готелю.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було проведено детальний аналіз організаційно-технологічних особливостей функціонування готелю та визначено основні напрями його вдосконалення. Дослідження показало, що ефективна організація діяльності готелю значною мірою залежить від правильного планування технологічних процесів, раціонального використання ресурсів та впровадження сучасних стандартів обслуговування.

У ході роботи було розглянуто організацію роботи номерного фонду, особливості обслуговування гостей, а також питання забезпечення безбар'єрності, безпеки та цивільного захисту. Встановлено, що створення доступного середовища для всіх категорій населення є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності закладу та покращення якості послуг.

Особливу увагу приділено інженерно-технічному забезпеченню готелю, яке є основою безперебійного функціонування всіх служб підприємства. Доведено, що стабільна робота систем електропостачання, водопостачання, вентиляції, кондиціонування та опалення безпосередньо впливає на комфорт проживання гостей та ефективність роботи персоналу.

Також визначено, що впровадження сучасних систем безпеки, резервного електроживлення та планів цивільного захисту є необхідною умовою функціонування готелю в сучасних умовах, особливо з урахуванням воєнного стану та можливих надзвичайних ситуацій.

Отже, проведені дослідження підтвердило важливість комплексного підходу до організації роботи готелю, який включає технологічні, технічні, безпекові та соціальні аспекти. Реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню якості обслуговування, ефективності діяльності підприємства та зміцненню його позицій на ринку готельних послуг.

РОЗДІЛ 4. ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА ТЕХНІЧНІ РОЗРАХУНКИ

4.1. Розрахунок місткості та завантаженості номерного фонду

Розрахунок місткості та завантаженості номерного фонду є важливим етапом технологічного проектування готельного підприємства, оскільки дозволяє визначити потенційну пропускну спроможність закладу, оцінити ефективність використання номерного фонду та спрогнозувати можливий обсяг надання послуг розміщення. Від правильності проведення даних розрахунків залежить подальше планування роботи підприємства, організація обслуговування та визначення економічної ефективності діяльності.

Готель «Optima Collection Чернігів» має у своєму складі 66 номерів різних категорій, що дозволяє обслуговувати значну кількість гостей одночасно. Для визначення загальної місткості готелю необхідно встановити середню кількість місць у номері. Згідно з характеристикою номерного фонду, у середньому один номер розрахований на двох осіб [1].

Загальна місткість готелю визначається за формулою:

$$M = N \times k \quad (4.1)$$

де:

M – загальна місткість готелю, місць;

N – кількість номерів;

k – середня кількість місць у номері.

Підставляємо значення:

$$M = 66 \times 2 = 132 \text{ місця}$$

Отже, максимальна місткість готелю становить 132 особи.

Для більш реалістичної оцінки діяльності закладу необхідно врахувати середній коефіцієнт завантаження номерного фонду. За статистичними даними для міських готелів середній рівень завантаження становить 65–75 %, тому для розрахунку приймаємо 70 % [2].

Фактичне завантаження визначається за формулою:

$$\mathbf{Зф = М \times Кз \text{ (4.2)}}$$

де:

Зф – фактичне завантаження;

Кз – коефіцієнт завантаження.

Підставляємо значення:

$$\mathbf{Зф = 132 \times 0,7 = 92,4 \approx 92 \text{ особи}}$$

Отже, у середньому готель щоденно обслуговує 92 гості.

Для визначення річної пропускної спроможності використовується формула:

$$\mathbf{П = Зф \times 365 \text{ (4.3)}}$$

де:

П – річна пропускна спроможність, людино-днів.

Підставляємо значення:

$$\mathbf{П = 92 \times 365 = 33\,580 \text{ людино-днів}}$$

Отриманий результат свідчить про достатньо високий рівень використання номерного фонду та підтверджує доцільність функціонування готелю.

Схема розрахунку місткості та завантаженості номерного фонду представлена на рисунку 4.1.

Рис. 4.1.

Схема розрахунку місткості та завантаженості номерного фонду



Джерело: [1].

Наведена схема відображає послідовність розрахунків та взаємозв'язок між основними показниками функціонування номерного фонду. Вона дозволяє наочно оцінити потенційні можливості готелю щодо прийому гостей та визначити реальний рівень завантаженості.

Отже, проведені розрахунки показали, що при загальній місткості 132 місця та середньому завантаженні 70 % готель може ефективно забезпечувати стабільний потік клієнтів. Отримані результати є основою для подальших технологічних розрахунків, зокрема визначення потреби у персоналі, матеріальних ресурсах та організації додаткових послуг.

4.2. Розрахунок виробничої програми ресторану готелю

Виробнича програма ресторану є важливою складовою технологічного проектування закладу, оскільки дає можливість визначити обсяг реалізації продукції, кількість споживачів та необхідні ресурси для забезпечення стабільної роботи підприємства. Основною метою цього розрахунку є встановлення добової та річної кількості відвідувачів ресторану, а також визначення кількості страв, які необхідно виготовляти.

Ресторан при готелі «Optima Collection Чернігів» орієнтований як на проживаючих гостей, так і на сторонніх відвідувачів. Виробнича програма формується на основі місткості готелю, середнього завантаження номерного фонду та кількості посадкових місць у ресторані.

Згідно з попередніми розрахунками, середня кількість проживаючих у готелі становить **92 особи**. Враховуючи, що більшість гостей користуються послугами ресторану, приймаємо коефіцієнт охоплення харчуванням на рівні **80 %** [1].

Кількість гостей, які користуються рестораном, визначається за формулою:

$$N = Z\phi \times Kx \text{ (4.4)}$$

де:

N – кількість споживачів;

$Z\phi$ – фактичне завантаження готелю;

Kx – коефіцієнт охоплення харчуванням.

Підставляємо значення:

$$N = 92 \times 0,8 = 73,6 \approx 74 \text{ особи}$$

Отже, щоденно ресторан обслуговує в середньому 74 гості готелю.

Окрім проживаючих, ресторан може приймати сторонніх відвідувачів. Для розрахунку приймаємо додатково 20 % від основної кількості гостей.

Розрахунок:

$$N_d = 74 \times 0,2 = 14,8 \approx 15 \text{ осіб}$$

Загальна кількість відвідувачів ресторану за добу становить:

$$N_3 = 74 + 15 = 89 \text{ осіб}$$

Для визначення кількості страв використовується коефіцієнт споживання страв. У середньому один відвідувач замовляє 3 страви за один прийом їжі [2].

Розрахунок добової кількості страв:

$$Q = N_3 \times m \text{ (4.5)}$$

де:

Q – кількість страв;

N_3 – загальна кількість відвідувачів;

m – середня кількість страв на одну особу.

Підставляємо:

$$Q = 89 \times 3 = 267 \text{ страв}$$

Таким чином, виробнича програма ресторану на добу становить **267 страв**.

Річна виробнича програма визначається за формулою:

$$Q_p = Q \times 365 \text{ (4.6)}$$

де:

Q_p – річний обсяг виробництва.

Підставляємо:

$$Q_p = 267 \times 365 = 97\,455 \text{ страв}$$

Отже, ресторан готелю має забезпечувати виготовлення близько 97 тисяч страв на рік. Це дозволяє планувати роботу виробничих цехів, визначати потребу в сировині, обладнанні та персоналі.

Проведені розрахунки свідчать про те, що ресторан має стабільне навантаження та достатній обсяг виробництва для ефективного функціонування в структурі готельного комплексу.

4.3. Розрахунок потреби у персоналі

Розрахунок потреби у персоналі є важливим етапом організації діяльності ресторану при готелі, оскільки саме від кількості працівників залежить якість обслуговування, швидкість виконання замовлень та загальна ефективність роботи закладу. Визначення необхідної чисельності персоналу проводиться на основі виробничої програми ресторану, режиму роботи підприємства та норм обслуговування [1].

Згідно з проведеними розрахунками, добова виробнича програма ресторану становить **267 страв**, що вимагає відповідного кадрового забезпечення для стабільної роботи всіх структурних підрозділів ресторану.

Для забезпечення безперебійної роботи ресторану необхідно враховувати виробничий, обслуговуючий та адміністративний персонал.

Чисельність виробничого персоналу визначається за формулою:

$$\mathbf{Ч = Q / Нв \text{ (4.7)}}$$

де:

Ч – кількість працівників;

Q – добова кількість страв;

Нв – норма виробітку одного працівника за зміну.

У середньому кухар може приготувати близько 50 страв за зміну [2].

Підставляємо:

$$\mathbf{Ч = 267 / 50 = 5,34 \approx 6 \text{ осіб}}$$

Отже, для роботи виробничого цеху необхідно 6 кухарів.

Для організації обслуговування споживачів визначаємо кількість офіціантів. Один офіціант у середньому обслуговує 20–25 гостей за зміну. Для розрахунку приймаємо норму 22 особи.

Розрахунок:

$$\mathbf{Ч_{оф} = 89 / 22 = 4,04 \approx 4 \text{ особи}}$$

Таким чином, для обслуговування гостей необхідно 4 офіціанти.

Крім основного персоналу, ресторан потребує допоміжних працівників, які забезпечують підтримку чистоти, організацію роботи та адміністративний контроль.

Структура персоналу ресторану наведена в таблиці 4.1.

Таблиця 4.1

Розрахунок потреби у персоналі ресторану

Посада	Кількість, осіб
Завідувач виробництва	1
Кухарі	6
Кондитер	1
Офіціанти	4
Бармен	2
Мийники посуду	2
Прибиральники	2
Адміністратор залу	1
Разом	19

Джерело: [1; 2].

Дані таблиці свідчать про те, що для ефективної роботи ресторану необхідно сформувати штат із 19 працівників. Найбільшу частку займає виробничий персонал, оскільки саме він забезпечує основний процес приготування продукції.

Слід зазначити, що кількість персоналу може змінюватися залежно від сезонності, рівня завантаження готелю та попиту на ресторанні послуги. У періоди підвищеного навантаження можливе залучення додаткових працівників або організація позмінного графіка роботи.

Отже, проведений розрахунок показав, що для забезпечення стабільної роботи ресторану при готелі необхідно 19 працівників. Така кількість персоналу дозволить забезпечити безперервний виробничий процес, високий рівень обслуговування гостей та ефективне функціонування закладу в цілому.

4.4. Розрахунок технологічного обладнання та виробничих площ

Розрахунок технологічного обладнання та виробничих площ є важливим етапом проєктування ресторану при готелі, оскільки від правильного підбору обладнання залежить ефективність виробничого процесу, якість приготування страв та раціональне використання площі приміщень. Основою для визначення необхідного обладнання є виробнича програма ресторану, яка у попередньому розділі склала **267 страв на добу**.

Підбір технологічного обладнання здійснюється відповідно до асортименту продукції, обсягу виробництва та технологічного процесу приготування страв. Для забезпечення безперебійної роботи ресторану необхідно передбачити теплове, холодильне, механічне та допоміжне обладнання [1].

На основі проведених розрахунків визначено перелік основного обладнання, який представлено в таблиці 4.2.

Таблиця 4.2

Перелік технологічного обладнання ресторану

Найменування обладнання	Кількість, шт.	Площа, м²
Плита електрична	2	4,0
Жарова шафа	1	2,0
Пароконвектомат	1	2,5
Холодильна шафа	2	3,0
Морозильна камера	1	2,0
Виробничі столи	4	6,0

Мийні ванни	2	3,0
Овочерізка	1	1,0
Тістомісильна машина	1	1,5
Барне обладнання	2	2,5
Разом	17	27,5

Джерело: [1; 2].

Дані таблиці свідчать, що для забезпечення виробничого процесу ресторану необхідно 17 одиниць основного технологічного обладнання. Найбільшу площу займає теплове обладнання та виробничі столи, оскільки саме вони використовуються найбільш інтенсивно.

Для визначення загальної площі виробничих приміщень використовується коефіцієнт використання площі. Згідно з нормативами, коефіцієнт використання для підприємств ресторанного господарства становить **0,35–0,4** [2]. Для розрахунку приймаємо 0,4.

Розрахунок загальної виробничої площі здійснюється за формулою:

$$S = S_{об} / K_v \text{ (4.8)}$$

де:

S – загальна площа виробничих приміщень, м²;

S_{об} – площа, зайнята обладнанням, м²;

K_v – коефіцієнт використання площі.

Підставляємо значення:

$$S = 27,5 / 0,4 = 68,75 \text{ м}^2$$

Отже, загальна площа виробничих приміщень ресторану повинна становити приблизно **69 м²**.

До виробничих приміщень належать гарячий цех, холодний цех, мийна, заготівельна зона та допоміжні приміщення. Раціональне планування площ дозволяє забезпечити правильну організацію технологічного процесу, дотримання санітарно-гігієнічних норм та безпечні умови праці.

Таким чином, проведені розрахунки показали, що для ефективної роботи ресторану при готелі необхідно встановити 17 одиниць технологічного обладнання та передбачити виробничі площі загальним розміром 69 м². Це забезпечить безперервність виробничого процесу та високий рівень обслуговування гостей.

4.5. Розрахунок ресурсного забезпечення діяльності готелю

Ресурсне забезпечення діяльності готелю є важливим елементом його ефективного функціонування, оскільки включає матеріальні, енергетичні, трудові та фінансові ресурси, необхідні для безперервного надання послуг. Правильне планування ресурсів дозволяє забезпечити стабільну роботу підприємства, підвищити якість обслуговування гостей та зменшити витрати [1].

Для готелю «Optima Collection Чернігів» ресурсне забезпечення визначається на основі місткості номерного фонду, середнього завантаження готелю та виробничої програми ресторану. Враховуючи попередні розрахунки, середня кількість гостей у готелі становить **92 особи**, а ресторан щоденно обслуговує **89 відвідувачів**.

Основними видами ресурсів, необхідних для функціонування готелю, є:

- вода;
- електроенергія;
- теплова енергія;
- мийні та дезінфекційні засоби;
- постільна білизна;
- продукти харчування;
- господарські матеріали.

Розрахунок добової потреби у воді здійснюється відповідно до санітарних норм. У середньому на одного гостя припадає близько **250 літрів води на добу** [2].

Розрахунок:

$$B = N \times H_v \text{ (4.9)}$$

де:

B – добова потреба у воді, л;

N – кількість гостей;

H_v – норма споживання води.

Підставляємо:

$$B = 92 \times 250 = 23\,000 \text{ л} = 23 \text{ м}^3$$

Отже, добова потреба у воді становить **23 м³**.

Для електроенергії середня норма споживання на один номер становить близько **35 кВт·год на добу** [3].

Розрахунок:

$$E = 66 \times 35 = 2310 \text{ кВт·год}$$

Таким чином, добова потреба в електроенергії складає **2310 кВт·год**.

Основні ресурси та їх добова потреба наведені в таблиці 4.3.

Таблиця 4.3

Розрахунок основних ресурсів готелю

Вид ресурсу	Одиниця виміру	Добова потреба
Вода	м ³	23
Електроенергія	кВт·год	2310
Теплова енергія	Гкал	1,8
Постільна білизна	комплектів	92
Мийні засоби	кг	15
Дезінфекційні засоби	л	8

Продукти харчування	кг	180
---------------------	----	-----

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків та нормативів [1; 2; 3].

З наведених у таблиці даних видно, що найбільше навантаження припадає на водопостачання, електропостачання та забезпечення продуктами харчування. Це пояснюється специфікою готельно-ресторанної діяльності, де значна частина ресурсів використовується для забезпечення комфорту гостей та роботи ресторану.

Крім основних ресурсів, важливу роль відіграє резервне забезпечення. У сучасних умовах доцільно передбачити запас води, альтернативні джерела електроживлення (генератори), резерв продуктів харчування та медикаментів. Це особливо актуально в умовах надзвичайних ситуацій або перебоїв у постачанні ресурсів.

Отже, проведені розрахунки показали, що для стабільної роботи готелю необхідне чітке планування ресурсного забезпечення. Раціональне використання ресурсів дозволяє знизити витрати, забезпечити високий рівень обслуговування гостей та підтримувати безперервну діяльність підприємства.

Висновки до розділу 4

У четвертому розділі було проведено основні технологічні та технічні розрахунки, необхідні для організації ефективної діяльності готелю та ресторану при ньому. Виконані розрахунки дали можливість визначити місткість номерного фонду, рівень його завантаженості, виробничу програму ресторану, потребу у персоналі, технологічному обладнанні та ресурсному забезпеченні.

У результаті розрахунку місткості номерного фонду встановлено, що готель має можливість одночасно розмістити 132 гості, а середнє фактичне завантаження становить 92 особи на добу. Це свідчить про достатній потенціал

закладу для стабільного функціонування та обслуговування як туристичних, так і ділових клієнтів.

Проведений розрахунок виробничої програми ресторану показав, що середня кількість відвідувачів становить 89 осіб на добу, а загальний обсяг виробництва — 267 страв щоденно. Це підтверджує необхідність належної організації виробничих процесів та забезпечення відповідного кадрового і матеріального ресурсу.

У ході розрахунку потреби у персоналі було встановлено, що для стабільної роботи ресторану необхідно 19 працівників. Така чисельність персоналу забезпечує безперервний процес приготування продукції, якісне обслуговування гостей та підтримання санітарно-гігієнічних вимог.

Розрахунок технологічного обладнання та виробничих площ дозволив визначити оптимальний перелік обладнання у кількості 17 одиниць та необхідну площу виробничих приміщень у розмірі 69 м². Це забезпечує раціональне розміщення обладнання та ефективну організацію робочих процесів.

Окрему увагу приділено ресурсному забезпеченню діяльності готелю, що включає воду, електроенергію, теплову енергію, постільну білизну, продукти харчування та господарські матеріали. Проведені розрахунки підтвердили, що правильне планування ресурсів є необхідною умовою стабільної роботи підприємства.

Отже, результати виконаних технологічних і технічних розрахунків свідчать про доцільність функціонування готелю та ресторану, підтверджують можливість забезпечення якісного обслуговування гостей і створюють основу для подальшого економічного обґрунтування діяльності підприємства.

РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

5.1. Обґрунтування капітальних вкладень у реалізацію проєкту

Капітальні вкладення є важливим елементом реалізації будь-якого проєкту у сфері готельно-ресторанного бізнесу, оскільки саме вони визначають обсяг фінансових ресурсів, необхідних для створення або модернізації підприємства. До капітальних вкладень належать витрати на придбання обладнання, меблів, інвентарю, проведення ремонтних робіт, впровадження інженерних систем та створення необхідних умов для функціонування готелю [1].

У межах даного проєкту передбачено удосконалення матеріально-технічної бази готелю «Optima Collection Чернігів», а також оснащення ресторану відповідно до розрахованої виробничої програми. Для цього необхідно визначити загальний обсяг інвестицій, які будуть вкладені у реалізацію проєкту.

До складу капітальних вкладень входять основні статті витрат, наведені в таблиці 5.1.

Таблиця 5.1

Структура капітальних вкладень у реалізацію проєкту

Стаття витрат	Вартість, грн
Придбання технологічного обладнання	850 000
Придбання меблів та інвентарю	420 000
Монтаж обладнання	95 000
Проведення ремонтних робіт	310 000
Система вентиляції та кондиціонування	240 000
Система безпеки та відеоспостереження	150 000
Резервне електроживлення (генератор)	180 000
Інші витрати	75 000

Разом	2 320 000
--------------	------------------

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків та даних про ринкову вартість обладнання [2].

Дані таблиці показують, що найбільшу частку капітальних вкладень займає придбання технологічного обладнання, оскільки саме воно забезпечує основний виробничий процес ресторану. Значними також є витрати на меблі, інженерні системи та ремонтні роботи, що формують комфортні умови для гостей.

Загальний обсяг капітальних вкладень визначається за формулою:

$$K = \sum K_i \text{ (5.1)}$$

де:

K – загальна сума капітальних вкладень;

K_i – окремі статті витрат.

Підставляємо значення:

$$K = 850000 + 420000 + 95000 + 310000 + 240000 + 150000 + 180000 + 75000 = 2\,320\,000 \text{ грн}$$

Отже, загальна сума капітальних вкладень для реалізації проєкту становить **2 320 000 грн.**

Важливим етапом є оцінка структури інвестицій, оскільки це дозволяє визначити найбільш витратні напрямки та оцінити доцільність вкладень. Рациональний розподіл капіталу сприяє швидшому поверненню інвестицій та зниженню ризиків.

Таким чином, проведений розрахунок капітальних вкладень показав, що реалізація проєкту потребує значного фінансового забезпечення. Проте ці інвестиції є економічно обґрунтованими, оскільки спрямовані на підвищення якості обслуговування, модернізацію матеріально-технічної бази та забезпечення стабільної роботи готелю й ресторану.

5.2. Розрахунок експлуатаційних витрат

Експлуатаційні витрати є важливим показником економічної діяльності готелю, оскільки відображають обсяг поточних витрат, необхідних для забезпечення безперервної роботи підприємства. До складу експлуатаційних витрат входять витрати на оплату праці персоналу, комунальні послуги, закупівлю сировини та матеріалів, амортизацію обладнання, технічне обслуговування, а також інші господарські витрати [1].

Розрахунок експлуатаційних витрат проводиться на основі результатів попередніх розділів, де були визначені потреби у персоналі, ресурсах, обладнанні та виробничих площах.

Основні статті експлуатаційних витрат наведені в таблиці 5.2.

Таблиця 5.2

Структура експлуатаційних витрат готелю за місяць

Стаття витрат	Сума, грн
Фонд оплати праці персоналу	280 000
Витрати на електроенергію	65 000
Витрати на водопостачання та водовідведення	28 000
Витрати на опалення	35 000
Закупівля продуктів харчування	145 000
Закупівля мийних і дезінфекційних засобів	18 000
Амортизація обладнання	25 000
Поточний ремонт та обслуговування	20 000
Інші господарські витрати	14 000
Разом	630 000

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків та виробничої програми [2].

таблиці свідчать, що найбільшу частку в структурі експлуатаційних витрат займає фонд оплати праці, що є характерним для готельно-ресторанного бізнесу, де значна частина послуг залежить від людського ресурсу.

Також вагомими є витрати на закупівлю продуктів харчування та оплати енергоресурсів.

Загальна сума експлуатаційних витрат визначається за формулою:

$$E_v = \sum B_i \quad (5.2)$$

де:

E_v – загальні експлуатаційні витрати;

B_i – окремі статті витрат.

Підставляємо значення:

$$E_v = 280000 + 65000 + 28000 + 35000 + 145000 + 18000 + 25000 + 20000 + 14000 \\ = 630000 \text{ грн}$$

Отже, загальні щомісячні експлуатаційні витрати становлять **630 000 грн.**

Для визначення річних витрат використовуємо формулу:

$$E_p = E_v \times 12 \quad (5.3)$$

де:

E_p – річні експлуатаційні витрати.

Підставляємо:

$$E_p = 630000 \times 12 = 7\,560\,000 \text{ грн}$$

Таким чином, річні експлуатаційні витрати підприємства складають **7 560 000 грн.**

Проведений розрахунок дозволяє оцінити фінансове навантаження на підприємство та є основою для визначення собівартості послуг, прогнозування прибутку та розрахунку терміну окупності проєкту.

Отже, правильне планування експлуатаційних витрат є важливим для забезпечення стабільної діяльності готелю та ресторану, оскільки дозволяє

контролювати витрати, оптимізувати використання ресурсів та підвищувати економічну ефективність підприємства.

5.3. Прогнозування доходів і фінансових результатів діяльності

Прогнозування доходів і фінансових результатів є важливим етапом економічного обґрунтування діяльності готелю, оскільки дозволяє оцінити рівень прибутковості підприємства, визначити можливості покриття витрат та перспективи розвитку. Основними джерелами доходів готелю є послуги розміщення, ресторанне обслуговування та додаткові послуги [1].

Для прогнозування доходів використаємо результати попередніх розрахунків. Згідно з розрахунком завантаженості номерного фонду, середня кількість гостей становить **92 особи на добу**, а річна пропускна спроможність – **33 580 людино-днів**.

Середню вартість проживання приймаємо на рівні **1 500 грн за добу** [2].

Річний дохід від послуг розміщення визначається за формулою:

$$Дп = N \times Цп \quad (5.4)$$

де:

Дп – дохід від проживання;

N – річна кількість людино-днів;

Цп – середня вартість проживання.

Підставляємо:

$$Дп = 33\,580 \times 1500 = 50\,370\,000 \text{ грн}$$

Отже, прогнозований річний дохід від номерного фонду становить **50 370 000 грн**.

Другим важливим джерелом доходу є ресторан. Згідно з виробничою програмою, ресторан обслуговує **89 осіб на добу**, а середній чек становить **450 грн.**

Розрахунок доходу ресторану:

$$Др = N \times Ч \times 365 \text{ (5.5)}$$

де:

Др – річний дохід ресторану;

N – кількість відвідувачів за добу;

Ч – середній чек.

Підставляємо:

$$Др = 89 \times 450 \times 365 = 14\,621\,250 \text{ грн}$$

Також готель отримує додаткові доходи від супутніх послуг (конференц-сервіс, пральня, бар, трансфер). Приймаємо їх у розмірі **8 % від основного доходу.**

Розрахунок:

$$Дд = (Дп + Др) \times 0,08$$

$$Дд = (50\,370\,000 + 14\,621\,250) \times 0,08 = 5\,199\,300 \text{ грн}$$

Основні прогнозовані доходи наведено в таблиці 5.3.

Таблиця 5.3

Прогнозовані доходи готелю

Джерело доходу	Сума, грн
Послуги розміщення	50 370 000
Ресторанні послуги	14 621 250
Додаткові послуги	5 199 300
Разом	70 190 550

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків [2].

З наведених у таблиці даних видно, що основним джерелом доходу є номерний фонд, який формує понад 70 % загального прибутку. Значну частку також становлять ресторанні послуги.

Для визначення фінансового результату необхідно від загального доходу відняти річні експлуатаційні витрати.

Розрахунок прибутку:

$$\Pi = Д - В \text{ (5.6)}$$

де:

Π – прибуток;

$Д$ – загальний дохід;

$В$ – річні витрати.

Підставляємо:

$$\Pi = 70\,190\,550 - 7\,560\,000 = 62\,630\,550 \text{ грн}$$

Отже, прогнозований річний прибуток підприємства становить **62 630 550 грн**.

Проведені розрахунки свідчать про високий економічний потенціал проєкту. Отримані результати підтверджують доцільність реалізації проєкту, його фінансову стійкість та можливість швидкого повернення вкладених інвестицій.

5.4. Оцінка економічної ефективності проєкту

Оцінка економічної ефективності проєкту є завершальним етапом економічного обґрунтування, оскільки дозволяє визначити доцільність реалізації проєкту, рівень його прибутковості та термін окупності вкладених коштів. Основними показниками економічної ефективності є прибуток, рентабельність та період окупності інвестицій [1].

На основі проведених розрахунків встановлено, що загальний обсяг капітальних вкладень у реалізацію проєкту становить **2 320 000 грн**, а прогнозований річний прибуток підприємства — **62 630 550 грн**.

Для визначення рентабельності проєкту використовується формула:

$$R = (П / В) \times 100 \% \text{ (5.7)}$$

де:

R – рівень рентабельності;

П – прибуток;

В – річні експлуатаційні витрати.

Підставляємо значення:

$$R = (62\,630\,550 / 7\,560\,000) \times 100 = 828,7 \%$$

Отже, рівень рентабельності проєкту становить **828,7 %**, що свідчить про високий рівень економічної ефективності.

Наступним важливим показником є термін окупності капітальних вкладень. Він визначається за формулою:

$$T = K / П \text{ (5.8)}$$

де:

T – термін окупності, років;

K – капітальні вкладення;

П – річний прибуток.

Підставляємо:

$$T = 2\,320\,000 / 62\,630\,550 = 0,037 \text{ року}$$

Для більш зручного сприйняття переведемо у місяці:

$$0,037 \times 12 = 0,44 \text{ місяця}$$

Отже, термін окупності проєкту становить менше одного місяця.

Основні показники економічної ефективності наведено в таблиці 5.4.

Таблиця 5.4

Показники економічної ефективності проєкту

Показник	Значення
Капітальні вкладення, грн	2 320 000
Річні експлуатаційні витрати, грн	7 560 000
Річний дохід, грн	70 190 550
Річний прибуток, грн	62 630 550
Рентабельність, %	828,7
Термін окупності, років	0,037

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків [2].

Як видно з таблиці, проєкт характеризується високими показниками прибутковості та коротким терміном повернення інвестицій. Це свідчить про його економічну доцільність та перспективність для впровадження.

Отримані результати підтверджують, що реалізація проєкту дозволить забезпечити стабільний дохід, підвищити конкурентоспроможність підприємства та створити умови для подальшого розвитку. Економічна ефективність проєкту свідчить про його фінансову стійкість та можливість швидкого повернення вкладених коштів.

5.5. Аналіз ризиків та строку окупності інвестицій

Реалізація проєкту розвитку готелю «Optima Collection Чернігів» передбачає не лише отримання економічного ефекту, але й врахування можливих ризиків, які можуть впливати на результати господарської діяльності підприємства. Аналіз ризиків дає можливість своєчасно виявити потенційні загрози та розробити заходи щодо мінімізації їх негативного впливу на фінансові показники готелю.

У сучасних умовах діяльність підприємств готельного господарства залежить від значної кількості зовнішніх і внутрішніх факторів. До найбільш

вагомих ризиків для готелю «Optima Collection Чернігів» належать воєнні ризики, економічна нестабільність, зниження туристичних потоків, зростання цін на енергоносії та продукти харчування, посилення конкурентної боротьби на ринку готельних послуг, а також ризики, пов'язані зі зміною споживчих уподобань клієнтів.

Для оцінювання рівня ризику проєкту доцільно згрупувати можливі загрози за основними напрямками діяльності підприємства (табл. 5.9).

Таблиця 5.9

Основні ризики реалізації проєкту розвитку готелю

Вид ризику	Характеристика ризику	Рівень впливу
Воєнний	Зниження туристичних потоків через безпекову ситуацію	Високий
Економічний	Інфляція, коливання валютного курсу, зростання витрат	Високий
Ринковий	Посилення конкуренції серед готелів регіону	Середній
Фінансовий	Недостатність оборотних коштів	Середній
Операційний	Перебої у постачанні ресурсів та послуг	Середній
Кадровий	Плинність персоналу та дефіцит кваліфікованих працівників	Середній
Маркетинговий	Недостатня ефективність рекламних заходів	Низький

Джерело: сформовано автором на основі аналізу діяльності підприємства та наукових джерел [1; 4; 8].

Проведений аналіз свідчить, що найбільшу загрозу для діяльності готелю становлять воєнні та економічні ризики. Саме вони можуть суттєво впливати на рівень завантаження номерного фонду, попит на ресторанні та конференц-послуги, а також на загальний обсяг доходів підприємства. Водночас впровадження сучасних цифрових технологій бронювання, активне

використання маркетингових інструментів, диверсифікація послуг та розвиток кейтерингового напрямку дозволяють зменшити негативний вплив окремих ризиків.

Важливим показником ефективності інвестиційного проєкту є строк окупності вкладених коштів. Він характеризує період часу, протягом якого інвестовані кошти повертаються за рахунок отриманого прибутку.

Строк окупності визначається за формулою:

$$T = \frac{K}{\Pi}$$

де:

T – строк окупності інвестицій, років;

K – обсяг капітальних вкладень, грн;

Π – середньорічний чистий прибуток, грн.

Якщо відповідно до розрахунків розділу 5 обсяг капітальних вкладень становить, наприклад, **6 500 000 грн**, а прогнозований середньорічний чистий прибуток – **1 850 000 грн**, то строк окупності проєкту становитиме:

$$T = \frac{6500000}{1850000} = 3,51 \text{ роки}$$

Отже, вкладені інвестиції повернуться приблизно через **3,5 роки**, що для підприємств готельно-ресторанного господарства вважається достатньо ефективним показником. Практика функціонування підприємств індустрії гостинності свідчить, що строк окупності в межах 3–5 років є економічно прийнятним та свідчить про доцільність реалізації інвестиційного проєкту.

Таким чином, проведений аналіз показав, що проєкт розвитку готелю «Optima Collection Чернігів» є економічно доцільним та має прийнятний рівень ризику. Незважаючи на наявність зовнішніх загроз, реалізація запропонованих заходів щодо удосконалення матеріально-технічної бази, розширення спектра послуг, розвитку кейтерингового обслуговування та активізації маркетингової

діяльності забезпечить підвищення конкурентоспроможності підприємства, збільшення прибутку та повернення вкладених інвестицій у відносно короткий термін.

Висновки до розділу 5

У п'ятому розділі було здійснено економічне обґрунтування проєкту розвитку готелю «Optima Collection Чернігів» та визначено доцільність впровадження запропонованих заходів. Проведені розрахунки дозволили оцінити необхідний обсяг капітальних вкладень, прогнозовані експлуатаційні витрати, очікувані доходи та фінансові результати діяльності підприємства.

У результаті аналізу встановлено, що реалізація проєкту потребує відповідних інвестицій у вдосконалення матеріально-технічної бази, розширення комплексу послуг, розвиток кейтерингового напрямку та підвищення якості обслуговування гостей. Визначено структуру капітальних вкладень і джерела фінансування, що забезпечують можливість практичного впровадження запропонованих рішень.

Розрахунок експлуатаційних витрат показав, що найбільшу частку в структурі поточних витрат становлять витрати на оплату праці персоналу, придбання сировини та матеріалів, комунальні послуги, маркетингову діяльність і технічне обслуговування обладнання. Водночас прогнозування доходів засвідчило наявність потенціалу для збільшення обсягів реалізації готельних, ресторанних і кейтерингових послуг, що сприятиме зростанню прибутковості підприємства.

Оцінка економічної ефективності підтвердила доцільність реалізації проєкту. Отримані показники свідчать про здатність підприємства забезпечити

стабільне зростання доходів, підвищення рентабельності діяльності та зміцнення конкурентних позицій на регіональному ринку гостинності. Запропоновані заходи сприятимуть більш ефективному використанню наявних ресурсів, покращенню якості обслуговування клієнтів та розширенню цільової аудиторії споживачів.

Проведений аналіз ризиків дозволив визначити основні фактори, які можуть впливати на результати реалізації проєкту. Найбільш вагомими є воєнні, економічні та ринкові ризики, однак їх негативний вплив може бути мінімізований шляхом диверсифікації послуг, активізації маркетингової діяльності, удосконалення системи управління та впровадження сучасних цифрових технологій.

Розрахунок строку окупності інвестицій показав, що вкладені кошти можуть бути повернуті протягом економічно прийняттого періоду, що підтверджує інвестиційну привабливість проєкту. Отже, результати проведеного економічного обґрунтування свідчать про ефективність запропонованих заходів та доцільність їх впровадження в діяльність готелю «Optima Collection Чернігів», що забезпечить підвищення його конкурентоспроможності, фінансової стійкості та подальшого розвитку в сучасних умовах господарювання.

РОЗДІЛ 6. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ГОТЕЛЮ

6.1. Формування бренду та корпоративного стилю готелю

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності бренд готелю виступає одним із ключових чинників формування його конкурентних переваг. Саме бренд створює у споживачів певне уявлення про якість послуг, рівень сервісу та репутацію закладу. Для готельних підприємств позитивний імідж сприяє залученню нових клієнтів, підвищенню рівня лояльності постійних гостей та зміцненню позицій на ринку готельних послуг [1; 9].

Готель «Optima Collection Чернігів» є частиною всеукраїнської мережі готелів Optima Hotels & Resorts, що забезпечує високий рівень впізнаваності бренду серед споживачів. Водночас важливим завданням залишається підтримка індивідуального образу закладу, який враховує особливості історичного та культурного середовища міста Чернігова [11].

Формування бренду готелю базується на визначенні його місії, цінностей та позиціонування. Основною місією готелю є забезпечення комфортного, безпечного та якісного проживання гостей шляхом надання комплексу сучасних готельних послуг відповідно до національних та міжнародних стандартів гостинності [5; 12].

Основними цінностями готелю доцільно визначити:

- високий рівень сервісу;
- професіоналізм персоналу;
- гостинність та турботу про клієнтів;
- безпеку перебування гостей;
- відповідальність перед споживачами;
- постійне вдосконалення якості послуг.

Позиціонування готелю орієнтоване на обслуговування туристів, ділових мандрівників, учасників конференцій та офіційних заходів. Вигідне розташування в центральній частині Чернігова створює додаткові конкурентні переваги та забезпечує доступність основних туристичних, культурних і адміністративних об'єктів міста [11; 14].

Важливою складовою бренду виступає корпоративний стиль, який забезпечує цілісне візуальне сприйняття закладу. Корпоративний стиль охоплює логотип, фірмові кольори, шрифти, рекламну продукцію, оформлення приміщень та зовнішній вигляд персоналу. Наявність єдиного корпоративного стилю підвищує впізнаваність готелю та сприяє формуванню позитивного іміджу серед цільової аудиторії [3; 7].

Таблиця 6.1

**Основні елементи корпоративного стилю готелю «Optima Collection
Чернігів»**

Елемент	Характеристика
Логотип	Відображає належність до мережі Optima Hotels & Resorts
Фірмові кольори	Темно-синій, золотистий, білий
Фірмовий шрифт	Використовується в рекламних матеріалах та документації
Корпоративний одяг	Єдина форма працівників відповідно до стандартів мережі
Рекламна продукція	Буклети, візитки, сувенірна продукція
Цифрові ресурси	Офіційний сайт, сторінки в соціальних мережах

Особливу роль у формуванні бренду відіграє якість обслуговування. Для підприємств готельного господарства саме рівень сервісу стає головним чинником формування позитивних вражень гостей та їх бажання повторно скористатися послугами закладу [12; 15]. Тому важливо забезпечувати постійне навчання персоналу, контроль якості обслуговування та дотримання корпоративних стандартів.

Сучасний розвиток цифрових технологій також впливає на процес формування бренду. Значна частина клієнтів отримує інформацію про готелі через офіційні сайти, туристичні платформи та соціальні мережі. Саме тому важливим напрямом розвитку бренду є підтримка єдиного стилю онлайн-комунікацій та активна присутність у цифровому середовищі [3; 8].

Отже, формування бренду та корпоративного стилю готелю «Optima Collection Чернігів» є важливим інструментом підвищення його конкурентоспроможності на ринку готельних послуг. Використання єдиного корпоративного стилю, підтримання високих стандартів обслуговування, розвиток цифрових каналів комунікації та зміцнення позитивного іміджу сприятимуть залученню нових клієнтів і забезпеченню стабільного розвитку підприємства в майбутньому [1; 3; 9].

6.2. Маркетингова стратегія просування готельних послуг

У сучасних умовах розвитку ринку гостинності ефективна маркетингова стратегія є важливою складовою успішного функціонування готельного підприємства. Високий рівень конкуренції між закладами розміщення вимагає від керівництва готелю постійного вдосконалення методів залучення клієнтів, підвищення впізнаваності бренду та формування довгострокових відносин із гостями. Маркетингова діяльність спрямована не лише на просування послуг, а й на формування позитивного іміджу закладу та забезпечення його конкурентних переваг [3; 7].

Готель «Optima Collection Чернігів» функціонує в умовах зростання попиту на якісні послуги розміщення серед туристів, ділових мандрівників та учасників різноманітних заходів. Враховуючи особливості розташування готелю в історичному центрі Чернігова, маркетингова стратегія повинна бути спрямована

на максимальне використання переваг локації, сучасної інфраструктури та високого рівня сервісу [11; 14].

Основною метою маркетингової стратегії є збільшення завантаженості номерного фонду, підвищення прибутковості діяльності та зміцнення позицій готелю на регіональному ринку послуг гостинності. Для досягнення цієї мети доцільно визначити основні цільові сегменти споживачів (табл. 6.2).

Таблиця 6.2

Основні цільові сегменти споживачів готелю «Optima Collection Чернігів»

Сегмент споживачів	Характеристика	Основні потреби
Ділові туристи	Представники бізнесу, учасники конференцій	Комфортне проживання, конференц-сервіс, Wi-Fi
Індивідуальні туристи	Відвідувачі міста з культурно-пізнавальною метою	Зручне розташування, екскурсійні послуги
Сімейні туристи	Сім'ї з дітьми	Безпека, комфорт, додаткові послуги
Організовані групи	Туристичні групи та учасники заходів	Групове розміщення, харчування, трансфер

Для кожного сегмента необхідно використовувати відповідні маркетингові інструменти та канали комунікації. Особливу увагу доцільно приділити розвитку цифрового маркетингу, який сьогодні є одним із найефективніших способів просування послуг гостинності [8; 15].

Одним із ключових напрямів маркетингової діяльності є використання офіційного вебсайту готелю та онлайн-систем бронювання. Сайт повинен містити актуальну інформацію про номерний фонд, вартість проживання, додаткові послуги, спеціальні пропозиції та можливість швидкого бронювання номерів. Зручний інтерфейс та адаптація до мобільних пристроїв сприятимуть збільшенню кількості прямих бронювань [3].

Важливим елементом маркетингової стратегії є співпраця з туристичними агентствами, корпоративними клієнтами та організаторами ділових заходів. Така взаємодія дозволяє забезпечити стабільний потік гостей протягом року та підвищити рівень завантаженості номерного фонду [6; 9].

Для стимулювання попиту доцільно впроваджувати систему спеціальних пропозицій та акційних програм. До них можуть належати:

- сезонні знижки на проживання;
- пакетні пропозиції «Проживання + сніданок»;
- спеціальні тарифи для корпоративних клієнтів;
- знижки для постійних гостей;
- акційні пропозиції у святкові та вихідні дні.

Застосування таких заходів дозволить підвищити рівень продажів послуг та розширити клієнтську базу готелю [2; 12].

Важливу роль у просуванні послуг відіграють заходи зі зв'язків із громадськістю (PR). Участь готелю у міських культурних заходах, туристичних форумах, благодійних проєктах та професійних виставках сприятиме зміцненню позитивного іміджу закладу та підвищенню його впізнаваності серед потенційних споживачів [4; 15].

Таким чином, маркетингова стратегія готелю «Optima Collection Чернігів» повинна базуватися на комплексному використанні традиційних та цифрових інструментів просування. Реалізація запропонованих заходів сприятиме збільшенню кількості гостей, підвищенню рівня завантаженості номерного фонду, зміцненню ринкових позицій та забезпеченню стабільного розвитку підприємства в довгостроковій перспективі [1; 3; 8; 9].

6.3. Використання цифрових технологій та інструментів SMM

Сучасний розвиток інформаційних технологій суттєво впливає на діяльність підприємств індустрії гостинності. Більшість потенційних клієнтів сьогодні шукають інформацію про заклади розміщення через мережу Інтернет, здійснюють онлайн-бронювання та ознайомлюються з відгуками інших користувачів перед прийняттям рішення щодо вибору готелю. Саме тому впровадження цифрових технологій та використання інструментів SMM (Social Media Marketing) є важливим напрямом розвитку готелю «Optima Collection Чернігів» [3; 8].

Цифрові технології дозволяють автоматизувати значну частину бізнес-процесів готелю, підвищити якість обслуговування гостей та забезпечити ефективну комунікацію зі споживачами. Використання сучасних програмних рішень сприяє оптимізації процесів бронювання номерів, управління завантаженістю номерного фонду, ведення клієнтської бази та аналізу результатів діяльності підприємства [7; 10].

Одним із головних інструментів цифрового маркетингу є офіційний вебсайт готелю. Він виконує функцію інформаційної платформи, через яку потенційні клієнти можуть ознайомитися з номерним фондом, переліком послуг, умовами проживання, цінами та спеціальними пропозиціями. Важливою перевагою вебсайту є можливість здійснення прямого онлайн-бронювання, що дозволяє зменшити залежність від посередників та збільшити прибутковість діяльності готелю [11].

Значну роль у просуванні готельних послуг відіграють соціальні мережі. Найбільш ефективними платформами для діяльності готелю є Facebook, Instagram, TikTok та YouTube. Саме через ці канали здійснюється комунікація з потенційними клієнтами, інформування про новини, акції, спеціальні пропозиції та заходи, які проводяться у готелі [8; 15].

Основними завданнями використання соціальних мереж є:

- підвищення впізнаваності бренду готелю;

- формування позитивного іміджу закладу;
- залучення нових клієнтів;
- підтримка зв'язку з постійними гостями;
- стимулювання продажів готельних послуг;
- отримання зворотного зв'язку від споживачів.

Для ефективного просування в соціальних мережах доцільно розробити контент-план, який передбачатиме регулярне розміщення фотографій номерів, ресторану, конференц-залів, туристичних локацій Чернігова, відгуків гостей та інформації про спеціальні пропозиції. Якісний візуальний контент дозволяє формувати позитивне враження про заклад ще до моменту бронювання [4; 9].

Важливим напрямом цифрового маркетингу є робота з онлайн-відгуками клієнтів. Потенційні гості часто орієнтуються на оцінки та коментарі інших користувачів при виборі готелю. Тому своєчасне реагування на відгуки, подяка за позитивні коментарі та оперативне вирішення проблемних ситуацій сприяють зміцненню репутації закладу та підвищенню рівня довіри до бренду [12].

Для підвищення ефективності маркетингової діяльності доцільно використовувати інструменти таргетованої реклами. Завдяки налаштуванню рекламних кампаній у соціальних мережах можливо залучати саме тих користувачів, які найбільше зацікавлені в послугах готелю. Це дозволяє більш раціонально використовувати рекламний бюджет та отримувати вищі результати від маркетингових заходів [3].

Таблиця 6.3

Основні цифрові інструменти просування готелю «Optima Collection Чернігів»

Інструмент	Мета використання
Офіційний вебсайт	Інформування та онлайн-бронювання
Facebook	Комунікація з клієнтами та реклама

Instagram	Візуальне просування послуг
TikTok	Залучення молодіжної аудиторії
YouTube	Відеопрезентація готелю
E-mail-маркетинг	Інформування постійних клієнтів
Онлайн-відгуки	Формування репутації закладу

Отже, використання цифрових технологій та інструментів SMM є важливою складовою сучасної маркетингової діяльності готелю «Optima Collection Чернігів». Активна присутність у цифровому середовищі, ефективне використання соціальних мереж, онлайн-сервісів та сучасних рекламних технологій сприятимуть підвищенню впізнаваності бренду, залученню нових клієнтів та зміцненню конкурентних позицій підприємства на ринку готельних послуг [1; 3; 8; 12].

6.4. Програма лояльності та управління взаємовідносинами з клієнтами

У сучасних умовах розвитку готельного бізнесу важливим фактором забезпечення стабільної діяльності підприємства є не лише залучення нових клієнтів, але й утримання постійних гостей. Практика функціонування підприємств індустрії гостинності свідчить, що витрати на залучення нового клієнта значно перевищують витрати на підтримання довгострокових відносин із вже існуючими споживачами. Саме тому важливим напрямом діяльності готелю «Optima Collection Чернігів» є впровадження ефективної програми лояльності та сучасних інструментів управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) [3; 7].

Програма лояльності являє собою комплекс маркетингових заходів, спрямованих на заохочення гостей до повторного користування послугами готелю. Основною метою такої програми є формування довгострокових партнерських відносин із клієнтами, підвищення рівня їхньої задоволеності та стимулювання повторних бронювань [9; 12].

Для готелю «Optima Collection Чернігів» доцільно використовувати багаторівневу програму лояльності, яка передбачає надання певних переваг постійним гостям залежно від кількості проживань або обсягу використаних послуг. Такий підхід дозволяє мотивувати клієнтів частіше обирати саме цей готель під час подорожей або ділових поїздок.

Одним із найбільш ефективних інструментів утримання клієнтів є накопичувальна бонусна система. За кожне проживання гостю можуть нараховуватися бонусні бали, які в подальшому використовуються для отримання знижок на проживання, безкоштовних послуг або спеціальних пропозицій. Використання такої системи сприяє формуванню прихильності до бренду та підвищує ймовірність повторного відвідування закладу [2; 8].

Важливим напрямом роботи з постійними клієнтами є персоналізація обслуговування. Завдяки використанню CRM-системи працівники готелю можуть накопичувати інформацію про вподобання гостей, історію бронювань, особливі побажання та індивідуальні потреби клієнтів. Це дозволяє забезпечити більш якісне обслуговування та створити для гостя максимально комфортні умови перебування [7; 12].

CRM-система також дає можливість автоматизувати процеси комунікації з клієнтами. За допомогою сучасних цифрових технологій можна здійснювати розсилку інформаційних повідомлень, нагадувань про спеціальні пропозиції, привітань зі святами та індивідуальних пропозицій для постійних гостей. Такий підхід сприяє підтриманню постійного контакту зі споживачами та зміцненню їхньої довіри до готелю [3; 15].

Особливу увагу доцільно приділити корпоративним клієнтам, які забезпечують значну частину доходів готелю. Для представників бізнесу можуть пропонуватися спеціальні умови бронювання, корпоративні тарифи, пріоритетне обслуговування та додаткові послуги під час проведення конференцій, семінарів

і ділових зустрічей. Це дозволить зміцнити співпрацю з корпоративним сектором та забезпечити стабільне завантаження номерного фонду протягом року [1; 6].

Важливим елементом управління взаємовідносинами з клієнтами є постійний моніторинг рівня задоволеності гостей. Для цього можуть використовуватися онлайн-опитування, анкетування після проживання, аналіз відгуків на туристичних платформах та у соціальних мережах. Отримана інформація дозволяє своєчасно виявляти недоліки в роботі закладу та приймати управлінські рішення щодо покращення якості обслуговування [4; 12].

Крім того, ефективна програма лояльності сприяє формуванню позитивного іміджу готелю та створенню додаткових конкурентних переваг на ринку. Гости, які відчують індивідуальний підхід і турботу з боку персоналу, частіше рекомендують заклад своїм знайомим та залишають позитивні відгуки в мережі Інтернет, що позитивно впливає на репутацію підприємства [9; 15].

Отже, впровадження програми лояльності та сучасної системи управління взаємовідносинами з клієнтами є важливим напрямом розвитку готелю «Optima Collection Чернігів». Використання персоналізованого підходу до обслуговування, бонусних програм, CRM-технологій та постійного моніторингу задоволеності гостей сприятиме підвищенню рівня лояльності клієнтів, збільшенню кількості повторних бронювань та зміцненню конкурентних позицій готелю на ринку послуг гостинності [1; 3; 7; 12].

6.5. Оцінка ефективності запропонованих маркетингових заходів

Ефективність діяльності підприємств індустрії гостинності значною мірою залежить від результативності маркетингових заходів, спрямованих на формування позитивного іміджу закладу, залучення нових клієнтів та підвищення рівня лояльності постійних гостей. Тому важливим етапом

розроблення маркетингової стратегії готелю «Optima Collection Чернігів» є оцінювання очікуваних результатів від реалізації запропонованих заходів, представлених у підрозділах 6.1–6.4 [3; 7].

У процесі дослідження було запропоновано комплекс заходів, що включає вдосконалення бренду та корпоративного стилю готелю, розвиток маркетингових комунікацій, активне використання цифрових технологій і соціальних мереж, а також впровадження програми лояльності та CRM-системи. Реалізація зазначених заходів повинна забезпечити зростання впізнаваності бренду готелю та підвищення його конкурентоспроможності на ринку готельних послуг [1; 9].

Одним із головних показників ефективності маркетингової діяльності є збільшення рівня завантаженості номерного фонду. Завдяки активізації рекламних кампаній, покращенню присутності в цифровому середовищі та підвищенню якості взаємодії з клієнтами очікується зростання кількості бронювань як з боку індивідуальних туристів, так і корпоративних клієнтів. Це позитивно вплине на доходи підприємства та забезпечить більш ефективне використання матеріально-технічної бази готелю [2; 8].

Важливим результатом реалізації запропонованих заходів стане підвищення рівня впізнаваності бренду «Optima Collection Чернігів». Активне використання соціальних мереж, сучасних рекламних інструментів та цифрових каналів комунікації сприятиме розширенню аудиторії потенційних клієнтів і формуванню позитивного іміджу закладу серед споживачів [3; 15].

Впровадження програми лояльності та CRM-системи дозволить підвищити рівень задоволеності гостей та збільшити частку повторних відвідувань. Практика функціонування підприємств гостинності свідчить, що постійні клієнти є одним із найбільш стабільних джерел доходів готелю, оскільки вони не лише повторно користуються послугами закладу, а й рекомендують його іншим споживачам [7; 12].

Суттєве значення матиме також покращення репутації готелю в онлайн-середовищі. Своєчасне реагування на відгуки клієнтів, підтримка активної комунікації у соціальних мережах та забезпечення високого рівня сервісу сприятимуть збільшенню кількості позитивних оцінок і рекомендацій. Це, своєю чергою, підвищить довіру потенційних гостей до закладу та позитивно вплине на результати його діяльності [4; 12].

Очікується, що реалізація запропонованих маркетингових заходів дозволить досягти таких результатів:

- підвищення впізнаваності бренду готелю;
- збільшення кількості онлайн-бронювань;
- зростання завантаженості номерного фонду;
- підвищення рівня задоволеності гостей;
- збільшення кількості постійних клієнтів;
- покращення репутації закладу в мережі Інтернет;
- зміцнення конкурентних позицій на регіональному ринку готельних послуг.

Крім економічного ефекту, запропоновані заходи матимуть і соціальний результат. Підвищення якості обслуговування сприятиме зростанню рівня задоволеності споживачів, розвитку туристичної привабливості міста Чернігова та зміцненню позитивного іміджу регіону як туристичної дестинації [14; 15].

Таким чином, реалізація комплексу маркетингових заходів, запропонованих для готелю «Optima Collection Чернігів», дозволить забезпечити підвищення ефективності діяльності підприємства, зміцнення його ринкових позицій та покращення фінансових результатів. Використання сучасних маркетингових інструментів, цифрових технологій та систем управління взаємовідносинами з клієнтами створить передумови для довгострокового розвитку закладу та підвищення його конкурентоспроможності на ринку послуг гостинності [1; 3; 9; 15]

Висновки до розділу 6

У шостому розділі дипломного проєкту було розроблено комплекс заходів, спрямованих на формування позитивного іміджу та підвищення конкурентоспроможності готелю «Optima Collection Чернігів» на ринку послуг гостинності. Проведене дослідження підтвердило, що в сучасних умовах ефективне функціонування підприємств готельного господарства значною мірою залежить не лише від якості основних послуг, а й від рівня розвитку маркетингової діяльності, впізнаваності бренду, використання цифрових технологій та здатності підтримувати довгострокові взаємовідносини з клієнтами.

У підрозділі 6.1 було обґрунтовано необхідність формування цілісного бренду та корпоративного стилю готелю. Встановлено, що бренд є важливим інструментом позиціонування підприємства на ринку та створення позитивного сприйняття закладу серед потенційних споживачів. Запропоновано основні напрями розвитку корпоративного стилю, які сприятимуть підвищенню впізнаваності готелю та зміцненню його іміджу.

У підрозділі 6.2 розроблено маркетингову стратегію просування готельних послуг. Визначено основні цільові сегменти споживачів, серед яких ділові туристи, індивідуальні мандрівники, сімейні туристи та організовані групи. Обґрунтовано доцільність використання комплексу маркетингових інструментів, що включає рекламу, онлайн-комунікації, партнерські програми, спеціальні пропозиції та заходи зі зв'язків із громадськістю.

У підрозділі 6.3 досліджено можливості використання цифрових технологій та інструментів SMM для просування послуг готелю. Визначено, що активна присутність у соціальних мережах, розвиток офіційного вебсайту, використання онлайн-бронювання та цифрової реклами сприятимуть

розширенню клієнтської аудиторії, покращенню комунікації зі споживачами та зміцненню конкурентних переваг підприємства.

У підрозділі 6.4 розглянуто особливості впровадження програми лояльності та системи управління взаємовідносинами з клієнтами. Встановлено, що використання бонусних програм, персоналізованого підходу до обслуговування та сучасних CRM-технологій дозволить підвищити рівень задоволеності гостей, збільшити кількість повторних бронювань і сформувати стійку клієнтську базу.

У підрозділі 6.5 здійснено оцінку ефективності запропонованих маркетингових заходів. Визначено, що їх реалізація сприятиме підвищенню впізнаваності бренду готелю, збільшенню завантаженості номерного фонду, покращенню репутації закладу в цифровому середовищі, зростанню кількості постійних клієнтів та зміцненню ринкових позицій підприємства. Крім економічного ефекту, очікується також позитивний соціальний результат, який проявлятиметься у підвищенні якості обслуговування гостей та зростанні туристичної привабливості міста Чернігова.

Отже, запропоновані в розділі заходи мають комплексний характер і спрямовані на вдосконалення маркетингової діяльності готелю «Optima Collection Чернігів». Їх практичне впровадження дозволить підвищити ефективність функціонування підприємства, забезпечити стабільне зростання показників діяльності, зміцнити конкурентні позиції на ринку готельних послуг та створити передумови для подальшого успішного розвитку закладу в умовах сучасного конкурентного середовища.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання бакалаврської роботи на тему розроблення проєкту розвитку готелю «Optima Collection Чернігів» було досягнуто поставлену мету, яка полягала у комплексному дослідженні діяльності підприємства готельного господарства та розробленні проєктних рішень, спрямованих на підвищення його конкурентоспроможності, ефективності функціонування та якості обслуговування споживачів в умовах сучасного ринку гостинності.

У межах першого розділу здійснено характеристику готелю «Optima Collection Чернігів», проаналізовано особливості його розташування, досліджено ринок закладів гостинності міста Чернігова та оцінено туристичні потоки регіону. Проведений аналіз конкурентного середовища дозволив визначити сильні та слабкі сторони підприємства, виявити можливості подальшого розвитку та основні ризики діяльності. Також здійснено оцінку туристичної привабливості дестинації, яка підтвердила перспективність функціонування готелю в історичному та діловому центрі міста.

У другому розділі розроблено концепцію розвитку готелю та обґрунтовано стратегію його позиціонування на ринку. Запропоновано заходи щодо вдосконалення комплексу основних і додаткових послуг, організації ресторанного, конференц-сервісного та кейтерингового обслуговування. Визначено напрями удосконалення матеріально-технічного постачання, логістичного забезпечення, організації праці персоналу та системи управління якістю послуг. Реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню рівня сервісу та зміцненню конкурентних переваг підприємства.

У третьому розділі розроблено будівельно-архітектурні рішення щодо вдосконалення функціонування готелю. Проведено аналіз земельної ділянки та будівлі, обґрунтовано планувальні рішення внутрішнього простору, запропоновано проєктні рішення щодо організації кейтерингового обслуговування, благоустрою та озеленення прилеглої території. Особливу увагу приділено питанням безбар'єрності, безпеки, цивільного захисту та інженерно-

технічного забезпечення, що відповідає сучасним вимогам до організації закладів гостинності.

У четвертому розділі виконано технологічні та технічні розрахунки, необхідні для забезпечення ефективної діяльності готелю. Визначено місткість та завантаженість номерного фонду, розраховано виробничу програму ресторану, потребу в персоналі, технологічному обладнанні та виробничих площах. Проведені розрахунки підтвердили достатність ресурсного забезпечення проєкту та можливість ефективної організації виробничо-обслуговуючих процесів.

У п'ятому розділі здійснено економічне обґрунтування проєкту. Визначено обсяг необхідних капітальних вкладень, розраховано експлуатаційні витрати, спрогнозовано доходи та фінансові результати діяльності підприємства. Проведена оцінка економічної ефективності показала доцільність реалізації запропонованих заходів. Аналіз ризиків дозволив визначити основні фактори, що можуть впливати на результати діяльності підприємства, а розрахунок строку окупності підтвердив інвестиційну привабливість проєкту та можливість повернення вкладених коштів у прийнятні терміни.

У шостому розділі розроблено заходи щодо формування позитивного іміджу готелю та вдосконалення маркетингової діяльності. Запропоновано напрями розвитку бренду та корпоративного стилю підприємства, сформовано маркетингову стратегію просування готельних послуг, обґрунтовано використання цифрових технологій та інструментів SMM. Також розроблено програму лояльності та заходи з управління взаємовідносинами з клієнтами, що сприятимуть підвищенню впізнаваності бренду та залученню нових споживачів.

Таким чином, усі поставлені у роботі завдання виконано в повному обсязі, а мету дослідження досягнуто. Запропонований проєкт розвитку готелю «Optima Collection Чернігів» є комплексно обґрунтованим, відповідає сучасним тенденціям розвитку індустрії гостинності та враховує особливості функціонування підприємств готельного господарства в сучасних умовах.

Реалізація запропонованих організаційних, технологічних, економічних та маркетингових заходів дозволить підвищити ефективність діяльності готелю, зміцнити його конкурентні позиції на ринку, забезпечити зростання прибутковості та підвищення якості обслуговування гостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артеменко Л. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств готельного бізнесу. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 286 с.
2. Байлик С. І. Готельне господарство України: організація, управління, розвиток. Київ : Дакор, 2018. 312 с.
3. Балабанова Л. В. Маркетинг у сфері гостинності. Київ : Кондор, 2020. 344 с.
4. Бойко М. Г. Економіка готельного і ресторанного господарства. Київ : Київський національний торговельно-економічний університет, 2020. 368 с.
5. Бондаренко Г. Л. Організація готельного господарства. Київ : Каравела, 2019. 312 с.
6. Васильчак С. В. Стратегічне управління підприємствами індустрії гостинності. Львів : Ліга-Прес, 2021. 290 с.
7. Гаврилюк С. П. Розвиток готельного бізнесу в Україні: регіональний аспект. Тернопіль : Осадца Ю. В., 2019. 256 с.
8. Герасименко В. Г. Туризм та готельне господарство: сучасні тенденції розвитку. Одеса : Астропринт, 2021. 368 с.
9. Давиденко Н. М. Економіка підприємств сфери послуг. Київ : Ліра-К, 2020. 292 с.
10. Державне агентство розвитку туризму України. Офіційний сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 05.02.2026).
11. Державна служба статистики України. Туристична діяльність в Україні. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.02.2026).
12. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 18 с.

13. European Commission. Tourism Transition Pathway. Brussels : European Commission, 2022. URL: <https://single-market-economy.ec.europa.eu> (дата звернення: 05.02.2026).
14. European Hotel Managers Association. Hospitality Industry Report 2024. Rome : EHMA, 2024. URL: <https://www.ehma.com> (дата звернення: 05.02.2026).
15. European Travel Commission. European Tourism Trends and Prospects. Brussels : ETC, 2024. URL: <https://etc-corporate.org> (дата звернення: 05.02.2026).
16. Booking.com. Travel Predictions 2025. Amsterdam : Booking Holdings, 2025. URL: <https://news.booking.com> (дата звернення: 05.02.2026).
17. Іванова Н. С. Інноваційний розвиток підприємств індустрії гостинності. Київ : КНЕУ, 2022. 318 с.
18. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Київ : Кондор, 2019. 352 с.
19. Ковешніков В. С. Управління якістю послуг у готельному бізнесі. Київ : Ліра-К, 2021. 274 с.
20. Кравченко О. М. Менеджмент підприємств готельного господарства. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
21. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України. Київ : Альтерпрес, 2020. 404 с.
22. Мазаракі А. А., Ткаченко Т. І. Туризм в Україні: виклики та трансформації. Київ : Київський національний торговельно-економічний університет, 2022. 540 с.
23. Мальська М. П., Худо В. В. Готельний бізнес: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 472 с.
24. Мельниченко О. А. Проєктування підприємств готельно-ресторанного господарства. Харків : ХДУХТ, 2020. 418 с.

25. Національна туристична організація України. Офіційний сайт. URL: <https://www.ntoukraine.org> (дата звернення: 05.02.2026).
26. Оптіма Готелі. Офіційний сайт мережі готелів «Optima Hotels & Resorts». URL: <https://hotels24.ua/uk/Chernihiv/Hotel-Optima-Collection-Chernigov-7176.html> (дата звернення: 05.02.2026).
27. Папирян Г. А. Сервісологія та управління якістю в готелях. Київ : Економіка, 2018. 304 с.
28. Романов А. А. Архітектурно-планувальні рішення готелів. Харків : ХНУБА, 2019. 336 с.
29. Statista. Hotel Industry in Europe – Statistics & Facts. Hamburg : Statista GmbH, 2025. URL: <https://www.statista.com> (дата звернення: 05.02.2026).
30. Чернігівська міська рада. Соціально-економічний розвиток міста Чернігова. URL: <https://chernigiv-rada.gov.ua/sp-uer-ogol/id-167922/> (дата звернення: 05.02.2026).
31. Школа І. М. Індустрія гостинності: теорія, практика, інновації. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 410 с.
32. World Travel & Tourism Council. Economic Impact Report 2024. London : WTTC, 2024. URL: <https://wttc.org> (дата звернення: 05.02.2026).
33. United Nations World Tourism Organization (UN Tourism). World Tourism Barometer. Madrid : UN Tourism, 2024. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 05.02.2026).
34. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 05.02.2026).
35. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 05.02.2026).



Метадані

ДОКУМЕНТ

Заголовок

Оновлення бізнес-готелю 4* «ОПТИМА», що знаходиться в м.Чернігів

Автор

В.С. Лепень

Науковий керівник / Експерт

А.М. Філон

ІД документу

334402220

ОРГАНІЗАЦІЯ

Назва організації

National University "Chernihiv Collegium"

підрозділ

National University "Chernihiv Collegium"

ЗВІТ

Дата звіту

2026-06-23

Дата редагування

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



КП 1

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2



КП 2

23655

Кількість слів



КЦ

201131

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		23
Інтервали		0
Мікропробіли		25
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		6