

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

ННІ готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та енології
ім. О.О. Преображенського

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти «Бакалавр»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему **«Розробка нової концепції для готелю «Гагарін» в м. Одеса шляхом створення Instagram номерів»**
(назва кваліфікаційної роботи згідно наказу ОНТУ)

Здобувача (ки) Шаптал О. П.
(прізвище, ініціали)

Керівник доц. Кожевнікова В. О.
(посада, прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 05.06.2026 р., протокол №10

Завідувачка кафедри

ГРБ
(назва кафедри)

(підпис)

Тетяна ЛЕБЕДЕНКО
(Ім'я ПРИЗВИЩЕ)

Одеса - 2026 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ННІ готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та енології
ім. О.О. Преображенського

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти «Бакалавр»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав.кафедри

д.т.н., доц. Лебеденко Т. Є.

«23» березня 2026 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Шантала Олега Петровича

1. Тема роботи Розробка нової концепції для готелю «Гагарін» в м. Одеса шляхом створення Instagram номерів

Затверджена наказом ОНТУ від 31 грудня 2025 р. №737-03, наказом ОНТУ від 11 травня 2026 р. № 177-03

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 05 червня 2026 року

3. Вихідні дані роботи Готель чотири зірки на 248 номерів в місті Одеса

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

Обґрунтувати концепцію на основі наукових досліджень; провести технологічні розрахунки; розробити організаційну структуру; організувати роботу та розробити фінансову модель підприємства; надати висновки та рекомендації; навести список літератури

5. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи, що стосуються їх

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
<i>Обґрунтування концепції на основі наукових досліджень</i>	Кожевнікова В. О., доцент	24.03.2026	22.04.2026
<i>Технологічний розділ</i>	Кожевнікова В. О., доцент	23.04.2026	20.05.2026
<i>Організаційний розділ</i>	Кожевнікова В. О., доцент	22.05.2026	01.06.2026

6. Дата видачі завдання «23» березня 2026 року

Керівник _____ Кожевнікова В. О.
Завдання прийняв до виконання _____ Шаптал О. П.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	<i>Обґрунтування концепції на основі наукових досліджень</i>	24.03.2026-22.04.2026	
2.	<i>Технологічний розділ</i>	23.04.2026-20.05.2026	
3.	<i>Атестація 1 строк виконання</i>	21.05.2026	
4.	<i>Організаційний розділ</i>	22.05.2026-01.06.2026	
5.	<i>Атестація 2 строк виконання</i>	02.06.2026	
6.	<i>Оформлення роботи</i>	03.06.2026-04.06.2026	
7.	<i>Рецензування кваліфікаційної роботи</i>	05.06.2026-06.06.2026	
8.	<i>Захист кваліфікаційної роботи в ЕК</i>	.06.2026	

Здобувач-дипломник _____ Шаптал О. П.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Кожевнікова В. О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник _____ Шаптал О. П.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи на тему:

«Розробка нової концепції для готелю «Гагарін» в м. Одеса шляхом створення Instagram номерів»

Робота містить текстову частину з графічними додатками. Текстова частина складається з трьох розділів: обґрунтування концепції на основі наукових досліджень; технологічний розділ; організаційний розділ. Обов'язкові додатки включають: концепцію закладу готельного господарства, план закладу готельного господарства, експлікацію приміщень підприємства, специфікацію обладнання, послуги закладу готельного господарства, структуру управління закладу готельного господарства.

На початку роботи проведений аналіз ринку готельного бізнесу в м. Одеса, результати наукових досліджень щодо важливості дизайну під час вибору місця проживання та важливість тематичності готелю, номерів, проаналізовані потенційні конкуренти. На основі цих досліджень розроблено концепцію та сформовано унікальну торгову пропозицію для готелю «Гагарін» в м. Одеса.

Концепція перетворення готелю «Гагарін» на lifestyle-дестинацію з інстаграмними номерами ґрунтується на розумінні того, що сучасний гість шукає не просто місце для ночівлі, а простір для емоційного досвіду та самовираження.

Головна мета - перетворити готель «Гагарін» на найбільш «інстаграмний» та впізнаваний готель Одеси, що задає тренди в гостинності. Бізнес-мета: Підвищення RevPAR (доходу на номер) завдяки залученню платоспроможної аудиторії, що цінує естетичний досвід, та створення «вірального» маркетингу (гості самі продають готель через соцмережі). Емоційна мета: Подарувати гостю відчуття «золотої ери» подорожей, де Одеса постає не просто як курорт, а як місце з унікальним характером, стилем та інтелектуальною глибиною.

В роботі запропоновано: 1. Створення Instagram номерів; 2. Впровадження додаткових послуг: «Insta-Kit» в номер, Персональний «Odesa Curator», Послуга «Morning Ritual», Private Sunset Drinks.

В технологічному розділі описані ремонтні роботи, технологія організації роботи служб, представлені обов'язки працівників, проведені розрахунки інвестиційних витрат, експлуатаційної програми. Також в роботі представлена організаційна структура, розрахована заробітна плата працівників, штатний розпис, представлені основні та додаткові послуги, описані заходи щодо охорони праці, пожежної безпеки, захисту навколишнього середовища, розроблена фінансова модель підприємства.

Кваліфікаційна робота бакалавра містить:

Текстової частини – 71 стор.

Таблиць – 20,

Рисунків – 15,

Додатків – 15, з них графічних аркушів – 6.

Літературних джерел – 60 найменування.

ANNOTATION

to qualification work on the topic:

«New concept development for “Gagarin” hotel in Odesa by creating Instagram guest rooms»

The work contains a text part with graphic appendices. The text part consists of three sections: justification of the concept based on scientific research; technological section; organizational section. Mandatory appendices include: the concept of the hotel enterprise, the floor plan of the hotel, floor plan explication, equipment specification, hotel services, hotel management structure.

At the beginning of the work, the hotel business market in Odesa was analyzed, the importance of design when choosing a place to stay and the importance of the thematic nature of the hotel and guest rooms were researched, and potential competitors were analyzed. Based on this research, a concept was developed and a unique sales offer was formed for the “Gagarin” hotel in Odesa.

The concept of transforming “Gagarin” hotel into a lifestyle destination with Instagram rooms is based on the understanding that a modern guest is looking not just for a place to stay, but a space for emotional experience and self-expression.

The main goal is to transform “Gagarin” hotel into the most "Instagrammable" and recognizable hotel in Odesa, setting trends in hospitality. Business goal is to increase RevPAR (revenue per room) by attracting a solvent audience that appreciates aesthetic experience, and creating "viral" marketing (guests themselves sell the hotel via social networks). Emotional goal is to give the guest a feeling of the “golden era” of travel, where Odesa appears not just as a resort, but as a place with a unique character, style and intellectual depth.

The work proposes the following: 1. Creation of Instagram rooms; 2. Implementation of additional services: “Insta-Kit” in the room, personal “Odesa Curator”, “Morning Ritual” service, Private Sunset Drinks.

In the technological part, the hotel infrastructure is designed and guest service technology is provided. Also, the organizational structure is presented in the work, the number of necessary staff and the schedule of their work are calculated. The principles of labor protection at the enterprise are described and financial model of the enterprise is developed.

ЗМІСТ

Вступ.....	6
Розділ 1. Обґрунтування концепції на основі наукових досліджень.....	8
1.1. Характеристика та детальний аналіз об'єкту готельно – ресторанного господарства та його послуг.....	8
1.2. Аналіз конкурентів готельного господарства обраного сегменту.....	18
1.3. Розробка концепції та формування унікальної торгової пропозиції.....	26
Розділ 2. Технологічний розділ.....	34
2.1. Моделювання інфраструктурної складової проекту.....	34
2.2. Проектування окремих функціональних елементів готельного підприємства.....	35
2.2.1. Проектування житлової групи приміщень.....	35
2.2.2. Пропозиції щодо дизайну закладу.....	38
2.2.3.Етапи ремонту приміщень та кошторис ремонтних робіт.....	43
2.3. Розрахунок інвестиційних витрат.....	44
2.4. Технологія і організація обслуговування на готельних підприємствах..	49
2.4.1. Технологія і організація обслуговування гостей службою СПіР і бронювання.....	49
2.4.2. Технологія і організація функціонування служби номерного фонду...	50
2.4.3. Технологія і організація функціонування додаткових служб готельного підприємства.....	51
2.4.4. Організація і функції фінансово-комерційної та інженерно-експлуатаційної служб у готельному підприємстві.....	51
2.5. Показники експлуатаційної програми підприємства.....	52
2.5.1. Оперативні показники експлуатаційної програми підприємства.....	55
Розділ 3. Організаційний розділ	58
3.1. Розробка та характеристика раціональної організаційної структури управління підприємства готельного господарства.....	58
3.2. Штатний розпис та розрахунок оплати праці.....	58
3.3. Моделювання основних і додаткових послуг підприємства.....	58
3.4. Організація охорони праці персоналу, протипожежної системи безпеки, цивільної оборони.....	59
3.5. Організація охорони навколишнього середовища.....	60
3.6. Організація роботи та розробка фінансової моделі підприємства.....	60
Висновки і рекомендації	65
Список літератури.....	67
Додатки.....	72

					<i>КРБ.ГРБ.1.177-03.1.13</i>			
<i>Зм.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>	<i>«Розробка нової концепції для готелю «Гагарін» в м. Одеса шляхом створення Instagram номерів»</i>	<i>Літ.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
Студент.		Шаптал О. П.						
Консульт.							5	101
Керівник		Кожевнікова В. О.				ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС - 402а		
Н. Контр.		Коваленко Н. О.						
Зав. Каф.		Лебеденко Т. Є.						

ВСТУП

В сучасному світі діджиталізація, контент, соціальні мережі стали невід’ємною частиною життя більшості людей. Вони навчилися заробляти там, продавати, презентувати та направляти всі соціальні взаємодії у потрібне їм русло.

Працюючі готелі, по типу як «Гагарін» в місті Одеса вже давно на ринку, туристи та гості міста його знають і все тяжче їх дивувати, приваблювати їх увагу. Хтось, із готелів, вводить інноваційні фішки, сучасні технології, пропонують цікаві програми лояльності, розширюють інфраструктуру, а деякі починають вплив із середини – змінюють дизайн. Він може бути частково змінений, може торкнутися тільки номерного фонду, але головною ідеєю є позитивний вплив на гостя, користь для нього.

Ряд наукових досліджень відмічає, що дизайн відіграє значну роль при виборі місця проживання. Мандрівники також виділяють конкретні елементи, які викликали позитивні емоції.

Актуальність даної кваліфікаційної роботи обумовлено потребою урізноманітнити готельний ринок, просувати тематичність номерів, як візитку індивідуальності готелю, як важливу складову, що позитивно впливає на імідж, лояльність зі сторони гостей і ефективність роботи бізнесу.

Об’єкт дослідження обрано готель «Гагарін», Гагарінське плато, 5Б, м. Одеса.

Предметом дослідження були зміни дизайну ряду номерів, створення тематичних номерів та впровадження супутніх послуг.

Мета кваліфікованої роботи полягає в тому, щоб на основі проведених наукових досліджень розробити концепцію, урізноманітнити номерний фонд працюючого готелю та інфраструктуру.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**: проведення досліджень; розробка нової концепції; проведення технологічних

розрахунків; розрахунки та ремонт номерного фонду; надання пропозицій щодо дизайну; технологія і організація обслуговування служб; розробка та характеристика ефективної структури управління; моделювання основних і додаткових послуг; пропозиції щодо заходів з охорони праці персоналу; організація роботи та розробка фінансової моделі підприємства.

Методи дослідження використовувались емпіричні - SWOT – аналіз, порівняльна характеристика, аналіз наукових статей, дослідження; економіко – математичний – розробка фінансової моделі підприємства.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у можливості впровадження розробленої концепції готелю з Instagram – номерами та супутніми послугами.

Практична значимість кваліфікаційної роботи полягає у можливості використання запропонованої концепції та реалізації предмета дослідження, що дозволить модернізувати номерний фонд готелю, розширити цільову аудиторію та урізноманітнити перелік послуг.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку літератури. Загальний зміст викладено на 71 друкованих аркушах. Робота містить 20 таблиць, 15 рисунків та 15 додатків. Список літературних джерел складає 60 найменувань.

Ключові слова: тематичні номери, соціальні мережі, блогерство, готель.

РОЗДІЛ 1. ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ НА ОСНОВІ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

1.1. Характеристика та детальний аналіз об'єкту готельно – ресторанного господарства та його послуг

Готель «Гагарін» - чотиризірковий готель, який розташований у курортному районі міста Одеси, Аркадії, біля центральної алеї, що веде до моря та траси Здоров'я. Адреса: Гагарінське плато, 5Б. (Рис.1.1)

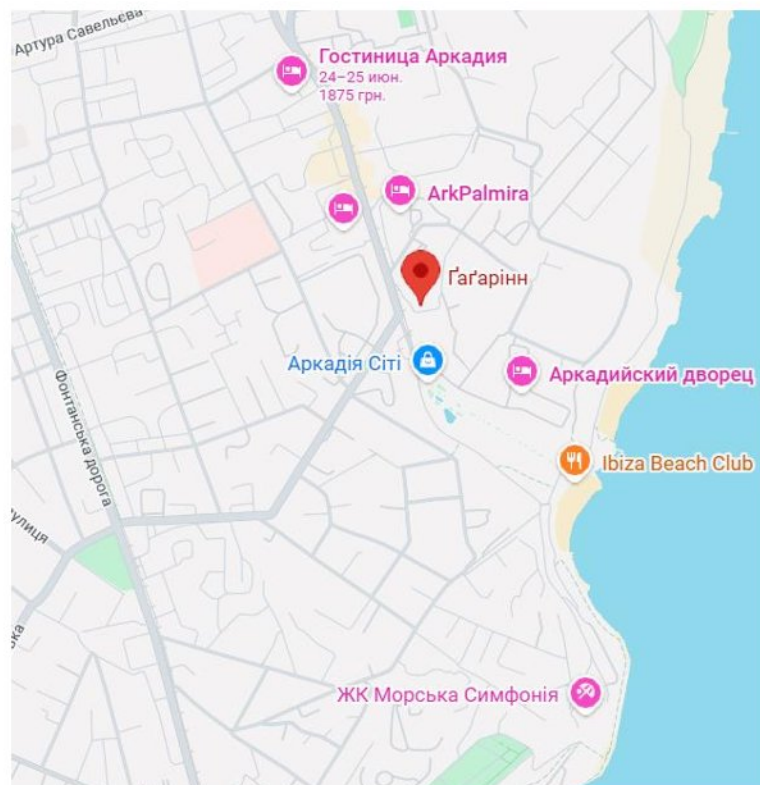


Рис.1.1. Місце розташування готелю «Гагарін»

З готелем можна зв'язатися по телефону, електронною поштою, написати у соціальні мережі, дані представлені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Контакти готелю «Гагарін»

Найменування	Контакти
1	2
Рецепція	+38 (073) 77 444 73; +38 (048) 77 444 73; +38 (063) 73 544 18

1	2
Електронна пошта рецепції	hotel@gagarinn.com
Ресторан	+38 (063) 73 520 60
Конференц сервіс	+38 (093) 53 603 16; +38 (073) 77 444 73(24/7)
Електронна пошта конференц - сервіс	conference@gagarinn.com ; sales@gagarinn.com

Готель «Гагарін» відкрився у 2014 році. Будівля має виражену сучасну висотну архітектуру з використанням скляних фасадів («скляна вежа»), що забезпечує панорамне освітлення внутрішніх приміщень. Основна частина вежі облицьована склом з відбиваючим ефектом. Нижня, стилобатна частина, та вертикальні акцентні елементи виконані з панелей темно-коричневого (цегляного) кольору, що створює візуальний контраст та підкреслює структурну стабільність будівлі. У місці переходу до основної частини вежі розміщено вивіску з назвою готелю, яка слугує композиційним центром фасаду. Поєднання скла та темних панелей надає будівлі строгого, ділового вигляду.

Біля готелю є парковка, зарядні станції електромобілів, також пропонується поряд паркінг.

Вхід розташований у нижній частині будівлі, яка оформлена більш масивно та приземлено, забезпечуючи зручний доступ для відвідувачів та транспортний під'їзд.

Групи приміщень готелю: вестибюльна група, адміністративна група, господарсько – побутова, інженерно – технічна, житлова група, група громадських, культурно-дозвіллевих приміщень. В таблиці 1.2 представлений склад та площа кожного приміщення з групи.

Таблиця 1.2

Склад і площа адміністративних, господарсько – побутових, інженерно-технічних приміщень в готелі «Гагарін»

№	Назва приміщення	Площа приміщення м2
1	2	3
	Адміністративні	
1	Кабінет директора	15
2	Кабінет власника	20
3	Кабінет заступника директора	8
4	Кабінет старшого адміністратора	8
5	Кабінет менеджера номерного фонду	8
6	Кабінет конференц - менеджерів	8
7	Кабінет бухгалтера	8
8	Гардеробна жіноча	25
9	Гардеробна чоловіча	25
	Господарсько - побутові	
1	Пральня	25
2	Склад білизни 1	15
3	Склад білизни 2	15
4	Склад інвентарю 1	10
5	Склад інвентарю 2	8
	Інженерно-технічні	
1	Бойлерна	20
2	Котельня	45
3	Електрощитова	5
4	Бакова	20
	Разом	288

Вестибюльна група готелю «Гагарін» включає хол із зонами очікування, баром.

Интер'єр холу та зона рецепції витримані в стилі сучасної урбаністичної класики. Простір лобі спроектований як відкрита, світла та динамічна зона. Високі стелі та використання сучасних оздоблювальних матеріалів створюють

відчуття простору та представницького комфорту. Дизайн холу включає інтегровані системи освітлення, які створюють м'яке, тепле світло, додаючи затишку у великий відкритий простір. Кольорова гама інтер'єру зазвичай спокійна, з акцентами, які відповідають корпоративному стилю готелю.

Стійка рецепції виготовлена з комбінації якісних матеріалів (можливо, з використанням каменю або сучасних панелей, що імітують дерево чи метал)

Окрім самої зони рецепції, хол плавно переходить у лобі-бар та зону очікування.

Ресторан «GAGARINN FoodHub» розташований на 2-му поверсі готелю. Сніданки проходять з 08:00 до 11:30 по типу шведської лінії. Пропонується піца, суші, стейки, бургери, страви на хоспері та мангалі, вегетаріанські та сезонні пропозиції, десерти з власної кондитерської, авторські коктейлі та велика винна карта [1].

На третьому та четвертому поверхах «Гагарін» розташований комплекс з 9 сучасних конференц-залів, в таблиці 1.3. представлена характеристика.

Таблиця 1.3

Конференц – зали та інші приміщення для проведення заходів

Найменування	Місткість	Площа, м2
1	2	3
Зал 1	до 120	120
Зал 2	до 126	126
Зал 3	до 50	56
Зал 4	до 50	62
Зал 5	до 200	205
Зал 6	до 120	128

Продовження таблиці 1.3

1	2	3
Зал 7	до 180	197
Grand Hall	до 280	260
Кімната переговорів	до 30	42

Обладнання що надається в оренду: звукова система, екран, клікер, фліпчарт, проектор, мікшерний пульт, радіомікрофон, ноутбук.

Номерний фонд готелю складається з 248 номерів категорій: Стандарт, Стандарт Покращений, Люкс, Студія та Сімейний люкс. Площа та кількість номерів кожної категорії представлено у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Характеристика номерного фонду та їх площа

Категорія номеру	Кількість, номерів	Площа, м2
1	2	3
Стандарт	100	20
Покращений	85	21
Люкс	45	40
Студія	15	42
Сімейний люкс	3	64

У всіх номерах є кондиціонер, електронний замок, власні ванні кімнати з косметично – гігієнічними наборами, феном, сушилкою електричною для рушників.

Дизайн номерів витриманий у класичному, стриманому стилі. Стіни пофарбовані у світлі нейтральні тони з матовою фактурою; акцентні зони біля ліжка декоровані м'якими панелями або текстурними шпалерами. Житлова зона

має зносостійке коврове покриття; вхідна зона та санвузли — плитка або керамограніт з нековзною поверхнею. Стеля. Підвісні конструкції для прихованих комунікацій та вентиляції; вбудоване точкове та приховане світлодіодне освітлення.

Стандарт. Облаштування: два односпальних ліжка/ двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, стіл, стілець, полиця довга, плазмовий телевізор, інформаційний матеріал, два стакани, міні – холодильник, дзеркало високе, стаціонарний телефон, шафа відкрита, сейф, смітник. Ванна кімната: душова, умивальник, електрична сушилка для рушників, умивальник, дзеркало з полицею, дві чаші для щіток, унітаз, смітник, йоржик, фен, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу [1].

Покращений номер. Облаштування: два односпальних ліжка/ двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, стіл, стілець, полиця довга, плазмовий телевізор, інформаційний матеріал, два стакани, міні – холодильник, сейф, дзеркало високе, стаціонарний телефон, шафа відкрита, смітник. Ванна кімната: душова, умивальник, електрична сушилка для рушників, умивальник, дзеркало з полицею, дві чаші для щіток, унітаз, смітник, йоржик, фен, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу [1].

Номер Студія. Облаштування: двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, стаціонарний телефон, стіл письмовий, смітник, плазмовий телевізор, інформаційний матеріал, два стакани, міні – холодильник, електричний чайник, дзеркало високе, стілець/крісло, диван кутовий, шафа відкрита, сейф, полиця для багажу, журнальний столик, дзеркало довге, комод (в деяких номерах). Ванна кімната: душова, електрична сушилка для рушників, умивальник, дзеркало з полицею, дві чаші для щіток, унітаз, смітник, йоржик, фен, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу [1].

Люкс. Облаштування. Спальня: двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, полиця довга, плазмовий телевізор, міні – холодильник, стіл, крісло, смітник,

комод. Вітальня: диван кутовий, стіл журнальний, стіл письмовий, стілець, довге дзеркало, банкетка, плазмовий телевізор, шафа відкрита, полиця для багажу, електричний чайник, два стакани, сейф. Ванна кімната: душова, електрична сушилка для рушників, умивальник, дзеркало з полицею, дві чаші для щіток, унітаз, смітник, йоржик, фен, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу [1].

Сімейний Люкс. Облаштування. Спальня: двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, полиця довга, плазмовий телевізор, міні – холодильник, стіл, крісло, смітник, комод. Вітальня: диван кутовий, стіл журнальний, стіл письмовий, стілець, довге дзеркало, банкетка, плазмовий телевізор, шафа відкрита, полиця для багажу, електричний чайник, два стакани, сейф. Ванна кімната: ванна, умивальник, електрична сушилка для рушників, умивальник, дзеркало з полицею, дві чаші для щіток, унітаз, смітник, йоржик, фен, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу [1].

Готель пропонує гостям спеціальні пропозиції: 1. Знижка – 15 % на бронювання більше 4 ночей, з повною оплатою. 2. – 50 % на відвідування тренажерного залу «Synergy Fitness»; 3. – 10% на відвідування салону краси; 4. – 10% у ресторані готелю.

Є укриття на – 1 поверсі, паркінг.

Готель «Гагарін» представлений на ряді туристичних сайтів, платформах онлайн бронювання, туристичний агентств: Booking.com, Hotels24, Agoda, Кий Авіа, UA-hotels, Cheaphotels, Join Up, Planet of Hotels, BestOdessaHotels та інші [2-10].

Сайт готелю «Гагарін» - це функціональна платформа, спрямована на забезпечення зручного процесу бронювання та надання повної інформації для гостей. Сайт має сучасний, лаконічний інтерфейс, адаптований для легкого навігування, що дозволяє гостям швидко отримати доступ до необхідних послуг або забронювати номер.

Основні розділи та функціонал: Бронювання: Головна сторінка дозволяє миттєво перейти до вибору дати заїзду, виїзду та кількості гостей для швидкого бронювання.

Номери: Детальний опис категорій номерів (Стандарт, Покращений, Студія, Люкс, Сімейний Люкс) із зазначенням їх площі, поверховості, місткості, типу ліжок та переліку зручностей (робоча зона, кондиціонер, сейф, міні-бар тощо).

Спеціальні пропозиції: Розділ із доступними акціями та знижками, такими як «Long Stay» (тривале проживання), пропозиції від партнерів (фітнес-клуб Synergy Fitness, салон Family Beauty) та знижки у власному ресторані Gagarinn FoodHub.

Послуги та інфраструктура: Сайт містить вичерпну інформацію про додаткові сервіси, включаючи паркінг (підземний та відкритий), Pet Friendly політику, Room Service (24/7), сніданки, пральню, WiFi та наявність укриття на - 1 поверсі ТРК.

Ресторан та Конференц-сервіс: Окремі розділи присвячені ресторану «GAGARINN FoodHub» та можливостям оренди залів для заходів, що підкреслює орієнтацію готелю як на індивідуальних мандрівників, так і на бізнес-сегмент.

Довідкова інформація (FAQ): Розділ із відповідями на популярні запитання щодо додаткових місць, дитячих ліжечок, раннього заїзду та правил проживання.

Контакти: Вся необхідна інформація для зв'язку з рецепцією, відділом конференц-сервісу та іншими підрозділами [1].

Сторінка готелю «Гагарін» в Instagram є візуальною вітриною, що демонструє сервіс, інтер'єр та атмосферу закладу. Має 1271 публікацію, 7865 підписників та 18 підписок.

Профіль оформлений у сучасному стилі, де переважають високоякісні професійні фотографії та відео (Reels). Контент фокусується на панорамних

видах з вікон готелю на море та місто, демонстрації номерного фонду та елементах інтер'єру. Публікації часто підкреслюють комфорт та естетику номерів, акцентуючи на сучасному дизайні та видах. На сторінці представлено огляд меню та атмосфери ресторану «GAGARINN FoodHub», а також пропозиції щодо сніданків. Візуально висвітлюються можливості для конференц-сервісу та додаткові послуги, такі як співпраця з фітнес-клубом Synergy Fitness. Профіль інформує підписників про події, акції та актуальні новини готелю.

Через Instagram-сторінку готель підтримує зворотний зв'язок, публікує актуальні пропозиції, а також часто використовує Stories для швидкого інформування про поточні знижки чи спеціальні умови проживання [11].

Сторінка готелю у Facebook слугує офіційним каналом комунікації для публікації новин, актуальних пропозицій та взаємодії з клієнтами. Сторінка активно використовується для розміщення інформації про спеціальні акції, оновлення в роботі готелю та тематичні пропозиції для гостей. Тут публікуються новини, що стосуються життя готелю, анонси подій та корисна інформація про послуги, що доповнює візуальний контент в Instagram.

Facebook дозволяє гостям залишати відгуки, ставити запитання та отримувати швидкі відповіді від представників готелю, що сприяє підтримці рівня клієнтського сервісу. Контент орієнтований як на потенційних туристів, так і на бізнес-клієнтів, демонструючи комплексні можливості готелю — від проживання до конференц-сервісу [12].

Висновки. Соціальні мережі ефективно розділяють завдання: Instagram слугує візуальною вітриною, що акцентує увагу на естетиці інтер'єру, номерах та краєвидах, тоді як Facebook виконує функцію офіційного каналу комунікації для новин, актуальних акцій та взаємодії з клієнтами.

Контент збалансовано адаптований як для індивідуальних туристів, так і для бізнес-сегмента, демонструючи повний спектр послуг від відпочинку до конференц-сервісу.

Соціальні мережі активно використовуються для підтримання зворотного зв'язку з гостями, що допомагає оперативно відповідати на запитання та підтримувати рівень клієнтського сервісу.

Мережі працюють як цілісна екосистема, доповнюючи функціонал головного сайту, що дозволяє гостям не лише споглядати візуальний контент, а й легко переходити до процесу бронювання.

На Рис.1.2 представлений розроблений SWOT – аналіз для готелю «Гагарін». Він виділив сильні, слабкі сторони, загрози і можливості на даному етапі роботи і розвитку.

	Позитивний вплив	Негативний вплив
	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Внутрішнє середовище	1. Великий номерний фонд; 2. Гарний вид з вікна номеру на верхніх поверхах; 3. Цілодобова рецепція; 4. Власна парковка; 5. Є паркінг; 6. Ресторан; 7. Казино в будівлі готелю; 8. Є власний сайт; 9. Активне ведення соціальних мереж; 10. Гарне місце розташування; 11. Розвинена транспортна розв'язка; 12. 50% знижки до фітнес клубу в будівлі готелю.	1. Потреба в кваліфікованому персоналі; 2. Не розвинена інфраструктура; Відсутні програми лояльності /вигідні пропозиції на постійній основі.
	Можливості (O)	Загрози (T)
Зовнішнє середовище	1. Отримання стабільного прибутку; 2. Договірна робота з партнерами.	1. Малий потік туристів; 2. Потреба в збільшенні вартості номерів додатково; 3. Підвищення конкурентоспроможності готелів поряд; 4. Економічна нестабільність в країні; 5. Зміни в законах, нормах, вимогах; 6. Дефіцит кваліфікованих кадрів для роботи.

Рис.1.2. SWOT – аналіз готелю «Гагарін»

1.2. Аналіз конкурентів готельного господарства обраного сегменту

Одеський напрямок знову стає улюбленим місцем відпочинку більшості українців. Попри воєнний стан і безпекові ризики, море залишається головним фактором туристичного попиту, а інтерес до відпочинку в Одесі та на узбережжі зростає [13].

Опитування показало, що 69,8% респондентів розглядають Одесу та узбережжя в якості відпочинку цього року. Це найкращий показник серед українських напрямків, що перевищує навіть Карпати (52,8%) [13].

Результати свідчать про те, що, попри ризики, море залишається провідним літнім сценарієм. Для багатьох така подорож – це спосіб повернути собі атмосферу звичного літа: море, пляж, прогулянки, ресторани та відчуття зміни простору [13].

Ключові показники ефективності готельного бізнесу за 2024 рік в Одесі: середня заповнюваність (Occupancy): 34% (проти 26% у 2023 році, +8%); ціни на готельні номери (ADR): 2177 грн (проти 1987 грн у 2023, +9,5%); дохідність номеру (RevPar): 759 грн (проти 522 грн у 2023, +45,4%) [14].

Зазначається, що серед напрямів мережі Ribas Hotels Group саме Одеський регіон демонструє найшвидше зростання середнього тарифу. Порівняно з 2025 роком він збільшився на 25%. У компанії пояснюють це тим, що попит у регіоні суттєво перевищує якісну пропозицію, а ринок реагує відповідним зростанням цін [13].

У Ribas Hotels Group також відзначають зростання попиту на Одеський регіон. За даними мережі, кількість запитів збільшилася на 14% порівняно з аналогічним періодом минулого року. Прогнозована завантаженість у пікові місяці літа 2026 року становить щонайменше 75% в Одесі та 85% в області [13].

Структура попиту водночас змінилася: турист став більш раціональним і вимогливим. Ключовими критеріями вибору є комфорт проживання (90,6%), локація (81,8%) та ціна (76,3%). Самого факту розташування біля моря вже

недостатньо – важливими стають рівень сервісу, якість проживання, логістика та передбачуваність відпочинку [13].

83% опитаних назвали ціну як головний фактор, що може впливати на вибір місця відпочинку. Більшість гостей планують бюджет у межах 1500-6000 грн за ніч на двох, при цьому найчастіше обирають сегмент 3000-6000 грн (43,4%) [13].

Після огляду ринку в роботі пропонується розглянути тематичність, дизайн та ставлення до них туристів, як воно впливає на вибір мандрівників і чи є це ключовим фактором.

В науковій роботі «The Effects of Hotel Theme Strategy: An Examination on the Perceptions of Hotel Guests on Theme Elements» авторів QU XIAO, HANQIN QIU ZHANG, HUI HUANG, було проведено дослідження, методами аналізу, огляду літератури та опитування гостей в п'яти готелях Китаю. Загалом зібрано 250 дійсних анкет.

Результати показали, що 54% респондентів були чоловіками та 46% – жінками. Більшість була віком від 20 до 44 років. (Рис.1.3)



Рис.1.3. Стать респондентів

Примітно, що більшість респондентів (87,2%) мали попередній досвід проживання в одному з п'яти тематичних готелів, і понад половина від загальної кількості респондентів (57,2%) зупинялися там більше одного разу. Більше того, 64,6% респондентів зазначили, що вони готові платити значно вищу ціну за

номер у тематичному готелі, ніж у нетематичному готелі, за умови, що основні зручності та послуги будуть однаковими. (Рис.1.4)

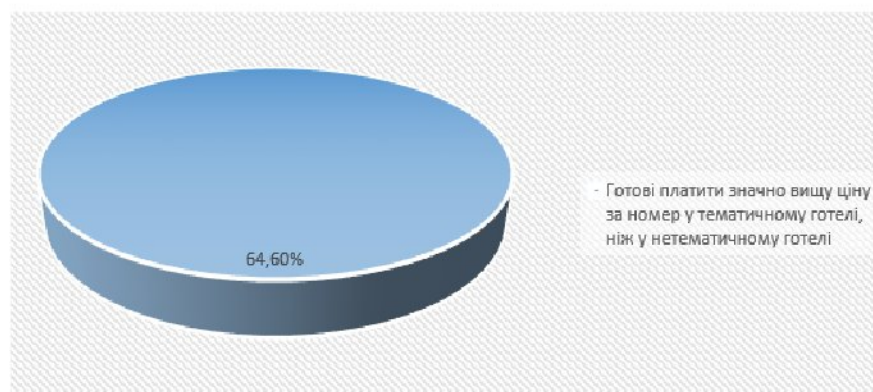


Рис.1.4. Вибір респондентів тематичних готелів

Щоб оцінити важливість кожного елемента та рівень його задоволення, ранг та середні значення для всіх 24 пунктів представлені на Рис.1.5.

Attribute	Importance		Satisfaction	
	Ranking	Mean	Ranking	Mean
Staff's knowledge	1	4.35	5	3.88
Staff's responsiveness to guests' needs	2	4.34	1	3.94
Staff's genuine and caring attitude	3	4.31	6	3.87
Maintenance of guest room condition	4	4.31	8	3.86
Food and beverage quality	5	4.30	14	3.77
Quick and efficient check-in	6	4.28	3	3.89
Location	7	4.28	2	3.92
Security	8	4.27	9	3.84
Quick and efficient check-out	9	4.24	4	3.88
Comfortable bedding	10	4.24	11	3.79
Restaurant service	11	4.23	17	3.70
Choice in overall hotel theme	12	4.23	13	3.78
Cleanliness of guest room	13	4.23	7	3.87
Price	14	4.21	19	3.64
Thematic guest room decoration	15	4.18	12	3.78
Thematic F&B experience	16	4.15	15	3.71
Thematic service	17	4.14	18	3.65
Thematic exterior design	18	4.12	10	3.84
Loyalty program	19	4.09	23	3.60
Thematic staff uniforms	20	4.06	24	3.53
Thematic design in public area	21	4.05	21	3.63
Thematic aromas and scents	22	4.01	16	3.70
Thematic background music	23	3.99	20	3.63
Thematic activities	24	3.98	22	3.62
Grand mean of all items		4.192		3.763
Grand mean of theme items		4.085		3.687

Рис.1.5.. Ranking of Perceived Importance and Satisfaction

Серед 10 найважливіших пунктів жодного тематичного елемента не було включено. П'ятьма найважливішими пунктами, на думку гостей, були знання персоналу, чуйність персоналу до потреб гостей, щире та турботливе ставлення персоналу, підтримка стану номерів та якість харчування та напоїв. Серед 10 тематичних елементів найважливішими були загальна тема готелю (12-те місце з 24 пунктів загалом), далі йшли тематичне оформлення номерів (15-те місце загалом) та тематичне обслуговування (16-те місце загалом). Трьома найменш важливими пунктами були всі тематичні елементи: тематичні аромати та пахощі, тематична фоновіа музика та тематичні заходи [15].

Серед 10 найзадоволеніших атрибутів респонденти були найбільш задоволені тематичним дизайном екстер'єру, який був єдиним тематичним елементом і посів 10-е місце. Респонденти були найбільше задоволені реагуванням персоналу на потреби гостей, розташуванням, швидкою та ефективною реєстрацією заїзду, швидкою та ефективною реєстрацією виїзду, а також знаннями персоналу. Серед решти дев'яти тематичних елементів респонденти були найбільше задоволені тематичним оформленням номерів (12-е місце в загальному заліку) та вибором загальної теми готелю (13-е місце в загальному заліку). Двома з трьох атрибутів, якими респонденти були найбільше незадоволені, були тематичні елементи, включаючи тематичні заходи (22-е місце в загальному заліку) та тематичну уніформу персоналу (24-е місце в загальному заліку) [15].

В дослідженні було проведено, додатково, ІРА для порівняння сприйнятої важливості та рівня задоволення 10 тематичних пунктів. Загальний показник сприйнятої важливості ($GMI = 4,085$) та задоволеність ($GMI = 3.687$) були використані для розміщення осей на сітці (Chu & Choi, 2000).

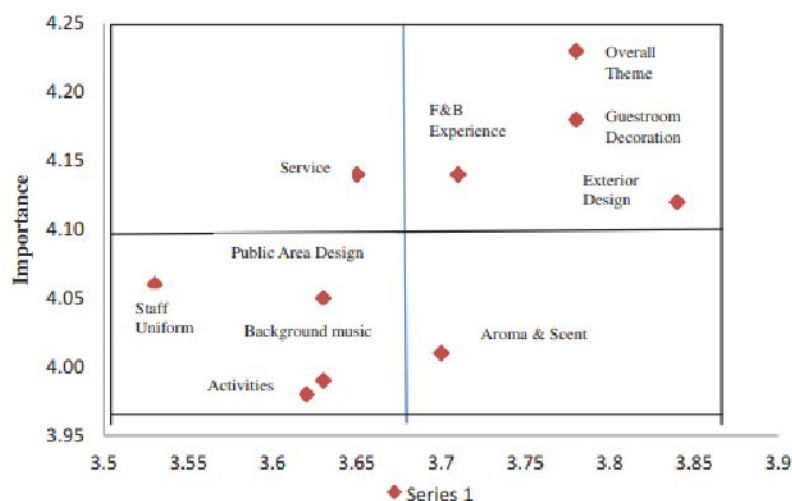


Рис.1.6. IPA grid—theme elements (color figure available online)

Як показано на Рис. 1.6, у квадранті «Продовжуйте гарну роботу» було визначено чотири тематичні елементи, включаючи тематичний зовнішній дизайн, тематичне оздоблення номерів, тематичний досвід харчування та напоїв, а також вибір загальної теми готелю. Квадрант «Зосередьтеся тут» охопив один тематичний елемент: тематичне обслуговування. Один тематичний елемент, тематичні аромати та пахощі, був завантажений у квадрант «Можливе перебільшення». Нарешті, у квадранті «Низький пріоритет» було чотири тематичні елементи, включаючи тематичну уніформу персоналу, тематичну фонову музику, тематичний дизайн у громадській зоні та тематичні заходи [15].

Головною метою цього дослідження було покращити розуміння тематичних готелів шляхом визначення ключових елементів теми та дослідження сприйняття гостями важливості та ефективності таких елементів. Зрозуміло, що в очах гостей готелю рівні важливості різних елементів теми різнилися, а також що задоволеність гостей різними елементами теми також відрізнялася [15].

Обнадійливо було виявити, що більшість гостей були постійними клієнтами тематичних готелів і загалом були готові платити значно вищу ціну за тематичні готелі, ніж за нетематичні готелі. Однак гості, безсумнівно,

повідомляли, що загальні атрибути (наприклад, персонал, номери, якість їжі) готелів були важливішими за елементи теми. Жоден з 10 найважливіших атрибутів не був пов'язаний з темою, а найважливішим елементом теми, на думку гостей, є вибір загальної теми готелю, який посів лише 12-е місце в загальному заліку. Більше того, три найменш важливі елементи були всіма елементами теми (тематичні аромати та пахощі, тематична фонова музика та тематичні заходи) [15].

Хоча вони не сприймалися як такі ж важливі, як багато основних атрибутів готелю, низка тематичних елементів вважалася гостями важливими. Не дивно, що найважливішим тематичним елементом був вибір загальної теми готелю, оскільки загальна тема задає основний тон для всіх інших тематичних елементів у готелі. Крім того, оскільки гості проводили більшу частину часу у своїх номерах та ресторанах, цілком логічно, що тематичне оформлення номерів та тематичне харчування та напої були відповідно другим та третім за важливістю тематичними елементами. Також цікаво відзначити, що загалом гості готелю були більше задоволені основними характеристиками, ніж тематичними елементами готелів. Цей висновок свідчить про те, що тематичну культуру, продукти та послуги слід розвивати та вдосконалювати в тематичних готелях. Хоча гості відзначили його лише на 18-му місці за загальною важливістю, тематичний дизайн екстер'єру посів 10-е місце за загальною важливістю, що є найвищим рейтингом серед усіх тематичних елементів [[15].

Більше наслідків тематичних елементів було показано в результатах сітки ІРА. Серед 10 тематичних елементів, тематичний зовнішній дизайн, тематичне оздоблення номерів, тематичне харчування та напої, а також вибір загальної теми готелю були розміщені в квадранті «Продовжуйте гарну роботу». Ці фактори сприймалися як відносно важливіші, і гості були більш задоволені цими аспектами.

В іншому дослідженні було також проведене опитування, мета якого аналіз значення дизайну в контексті маркетингових стратегій готельних та туристично-рекреаційних комплексів, а також дослідження його впливу на емоційний комфорт та лояльність клієнтів [16].

Результати показали, що дизайн відіграє значну роль при виборі місця проживання. Близько двох третин респондентів оцінюють його важливість вище середнього рівня (4 або 5 балів), а середній бал становить 3,78 [16]. (Рис.1.7)

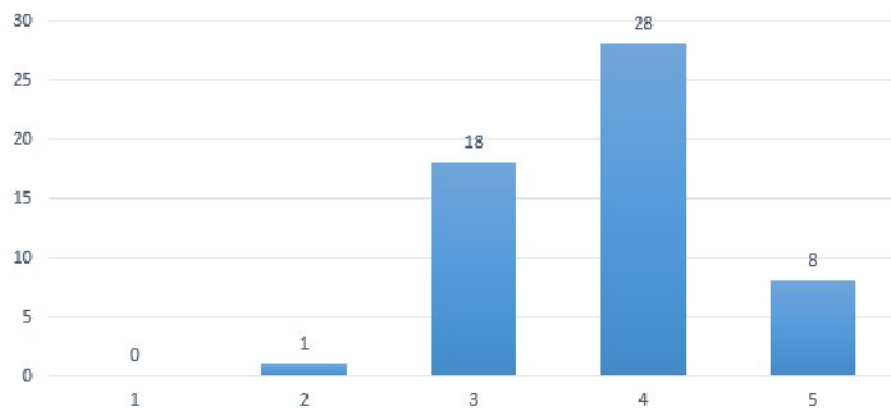


Рис.1.7. Важливість дизайну житла при виборі місця проживання туристів

Якщо звернути увагу на конкретні елементи дизайну, що більше викликають позитивні емоції і формують подальше враження, то люди відзначили: освітлення (69,1%), текстура матеріалів (49,1%), колірна палітра (69,1%), планування простору (56,4%) [16]. (Рис.1.8)



Рис.1.8. Елементи дизайну, що більше викликають позитивні емоції і формують подальше враження

Отже, тематичність – це не просто бажання змінити щось, освіжити, а візуально надати туристам насолоду та комфорт. Складові дизайну, як освітлення, колірна палітра найбільше впливають на враження від дизайну.

Дизайн є доповненням до основного сервісу та послуг, що мандрівники відмічали по важливості для себе. Він не перекриє загальні недоліки, але при продуманій стратегії посилить конкурентоспроможність бізнесу.

Для більш детального аналізу підприємства та його роботи були обрані та проаналізовані потенційні конкуренти: 1. Готель «Arcadia Plaza Hotel», вул. Балтиморська, 1; 2. Готель «Premier Hotel Odesa», вул. Академічна, 32; 3. Готель «Атлантик», вул. Генуезька вулиця, 24а.

Ситуаційний план представлено на Рис.1.9.

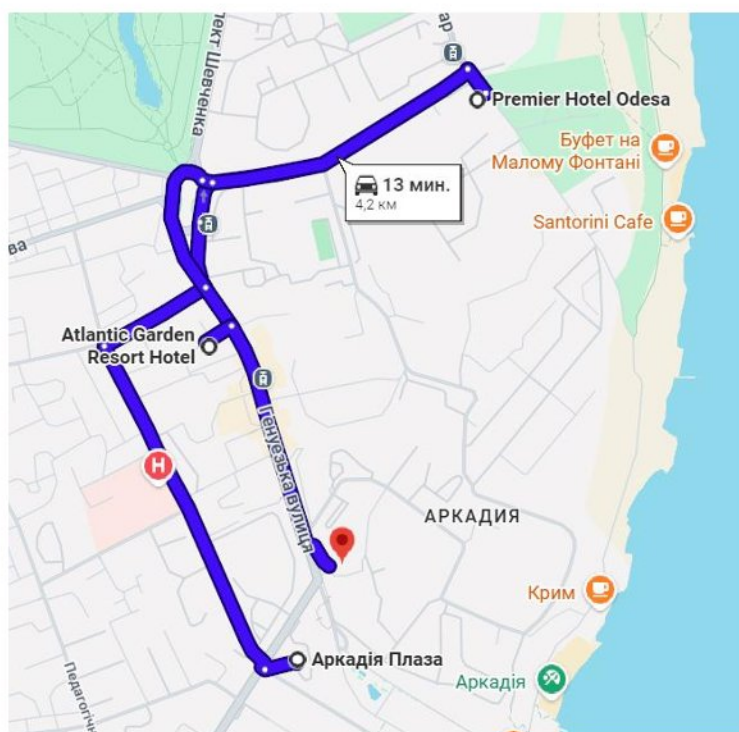


Рис.1.9. Ситуаційний план

В додатку А представлена порівняльна характеристика потенційних конкурентів та розгляд рейтингу на Booking.com.

Висновки. Всі готелі розташовані не далеко від моря, у пішій доступності.

Номерний фонд найменший у готелю «Arcadia Plaza Hotel» - 24 номери, у всіх інших більше 200 номерів.

Цінова політика. Найвищі тарифи у готелю «Arcadia Plaza Hotel» - від 4100 грн. до 12 200 грн., середні тарифи у «Premier Hotel Odesa» - від 4250 грн. до 7225 грн. та «Гагарін» - 3590 грн. до 6800 грн. та найменші ціни у готелю «Атлантик» - від 3560 грн. до 6140 грн. Видно, що конкуренти намагаються конкурувати один з одним по ціновій лінії не перегинаючи в менше, або більшу сторону, але наявність розвиненої інфраструктури стає вирішальним фактором для туриста незважаючи на вищу ціну готелю.

Основні послуги у розглянутих готелях однакові, а ось перелік додаткових послуг різняться. Широкий асортимент послуг представлений у готелів «Premier Hotel Odesa», «Атлантик». У «Arcadia Plaza Hotel» невеликий перелік послуг, але є власний відкритий басейн, що є плюсом у сезон. У «Гагарін» інфраструктура зосереджена на внутрішнє користування, але добре перекриває потреби у не сезон, який довше сезону.

Сторінки у соціальних мережах, власний сайт є у всіх готелів.

Рейтинг на платформі Booking.com показав, що найвищий рейтинг має готель «Arcadia Plaza Hotel» - 9,2. Середній рейтинг у «Premier Hotel Odesa» - 8,9 та «Атлантик» - 8,6. Найнижчий у «Гагарін» - 8,4.

Серед представлених конкурентів сильнішим є готелі «Атлантик» та «Arcadia Plaza Hotel». Вони мають розвинену інфраструктуру, великий/середній номерний фонд, тематику готелю, розташовані поряд і цінова політика відносно однакова.

1.3. Розробка концепції та формування унікальної торгової пропозиції

Вихід за межі окремого номера означає перетворення всього готелю «Гагарін» на Lifestyle-дестинацію. Ми перетворюємо готель із місця тимчасового проживання на культурний хаб, де архітектура, сервіс та естетика розповідають єдину історію.

Головна мета - перетворити готель «Гагарін» на найбільш «інстаграмний» та впізнаваний готель Одеси, що задає тренди в гостинності.

Бізнес-мета: Підвищення RevPAR (доходу на номер) завдяки залученню платоспроможної аудиторії, що цінує естетичний досвід, та створення «вірального» маркетингу (гості самі продають готель через соцмережі).

Емоційна мета: Подарувати гостю відчуття «золотої ери» подорожей, де Одеса постає не просто як курорт, а як місце з унікальним характером, стилем та інтелектуальною глибиною.

Для розробки більш конкретної концепції проводимо смислове проектування. Концепція підприємства подається у таблиці 1.5 [17].

Таблиця 1.5

Смислове проектування для розробки концепції готелю «Гагарін»

Питання	Сенси
1	2
Що таке готель з Instagram номери?	1. Дизайнерська сцена для життя. 2. Готель, де кожен куток — фотозона. 3. Простір, створений для створення візуального контенту. 4. Цифрова вітрина досвіду, де інтер'єр «продає» себе сам. 5. Готель, що працює як професійна студія з готовими сценаріями для зйомок. 6. Простір, що стирає межу між готельним сервісом та арт-галереєю. 7. Платформа для мікро-подій (фотосесій, зустрічей), а не лише проживання.
Для чого мені готель з Instagram номери?	1. Отримати яскраві враження. 2. Оновити свій Instagram/TikTok. 3. Відчути себе героєм стильного фільму. 4. Щоб виділитися в стрічці серед однотипних постів. 5. Щоб «прожити» інше, стильніше життя на вікенд. 6. Для психологічного розвантаження через естетичну гармонію. 7. Щоб вразити аудиторію своїм вибором готелю.

1	2
Що я отримую від готелю з Instagram номери?	1. Естетичний комфорт. 2. Готовий контент для соцмереж. 3. Відчуття приналежності до трендів. 4. Статусність («я відпочиваю там, де круто»). 5. Економія часу на пошук локацій для контенту. 6. Емоційну зарядку від оточення красивими предметами. 7. Можливість приміряти на себе роль інфлюенсера. 8. Емоційний "заряд", який триває довше, ніж просто відпочинок (через спогади про фото).
Чим відрізняється готель з Instagram номери?	1. Продуманою кінематографічною картинкою. 2. Вивіреною студійним світлом. 3. Унікальною історією та стилем. 4. Роботою зі світлом, яке створює «дороговизну» кадру. 5. Наявністю фірмових «тригерів» (неон, дзеркала, арт-об'єкти). 6. Відсутністю візуального шуму (зайвих кабелів, побутових дрібниць). 7. Продуманими ракурсами — з будь-якого кута виходить гарне фото. 8. Продуманою ергономікою для зйомок (де поставити телефон, де сісти).
Чому я не поїду до готель з Instagram номери?	1. Через незручність «красивих» меблів. 2. Завищену ціну за «фантик». 3. Штучність та відсутність затишку. 4. Якщо дизайн виглядає «дешево» при найближчому розгляді (якість матеріалів). 5. Якщо сервіс не відповідає «інстаграмній» картинці (контраст). 6. Через страх, що це лише «декорації» без справжнього комфорту. 7. Якщо готель надто «гучний» або не дає приватності через постійні зйомки інших гостей. 8. Якщо відчую себе "в музеї", де бояться торкнутися меблів.

Концепція перетворення готелю «Гагарін» на lifestyle-дестинацію з інстаграмними номерами ґрунтується на розумінні того, що сучасний гість шукає

не просто місце для ночівлі, а простір для емоційного досвіду та самовираження. Суть нашого підходу полягає в тому, що дизайн інтер'єру стає інструментом створення «кінематографічної» сцени, де кожна деталь — від вивіреного студійного освітлення до фактурних матеріалів, як-от темний горіх, латунь та оксамит — спроектована для гармонійного візуального контенту. Успіх цієї концепції вимагає бездоганного балансу між естетичною привабливістю та функціональним комфортом: готель повинен бути не лише «фотогенічним», а й фізично приємним для життя, щоб уникнути відчуття штучної декорації. Ми перетворюємо готель на простір, де сервіс інтегрований у загальний сторітелінг, а додаткові послуги, такі як персональний куратор одеських маршрутів чи професійні набори для зйомки, стають невід'ємною частиною цінності бренду. Ключовим стратегічним завданням є створення емоційної прив'язки гостя до простору, де він стає головним героєм власної стильної історії, що стимулює органічну рекламу готелю через соцмережі та формує спільноту естетів. У результаті «Гагарін» трансформується з об'єкта гостинності на культурний хаб, який продає не квадратні метри, а причетність до преміального стилю життя, де кожен візит перетворюється на вишуканий естетичний досвід, що залишається в пам'яті набагато довше, ніж стандартне перебування в готелі.

В роботі запропоновано: 1. Створення Instagram номерів; 2. Впровадження додаткових послуг: «Insta-Kit» в номер, Персональний «Odesa Curator», Послуга «Morning Ritual», Private Sunset Drinks.

В номерах ряді категорій Стандарт (20), Покращений (20), Студія (2) та Люкс (4) заплановано змінити дизайн та інтер'єр на Instagram – ний.

В Стандарт номерах двомісному та Твін матиме дизайн – концепцію «Odesa Soft Industrial & Warm Minimal» (Теплий мінімалізм з елементами м'якого індустриального шику). Цей дизайн майстерно інтегрує існуючу строгу геометрію та архітектуру готелю (ніші, балки, довгі робочі столи) у

розслаблений, затишний та трендовий простір, де кожен ракурс готовий до зйомки в Instagram.

В Покращеному двомісному дизайн інтер'єру буде сучасним переосмисленням готельного номера, яке поєднує в собі елементи ретро-шику з сучасними акцентами та одеським колоритом, спрямованим на створення фотогенічної атмосфери для Instagram.

Студія номер виконаний в оновленій концепції «Odesa Mid-Century Modern» (Одеський Модернізм). Дизайн балансує між кінематографічною ретро-естетикою 60-х років та автентичним одеським колоритом, зберігаючи при цьому капітальну архітектурну основу кімнати.

Люкс – Instagram концепція «ТАКИ DA» (Одеський Модернізм) та «Морський Авангард & Круїзний Шик». Інтер'єр імітує атмосферу каюти першого класу на розкішній яхті. Він виглядає солідно, дорого і сучасно завдяки грі контрастів та матеріалів. Стиль: Модернізований мід-сенчурі з елементами «яхтового шику».

Додаткові послуги. «Insta-Kit» в номер: Оренда професійного кільцевого світла, портативного штатива для смартфона або навіть вінтажної плівкової камери (Fujifilm/Polaroid) прямо в номері. Гість отримує готовий інструмент для створення контенту [18-20].

Персональний «Odesa Curator»: Послуга консьєржа, який не просто бронює столик, а складає маршрути «не для всіх»: таємні дворики, візити в антикварні лавки, зустрічі з місцевими художниками чи майстрами кераміки.

Дану роботу виконуватиме новий працівник, який підпорядковуватиметься директору та його заступнику.

Послуга «Morning Ritual»: Ранкова доставка свіжої кави або локального трав'яного чаю в ретро-термосі, разом з ранковою пресою або кураторською листівкою з цікавим фактом про Одесу.

Цікаві листівки готуватиме той самий консьєрж.

«Photo-Shoot Package»: Пакет послуг, що включає оренду номера на додаткові 2 години для професійної фотосесії, плюс професійний фотограф, який знає найкращі ракурси готелю.

Техніку та обладнання можна буде замовити через рецепцію та отримати одразу в номер.

Private Sunset Drinks: Доставка в номер перед заходом сонця охолодженого ігристого та легких закусок, щоб гість міг насолодитися панорамним видом з «першого ряду» у своєму ж номері.

Дану послугу, з легкістю, організує заклад харчування від готелю.

Всі ці послуги будуть оформлені у вигляді «Меню вражень» (Experience Menu) у друкованій формі та електронному вигляді через QR-код, стилізований під вінтажну листівку. Приклад друкованого меню на Рис.1.10



Рис.1.10. Меню вражень

По QR-код гість потрапляє на сторінку, що є частиною офіційного сайту.

Етапи доповнення сайту додатковим розділом: 1. Маркетингове проектування та копірайтинг; 2. Дизайн (UI-проектування); 3. Технічна

розробка; 4. Генерація та налаштування аналітичного QR-коду; 5. Тестування та реліз

Опис першого етапу. Розробка UX-структури (прототипу): Оскільки 99% гостей відкриватимуть сторінку зі смартфонів через QR-код, дизайн має розроблятися за принципом Mobile-First (зручність для мобільних екранів, великі кнопки, відсутність зайвих важких елементів).

Підготовка контенту: Написання «смачних», емоційних текстів для кожної послуги: «Insta-Kit» в номер, Персональний «Odesa Curator», Послуга «Morning Ritual», «Photo-Shoot Package», Private Sunset Drinks.

Створення закликів до дії (CTA): Для кожної послуги створюється своя цільова кнопка (наприклад: «Забронювати зараз», «Замовити на завтра», «Запитати маршрут»).

Роботу виконуватиме штатний IT – спеціаліст та маркетингова команда.

Після завершення планується провести фото та відео зйомки маркетологом для контенту та оновлення туристичних сайтів, запустити рекламу та оновити опис готелю у просторі інтернету, де він представлений.

У таблиці 1.6 представлена структура концепції.

Таблиця 1.6

Структура концепції готелю «Гагарін»

Розділ	Характеристика
1	2
Тип закладу, що проектується	Туристичний, діловий готель
Категорія і тематика закладу	4 зірки, курортно - діловий
Форми і методи обслуговування	Повне обслуговування
Відмінні особливості бізнес-ідеї проекту	Різносторонній готель з Instagram номерами і супутніми послугами
Основні групи споживачів (диференціювання потенційних споживачів за різними критеріями)	Блогери, туристи від 18 років, ділові люди
Спектр послуг, що пропонуються (основний, додатковий і супутній готельний продукт)	Парковка; Охорона; Укриття; Цілодобова стійка рецепції; Безкоштовний Wi-Fi; Камера зберігання;

1	2
	Виклик швидкої; Надання аптечки; Послуга «Будильник»; Виклик таксі; Ресторан; Бар; Банкетний зал; Проживання; Ранній заїзд / Пізній виїзд; Room Service; Зони для куріння; Надання зарядного пристрою; Надання дитячого ліжка; Instagram – номери; Паркінг; Pet Friendly; Прання/прасування; Конференц – сервіс; Конференц – зали; Знижка 50% на відвідування фітнес клубу «Synergy Fitness»; Салон краси в будівлі; Персональний «Odesa Curator»; Послуга «Morning Ritual»; «Photo-Shoot Package»; Private Sunset Drinks; Казино в будівлі готелю; Організація трансферу.
Програма просування і виходу на ринок (з використанням маркетингових каналів комунікацій та PR-акцій);	Реклама в соціальних мережах Facebook, Instagram.
Етапи впровадження	1. Початок ремонту; 2. Закупівля меблів, обладнання, техніки, текстилю, декору; 3. Закупівля обладнання, техніки та іншого для додаткових послуг; 4. Розробка та впровадження додаткового розділу на офіційний сайт готелю; 5. Розробка та друкування «Меню вражень»; 6. Формування прайсу; 7. Проведення фото, відео зйомок; 8. Оновлення інформації, фото, відео на туристичних сайтах та сторінках готелю; 9. Запуск реклами.

Концепція представлена у додатку Н, SWOT –аналіз у додатку П.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗДІЛ

2.1. Моделювання інфраструктурної складової проекту

Готель Gagarinn розташований в Аркадії — одному з найпрестижніших та найпопулярніших районів Одеси. Це курортна частина міста, відома своїм виходом до моря, пляжними клубами та розвиненою розважальною інфраструктурою.

Дістатися до готелю можна кількома способами.

Від залізничного вокзалу (станція «Одеса-Головна»). Таксі: Найзручніший та найшвидший варіант. Поїздка триватиме приблизно 15–25 хвилин залежно від заторів. Громадський транспорт: Від вокзалу до Аркадії курсують прямі маршрутні таксі (наприклад, №168) та трамвай (трамвайний маршрут №5 є одним з основних, що сполучає центр міста/вокзал з Аркадією).

Від Центрального автовокзалу. Таксі: Оптимальний спосіб, оскільки прямих маршрутів громадського транспорту менше, а поїздка з багажем на таксі буде значно комфортнішою. Час у дорозі — близько 25–40 хвилин. Громадський транспорт: Потребує пересадок. Зазвичай необхідно доїхати до центру міста або залізничного вокзалу, а звідти пересісти на транспорт, що прямує до Аркадії.

Інфраструктура готелю представлена у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Інфраструктура готелю «Гагарін»

Об'єкт інфраструктури	Опис об'єкта інфраструктури
1	2
Номерний фонд	248 номерів. Стандарт - 80; Instagram номер Стандарт – 20; Покращений – 65; Instagram номер Покращений – 20; Люкс – 41; Instagram номер Люкс – 4; Студія – 13; Instagram номер Студія – 2; Сімейний люкс – 3.
Парковка	Перед готелем
Паркінг	Розташований поряд, оплачується додатково.

1	2
Укриття	На – 1 поверсі, в паркінгу. Є місця для сидіння, вода в кулері, чай.
Конференц - зали	9 залів різної місткості на третьому та четвертому поверхах. Надається обладнання в оренду.
Ресторан «GAGARINN FoodHub»	Розташований на 2-му поверсі готелю, пропонується європейська кухня, фаст – фуд страви. Час роботи з 08:00 до 22:00.
Лобі - бар	Розташований на першому поверсі готелю. Час роботи – цілодобово.
Бар	В ресторані, на другому поверсі. Час роботи з 08:00 до 22:00.
Пральня	Розташована у службових приміщеннях першого поверху. Надання послуг з 08:00 до 00:00.

Номерний фонд з описом представлений у додатку Б.

2.2. Проектування окремих функціональних елементів готельного підприємства

2.2.1. Проектування житлової групи приміщень

Етапи ремонту, оснащення та переоблаштування: 1. Підготовка та демонтаж, загальнобудівельні роботи; 2. Чистовий монтаж та меблювання; 3. Текстильний стайлінг та інста-деталі.

В таблиці 2.2 представлений розрахунок обладнання та меблів для номерів [21 - 54]

Таблиця 2.2

Розрахунок обладнання і меблів номерів

Найменування	Кількість у номері (норматив)	Необхідна закупка на п-номерів
1	2	3
Instagram номер Стандарт		
Двоспальне ліжко	1	20
Приліжкова тумба	2	40
Крісло	1	20

1	2	3
Декор	-	-
Ваза	1	20
Неонова вивіска	1	20
Кавовий столик	1	20
Кругле дзеркало	1	20
Настільний світильник	1	20
Шафа відкрита	1	20
Полиця довга	1	20
Стаціонарний телефон	1	20
Стіл	1	20
Стілець	1	20
Смітник	1	20
Душова	1	20
Дзеркало у ванну кругле LED-підсвіткою	1	20
Умивальник	1	20
Килим	1	20
Унітаз	1	20
Смітник	1	20
Йоржик	1	20
Електрична сушилка для рушників	1	20
Instagram номер Покращений		
Двоспальне ліжко	1	20
Приліжкова тумба	2	40
Шафа відкрита	1	20
Стіл письмовий	1	20
Крісло поворотне м'яке	1	20
Килим	2	40
Плазмовий телевізор	1	20
Вазон з рослинною підлоговий	1	20
Односпальне ліжко	2	40
Бра	2	40
Полиця довга	1	20
Стаціонарний телефон	1	20
Неонова вивіска	1	20
Декор	-	-
Смітник	1	20
Душова	1	20
Унітаз	1	20

1	2	3
Умивальник з керамограніту	1	20
Сушарка	1	20
Тримач туалетного паперу	1	20
Фен	1	20
Дзеркало у ванну кругле LED-підсвіткою	1	20
Килимок з високим вмістом джуту	1	20
Instagram номер Студія		
Ліжко двоспальне	1	2
Приліжкова тумба	2	4
Дзеркало капля	1	2
Стіл письмовий	1	2
М'яке крісло	2	4
Вазон з рослиною	1	2
Журнальний столик	1	2
Декор	-	-
Плазмовий телевізор	1	2
Неонова вивіска	1	2
Настінний світильник	2	4
Дзеркала декоративні три	1	2
Дерев'яний годинник	1	2
Ваза	2	4
Комод	1	2
Диван кутовий	1	2
Килим	2	4
Стіл журнальний	1	2
Відкрита шафа	1	2
Кріплення для телевізора	1	2
Дзеркало у ванну кругле LED-підсвіткою	1	2
Смітник	1	2
Душова	1	2
Унітаз	1	2
Умивальник з керамограніту	1	2
Сушарка	1	2
Тримач туалетного паперу	1	2
Біде	1	2
Фен	1	2

1	2	3
Неонова вивіска	1	2
Тумба для багажу	1	2
Instagram номер Люкс		
Тумба для багажу	1	2
Двоспальне ліжко	1	2
Тумба приліжкова	2	4
Стационарний телефон	1	2
Плазмовий телевізор	2	4
Стіл письмовий	1	2
Крісло м'яке	2	4
Шафа вбудована	1	2
Килим	1	2
Стіл журнальний	1	2
Диван кутовий	1	2
Полиця довга	1	2
Шафа відкрита	1	2
Тумба для багажу	1	2
Бра	2	4
Люстра	2	4
Душова	1	2
Дзеркало у ванну кругле LED-підсвіткою	1	2
Смітник	1	2
Душова	1	2
Унітаз	1	2
Умивальник з керамограніту	1	2
Сушарка	1	2
Тримач туалетного паперу	1	2
Фен	1	2
Біде	1	2
Вазон з рослиною	1	2

В додатках Е, Ж, И, К, Л, М представлені креслення номерів.

2.2.2. Пропозиції щодо дизайну закладу

В ряді номерів заплановано створити декілька варіантів Instagram дизайну, опис у таблиці 2.3, на Рис.2.1, Рис.2.2, Рис.2.3, Рис.2.4, Рис.2.5 представлені приклади.

Опис дизайну номерного фонду

№	Найменування	Характеристика
1	2	3
1.	Стандарт двомісний/Твін	Стіни: глибокий матовий сіро-кремовий колір (відтінок світлого піску). Стеля: гіпсокартонні, дворівневі, пофарбовані в абсолютно матовий ультра-білий колір. У нішу вмонтована прихована LED-стрічка нового покоління (нейтральне денне світло, 4000K). Вона працює як велетенський софтбокс, відбиваючи м'яке, безтіньове світло, що ідеально для селфі. Точкові споти глибоко втоплені, щоб не створювати візуального шуму. Підлога: світлий ламінат із фактурою вибіленого дуба. Головний інста-елемент — великий круглий килим із натурального джуту грубого плетіння. Його кругла форма та шорстка солом'яна текстура контрастують із геометрією ліжок і є готовою локацією для lifestyle-знімків. М'який неоновий напис «Ah, Odesa...» у теплому білому відтінку над ліжком створює ідеальну прив'язку до локації та є готовим фото-фоном. Ванна кімната. Стіни: горизонтальна викладка у бежево-коричневих тонах. Підлога: матова плитка світлого відтінку. а підлозі розміщено великий круглий плетений килимок із джуту з фігурним краєм. Стеля біла.
2.	Покращений двомісний	Дизайн інтер'єру є сучасним переосмисленням готельного номера, яке поєднує в собі елементи ретро-шику з сучасними акцентами та одеським колоритом, спрямованим на створення фотогенічної атмосфери для Instagram. Основні стіни пофарбовані у глибокий, матовий нейтрально-бежевий колір із холодним підтоном

1	2	3
		На підлозі укладена світла паркетна дошка або якісний вініловий ламінат з текстурою вибіленого дуба з помітними прожилками дерева. Стеля виконана з гіпсокартону, абсолютно гладка, матова, чистого білого кольору. Вона має два рівні — невелике поглиблення по центру над ліжком, що візуально збільшує висоту кімнати. Ванна кімната. Стіни: горизонтальна викладка у бежево-коричневих тонах. Підлога: матова плитка світлого відтінку. а підлозі розміщено великий круглий плетений килимок із джуту з фігурним краєм. Стеля біла.
3.	Студія	Стіни та підлога: Основним фоном виступає чистий, матовий молочно-білий колір стін, який візуально розширює простір та максимізує денне світло. На підлозі збережено оригінальний світлий ламінат із текстурою дерева. Колірні акценти: Сміливе, але благородне поєднання текстур темного горіха, глибокого теракотового (колір припічної одеської глини), оливкового та насиченого морського відтінку (Sea Depth) у текстилі.
4.	Люкс (Яхтовий)	Колірна гама: Контрастне поєднання матового графітового (або глибокого Navy Blue), чистого білого та теплих акцентів коньячної (рудої) шкіри, теракоти й пісочних відтінків. Стіни: Комбінація вертикальних панелей із темного горіха (для затишку) та матових молочно-білих поверхонь (для простору). Зона ТВ декорована латунними вставками. Підлога: Паркет (або якісний ламінат) з укладанням «французькою ялинкою» у колір горіха. Це додає інтер'єру динаміки та преміального вигляду. Стеля: Ідеально рівна, біла, без зайвих конструкцій. Візуальну легкість забезпечує прихована LED-підсвітка (3000K) по

1	2	3
		периметру, яка підкреслює текстуру дерева на стінах. Стіни: плитка бежево-коричневих тонах із референсу Акцентна стіна: У душовій кабіні з'явилося ефектне золоте арт-панно з космічними мотивами (місяць, зорі, хмари). Підлога: світло-сіра матова плитка. Освітлення: По периметру інтегровано приховану LED-стрічку з теплим жовтим світлом, яка створює ефект «парячої стелі» та прибирає різкі тіні для фото. Декор та деталі Зоряне дзеркало: Кругле, у золотій рамі, з фронтальною підсвіткою та вигравіюваними сузір'ями. Латунна фурнітура: Усі змішувачі, аксесуари та душова система виконані в єдиному стилі матового золота. Instagram-деталі: Мармурова підвісна консоль, брендований халат із золотою вишивкою готелю, аромасвічка та преміальна косметика в естетичних флаконах.

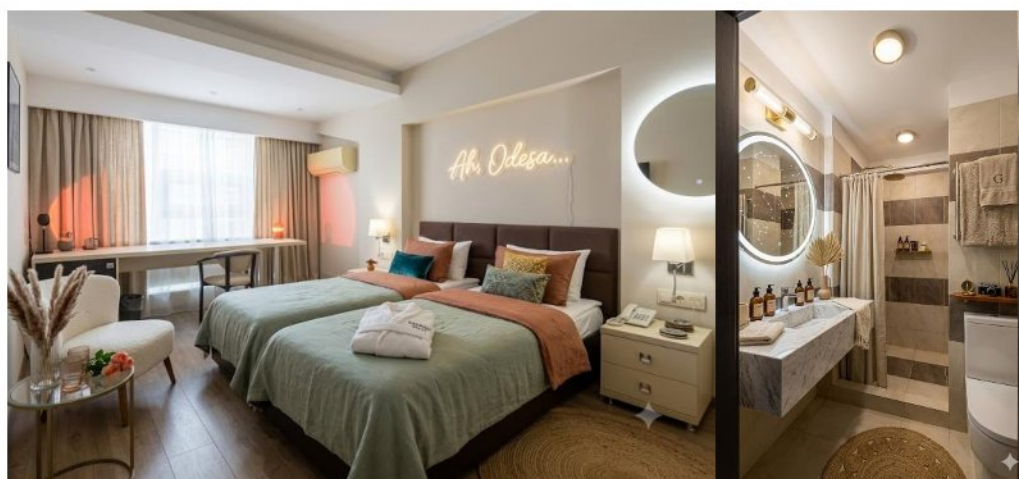


Рис.2.1. Стандарт

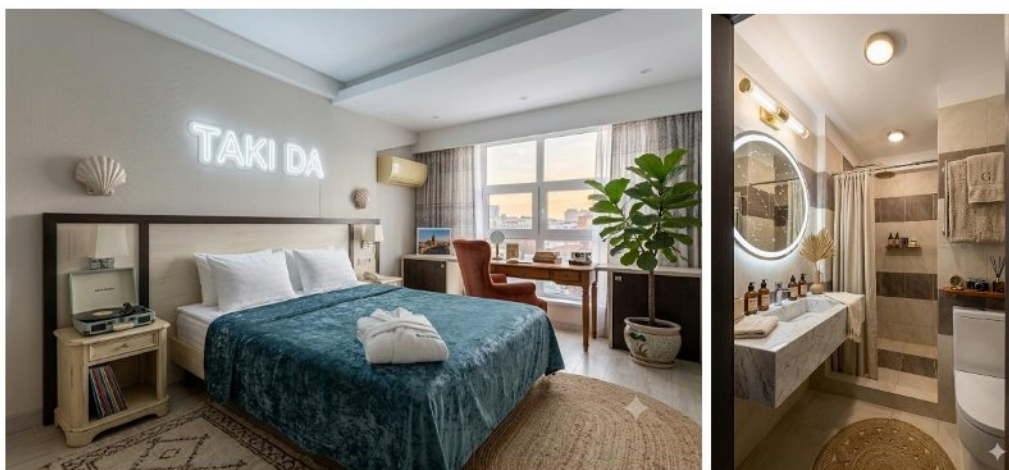


Рис.2.2. Покращений двомісний



Рис.2.3. Студія



Рис.2.4. Люкс



Рис.2.5. Приклад дизайну ванної кімнати

2.2.3. Етапи ремонту приміщень та кошторис ремонтних робіт

Елементи витрат на ремонт готелю «Гагарін» представлено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Елементи витрат на ремонт готелю «Гагарін»

№	Елементи витрат
1	2
1	Демонтаж старого світла
2	Штроблення під неон

1	2
3	Монтаж нової LED-стрічки
4	Формування міжкімнатної арки
5	Оновлення ТВ-порталу
6	Монтаж дерев'яних рейок
7	Косметичне відновлення стіни
8	Монтаж неону та бра та інше
9	Встановлення освітлення

2.3. Розрахунок інвестиційних витрат

Розрахуємо суму інвестицій в ремонт:

$$I_p = B * П, \quad (2.1)$$

де B – вартість 1м² ремонту, грн.; П – площа об'єкта ремонту, м²[17].

Вартість ремонту можна розрахувати за формулою 200 \$ /м². У цю суму входить робота, транспортні витрати, матеріали. Загальна площа номерів під частковий косметичний ремонт складає 480 м². Курс долара приймаємо 42 грн. 200 * 42 = 8400 грн.

$$I_p = 8400 * 480 = 4\,032\,000 \text{ грн.}$$

Розрахунок покупної вартості меблів та устаткування робимо на основі попередніх розрахунків. Результати зводимо в таблицю 2.5 [17].

Таблиця 2.5

Розрахунок покупної вартості устаткування

Найменування	Кількість	Вартість одиниці, тис. грн.	Вартість всього, тис. грн.
1	2	3	4
Додаткові послуги			
Професійний набір кільцевого світла Mircopro «RL-18II 3200–5600K», 45 см (Kit 5) для фото, відео та стрімінгу	5	3590	17 950

1	2	3	4
Штатив горизонтальний 178см алюмінієвий с пультом для телефона «Yunteng 6109»	5	1439	7195
Фотокамера Polaroid Originals 600	3	7784	23 352
Розхідний патеріал	-	61 000	61 000
Всього			109 497
Номерний фонд			
Текстиль	-	171 871	171 871
Подушки	211	700	147 700
Ковдра	842	1711	1 440 662
Всього			1 760 233
Стандарт			
Ліжко Меблі Прогрес «Лілі»	20	22 278	445560
Тумба приліжкова «Фуріоза»	40	3657	7871
Поворотне м'яке крісло «Hailey» біле/snow	20	23 812	476240
Декор	-	11 100	11100
Ваза «TRENDGLASS LYRA»	20	453	9060
Неонова вивіска	20	3500	70000
Кавовий круглий столик «Eleonora золото D38 H56»	20	5600	112000
Кругле дзеркало з LED підсвічуванням «Alero»	20	2680	53600
Настінний світильник «Diasha цоколь колір F3768»	20	1660	33200
Дзеркало у ванну кругле LED- підсвіткою із декоративним гравіюванням у вигляді сузір'їв (на замовлення)	20	5600	112000
Умивальник із керамограніту (під замовлення)	20	35 000	700000
Килимок з високим вмістом джуту	20	599	11980
Всього			2 042 611
Покращений			
Поворотне м'яке крісло «Hailey»	20	23 812	476240
Стіл письмовий	20	21 547	7871
Вазон «Lechuza Classico Premium LS»	20	6759	135180
Тумба дерев'яна «Фрідом»	40	5300	11100

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4
Неонова вивіска	20	3500	70000
Світильник настінний накладний (Бра) «Carlesso Eula – CEEW»	40	8500	340000
Рослина	20	11 500	230000
Овальний килим джутовий «DEMIRCI»	20	4308	86160
Килим «Balta RAY»	20	3863,57	77271,4
Декор	-	21 000	21000
Умивальник із керамограніту (під замовлення)	20	35 000	700000
Килимок з високим вмістом джуту	20	599	11980
Настінний світильник «Diasha цоколь колір F3768»	20	1660	33200
Дзеркало у ванну кругле LED- підсвіткою із декоративним гравіюванням у вигляді сузір'їв (на замовлення)	20	5600	112000
Всього			2 312 002,4
Студія			
Ліжко з м'якою спинкою «Тосканія ЛЕВ»	2	17 440	34880
Приліжкова тумба «Teneta XL»	4	23 000	7871
Стіл письмовий «DC Лаціо» міні	2	5652	11304
М'яке крісло «IKEA EKENÄSET Сіро- зелене»	4	11 426	11100
Вазон «Lechuza Classico Premium LS»	2	6759	13518
Рослина	2	11 500	23000
Дерев'яний журнальний столик «ІРИС»	2	2130	4260
Декор	-	15 101	15101
Неонова вивіска	2	3500	7000
VM5203WL-02BS / Настінний світильник	4	2804	21000
Дзеркала декоративні діма круглі латунь «Umbra»	2	6230	12460
Дерев'яний годинник, настільний. «Кубізм»	2	3100	6200

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4
Ваза керамічна «Rezon Ambiance V092»	2	293	586
Керамічна ваза	2	939	1878
Сучасний довгий чорний комод з вітриною «K154»	2	21 873,50	43747
Дзеркало «Крапля»	2	6963	13926
Люстра стельова «Svet SH-8619/8 Correg»	2	2015	4030
Диван кутовий «Konstanta Босфор»	2	53 302	106604
Шерстяний килим Призма з геометричним малюнком	2	21 450	42900
Стіл журнальний-2 «Компаніт МГ-6» Венге комбі	2	982	7871
Відкрита шафа для одягу «ШК 16/4/450»	2	13 920	27840
Кріплення для телевізора «Logan Cosmo12B»	2	2899	11100
Дзеркало у ванну кругле LED-підсвіткою із декоративним гравіюванням у вигляді сузір'їв (на замовлення)	2	5600	11200
Умивальник із керамограніту (під замовлення)	2	35 000	70000
Всього			509 376
Люкс			
Двоспальне ліжко «Остін Шик-Галичина»	4	22 147	88588
Приліжковий столик у стилі «Loft PS-240»	8	3900	7871
Шафа вбудована (під замовлення)	4	21 301	85204
Стіл письмовий JBIU2D2S140 «Монтана» ВМК	4	11 370	11100
Поворотне м'яке крісло «Hailey»	4	23 812	95248
Настінний світильник, бра Bubble	4	7300	29200
Декор	-	23 711	23711
Кутовий диван 4-місний «LUNNER»	4	52 187	208748
Журнальний столик круглий скляний «LIVIA»	4	14 424	57696

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4
Дзеркало кругле у вигляді штурвалу в шкірі (під замовлення)	4	37 451	149804
Полиця довга (під замовлення) під телевізор	4	7 507	30028
Телевізор «LG 50UA75006LA»	8	17 999	143992
Відкрита шафа для одягу «ШК 16/4/450»	4	13 920	55680
Вазон «Lechuza Classico Premium LS»	4	6759	27036
Рослина	4	11 500	46000
Дзеркало у ванну кругле LED-підсвіткою із декоративним гравіюванням у вигляді сузір'їв (на замовлення)	4	5600	22400
Умивальник із керамограніту (під замовлення)	4	35 000	140000
Овальний килим джутовий «DEMIRCI»	4	4308	17232
Великий плетений джутовий килим	4	12 999	51996
Всього			1 291 534
Разом			8 025 253,4

Інвестиції в маркетинг та рекламу оформлюємо у таблицю 2.6.

Таблиця 2.6

Інвестиції в рекламу та маркетинг

Найменування заходу	Вартість, грн.
1	2
1. Реклама в соціальних мережах	17 000
Всього	17 000

Загальні витрати зводимо у таблицю 2.7.

Таблиця 2.7

Загальні інвестиції для реалізації концепції

Показник	Сума, грн.
1	2
1. Витрати на частковий косметичний ремонт	4 032 000
2. Витрати на меблі та устаткування	8 025 253,4

1	2
3. Витрати на рекламу та маркетинг	17 000
4. Поліграфічні витрати	37 001
5. Втрати на роботу ІТ-спеціаліста	10771
Всього	12 122 025,4

2.4. Технологія і організація обслуговування на готельних підприємствах

В готелі «Гагарін» процес організації обслуговування відбувається за алгоритмом: 1. Консультація; 2. Бронювання; 3. Заїзд та розрахунок; 4. Проживання та надання послуг; 5. Виїзд.

2.4.1. Технологія і організація обслуговування гостей службою СПіР і бронювання

Дана служба в готелі вітає гостей, надає їм консультацію та перші контактують з ними.

Служба складається з адміністраторів, старшого адміністратора, охоронців і підпорядковуються заступнику директора та директору готелю.

Адміністратори займаються бронюванням номерів, консультацією гостей, вирішенням конфліктних ситуацій, розрахунок, підготовкою рахунків та інше.

Старший адміністратор координує роботу підлеглих, вирішує конфліктні ситуації, займається дотриманням правил та якості надання послуг, допомагає в роботі адміністраторам, перевіряє касу та інше.

Охоронець дотримує порядок в готелі, відповідає за збереження матеріальних цінностей, вирішує конфліктні ситуації.

Повний перелік обов'язків представлено у додатку В [55].

Етапи обслуговування. Консультація та бронювання. Адміністратори спілкуються з гостем, відповідають на питання та надають всю необхідну інформацію. Далі, вносять дані гостя у програму готелю (П.І.П., контактний

номер телефону), обирають потрібний номер на певний період і зберігає дані в програмі.

Поселення. Під час заїзду гості повинні надати документи всіх проживаючих, у тому числі свідоцтва дітей, надати реєстраційну картку для ознайомлення з правилами готелю та інформацією по бронювання і отримати підпис. Далі кодуються ключ – карти, розраховується гість і адміністратор проговорює коротку інформацію про інфраструктуру готелю, час роботи служб.

Під час проживання гості користуються послугами за які передбачена оплата, розрахунок відбувається на рецепції.

В день виїзду гості можуть продовжити проживання (за наявністю можливості), або виїхати. Ключ – карти здаються на рецепцію. Покоївка перевіряє номер та інформує рецепцію про стан. Якщо все добре адміністратор прощається з туристами, бажаючи гарного дня, якщо були виявлені збитки, стягує його у повному обсязі.

2.4.2. Технологія і організація функціонування служби номерного фонду

Служба номерного фонду готелю «Гагарін» складається зі старших покоївок, покоївок, персоналу пральні та прибиральниць. Вони підпорядковуються директору готелю та його заступнику.

Старші покоївки контролюють роботи своїх підлеглих, звітуються перед керівництвом, допомагають в роботі служби, прибирання, прийняття номерів тощо, перевірка номерів після прибирання на поселення, приймають замовлення послуг з номерів (прання, прасування), вирішує конфліктні ситуації, стажерує новий персонал, проводить інвентаризацію, списання, складає списку завдань для підлеглих тощо.

Покоївки приймають номери по виїзду, прибирає номери згідно технології, вирішує конфліктні ситуації, приймають замовлення послуг з номерів (прання, прасування), проводить генеральне прибирання та інше.

Персонал пральні пере, прасує білизну речі, дотримується санітарно – гігієнічних нормам та вимогам, приймає участь у списанні, надає квитанції на надані послуги гостям на рецепцію.

Прибиральниці. Прибирають всі приміщення в готелі та прилеглу територію, проведення генерального прибирання.

Повний перелік обов’язків представлено у додатку В.

2.4.3. Технологія і організація функціонування додаткових служб готельного підприємства

В готелі «Гагарін» до служби додаткових послуг відноситься конференц – сервіс, до якого відноситься конференц – менеджер та з новою концепцією додався персональний консьєрж, який підпорядковується напрямку директору готелю та його заступнику.

Перелік обов’язків представлено у додатку В.

Робочий день конференц – менеджера триває з 08:00 до 18:00, персонального консьєржа з 08:00 до 20:00.

2.4.4. Організація і функції фінансово-комерційної та інженерно - експлуатаційної служб у готельному підприємстві

В готелі «Гагарін» до служби бухгалтерії відносить бухгалтер та юрист. Їх робочий день триває з 09:00 до 17:00. Перелік обов’язків представлено у додатку В.

Інженерно – технічна служба складається з головного інженера, помічника, електрика, слюсаря – сантехніка, ІТ – спеціаліст є позаштатною одиницею.

Головний інженер відповідає за всі підключення готелю, пожежну безпеку, охорону праці разом з директором, може проводити ремонт приміщень, меблів, простої техніки, обладнання, формує списки на списання, закупок, пропонує керівництву нові, ефективні впровадження та інше.

Помічник інженера виконує доручення головного інженера, їздить за закупками, проводить не складний ремонт обладнання, техніки, меблів, приміщень, дотримує в порядку прилеглу територію готелю тощо [56].

Електрик та слюсар – сантехнік виконує свої прямі обов’язки згідно спеціальностям.

ІТ – спеціаліст є позаштатною одиницею і викликається за потребою.

Певний перелік обов’язків представлено у додатку В.

2.5. Показники експлуатаційної програми підприємства

Номерний фонд готелю «Гагарін» складається з 248 номерів. Проведемо розрахунок експлуатаційної програми підприємства.

Характеристика показників експлуатаційної програми готельного підприємства та алгоритм їх розрахунків:

1. Одноразова місткість

Характеризує кількість інвентарних місць готелю:

$$O_M = K_{\text{ном}} * Ч_{i,м} \quad (2.2)$$

де O_M – одноразова місткість; $K_{\text{ном}}$ – кількість номерів кожної категорії; $Ч_{i,м}$ – число постійних (інвентарних) місць у кожному номері [17].

$$O_M = 100 * 2 + 85 * 2 + 45 * 4 + 15 * 4 + 3 * 4 = 532$$

2. Можлива пропускна спроможність

Характеризує чисельність гостей, що можуть бути обслужені в готелі з урахуванням кількості інвентарних місць за певний період у відсутності простоїв:

$$ПС_M = O_M * Ч_{д,р} \quad (2.3)$$

де $ПС_M$ – можлива пропускна спроможність; O_M – одноразова місткість; $Ч_{д,р}$ – кількість календарних днів роботи готелю [17].

$$ПС_M = 532 * 365 = 194\,180 \text{ місце – днів}$$

3. Пропускна спроможність

Характеризує чисельність гостей, що можуть бути обслужені в готелі з урахуванням простоїв, пов’язаних із капремонтom і реконструкцією:

$$ПС = ПС_M - K_{к,р} \quad (2.4)$$

де $ПС$ – пропускна спроможність; $ПС_M$ – можлива пропускна спроможність;

$K_{к.р}$ – кількість людино-діб перебування номерного фонду в капітальному ремонті та реконструкції.

$$ПС = 194\,180 - 0 = 194\,180$$

4. Планова пропускна спроможність

Характеризує чисельність гостей, що можуть бути обслужені в готелі з урахуванням планових простоїв з об'єктивних причин (обсяг надання послуг за планом)

$$ПС_{ПЛ} = ПС - K_{п.р} - K_{с.о} - K_{ін} \quad (2.5)$$

де $ПС_{ПЛ}$ – планова пропускна спроможність; $ПС$ – пропускна спроможність; $K_{п.р}$ – кількість людино-діб перебування номерів у простої під плановим ремонтом; $K_{с.о}$ – кількість людино-діб перебування номерів у простої з причин санітарної обробки номерів та підготовки їх до заселення; $K_{ін}$ – кількість людино-діб перебування номерів у простої під плановим ремонтом з інших об'єктних причин [17].

$$K_{с.о} = T_{с.о} * K_{Г} / 24 \quad (2.6)$$

Де $T_{с.о}$ – час санітарної обробки і підготовки номеру до заселення, год. $K_{Г}$ – можлива кількість обслужених гостей.

$$K_{Г} = ПС / T_{с.п.}, \quad (2.7)$$

де $T_{с.п.}$ – середня тривалість перебування гостя.

Середній час проживання гостей влітку 5-7 діб, в низький сезон 1-3 дні, тому приймаємо середній час проживання гостя 4 доби. Тоді можлива кількість обслужених гостей:

$$K_{Г} = 194\,180 / 4 = 48\,545$$

Середній час підготовки номера до розміщення гостей приймаємо 1,5 год., то простій номерного фонду внаслідок підготовки приміщення складе:

$$K_{с.о} = 1,5 * 48\,545 / 24 = 3034 \text{ людино - діб}$$

Час простою внаслідок планового ремонту, реконструкції з інших об'єктних причин визначимо виходячи з того, що циклічність ремонту,

реконструкції номерного фонду готелю – 5 років, а середня тривалість планового ремонту з інших причин – 3 днів [17].

Плановий ремонт проводитиметься в частині номерного фонду, тому,

$$Kn_p = Mp / Ц * t_p, \quad (2.8)$$

де Mp – кількість місць, що підлягають ремонту місць, $Ц$ – циклічність проведення поточного ремонту номерного фонду, років, t_p – середня тривалість ремонту, 1 номеру , днів.

$$Kn_p = 46/5 * 3 = 27$$

$$K_{in} = (46/5) * 3 = 27 \text{ людино-днів}$$

Тоді планова пропускна спроможність:

$$ПС_{пл} = 194\,180 - 3034 - 27 - 27 = 191\,092 \text{ людино -днів}$$

5. Середня місткість характеризує середню кількість інвентарних місць в готелі за певний період (як правило, за рік):

$$\bar{M} = \frac{M_n * t_1 + M_k * t_2}{T} \quad (2.9)$$

де $\bar{M}$ – середня місткість готелю, інвентарних місць; M_n – кількість місць в експлуатації на початок періоду; M_k – кількість місць на кінець періоду з урахуванням змін у номерному фонді; t_1, t_2 – термін перебування номерів (місць) в експлуатації, відповідно на початок і на кінець періоду, днів; T – загальний календарний термін експлуатації номерного фонду готелю, днів [17].

$$\bar{M} = (46 * 0 + 248 * 365) / 365 = 248$$

6. Плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду (місць) за певний період (коефіцієнт використання пропускної спроможності). Він характеризує ступінь використання номерного фонду готелю за планом:

$$K_{з(пл)} = \frac{ПС_{пл}}{ПС} \quad (2.10)$$

де $K_{з(пл)}$ – плановий коефіцієнт завантаження

$$K_{з(пл)} = 191\,092 / 194\,180 = 0,98$$

7. Звітний коефіцієнт завантаження номерного фонду (місць) за певний період (коефіцієнт використання пропускної спроможності). Характеризує

ступінь використання номерного фонду за певний період:

$$K_{з(зв)} = \frac{\Phi_{л}/\partial}{ПС}, \quad (2.11)$$

де $K_{з(зв)}$ – звітний коефіцієнт завантаження; $\Phi_{л}/\partial$ – фактично надана кількість місце-днів/людино-днів (загальний час перебування приїжджих);

$$P_з = \Phi_{л}/\partial : ПС * 100, \quad (2.12)$$

Де $P_з$ – рівень завантаження номерного фонду готелю, %.

Фактично надана кількість місце-днів/людино-днів (за даними готелю за 2025 рік готель відвідали до 101 211 людин - днів)

$$K_{з(зв)} = 101\,211 / 194\,180 = 0,52$$

$$P_з = 101\,211 / 194\,180 * 100 = 52 \, \%$$

2.5.1. Оперативні показники експлуатаційної програми підприємства

1. Середня кількість гостей на місце характеризує середню кількість гостей, що в середньому обслуговано за рік на одному місці:

$$\bar{\Gamma} = \frac{\Gamma_з}{M}, \quad (2.13)$$

де $\bar{\Gamma}$ – середня кількість гостей на номер, осіб; $\Gamma_з$ – загальна кількість гостей, осіб; M – кількість проданих місць [17].

$$\bar{\Gamma} = 48\,545 / 248 = 195 \text{ осіб}$$

2. Середній час перебування гостя характеризує тривалість перебування гостя в готелі в середньому за рік:

$$\bar{t} = \frac{K_{\Phi}}{\Gamma_з}, \quad (2.14)$$

де $\bar{t}$ – середній термін перебування гостя в готелі, днів; K_{Φ} – фактично надана кількість людин-днів; $\Gamma_з$ – загальна кількість гостей за період, осіб [17].

$$\bar{t} = 101\,211 / 48\,545 = 2 \text{ доби}$$

3. Коефіцієнт завантаження номерного фонду (місць) за день показує ступінь завантаження місць підприємства:

$$K_{зв} = \frac{K_{з.м}}{K_{інв.м}}, \quad (2.15)$$

де $K_{зв}$ – коефіцієнт завантаження; $K_{з.м}$ – кількість зайнятих місць; $K_{інв.м}$ – кількість інвентарних місць [17].

$$K_{зв} = 255 / 532 = 0,47$$

4. Обіговість місця*: у разях характеризує кількість разів експлуатації одного місця за період з урахуванням середнього терміну перебування гостя в готелі:

$$O_M = \frac{\bar{M}}{\bar{t}}, \quad (2.16)$$

де O_M – кількість оборотів одного місця, разів; $\bar{M}$ – середня кількість місць в експлуатації; $\bar{t}$ – середній термін перебування гостя в готелі, днів.

$$O_M = 255 / 2 = 127 \text{ разів}$$

5. Характеризує річну кількість використання місця за певний період з урахуванням середньої тривалості проживання, що склалася:

$$K_{o.m} = \frac{K_{\phi}}{\bar{M}}, \quad (2.17)$$

де $K_{o.m}$ – оборотність місця в готелі, днів; K_{ϕ} – фактична кількість людино-днів.

$$K_{o.m} = 101\,211 / 255 = 397$$

6. Характеризує чисельність гостей, які в середньому обслужені на 1 місці готелю за певний період:

$$K_{o.m} = \frac{K_r}{\bar{M}}, \quad (2.18)$$

де $K_{o.m}$ – оборотність місця в готелі, осіб; K_r – кількість гостей, обслужених за певний період, осіб.

$$K_{o.m} = 48\,545 / 255 = 190$$

7. Середня кількість номерів, придбаних за день показує середню кількість номерів прибраних за день:

$$\overline{H_{пр}} = \frac{H_z}{K_{зм(п)}}, \quad (2.19)$$

де $\overline{H_{пр}}$ – середня кількість номерів, прибраних за день; H_z – кількість зайнятих номерів, од.; $K_{зм(п)}$ – кількість 8-годинних змін покоївок.

$$\overline{H_{пр}} = 129 / 4 = 32$$

8. Простій номерного фонду з причин санітарної обробки характеризує кількість людино-днів простою номерного фонду за причин санітарної обробки та підготовки номера до заселення:

$$C_0 = \frac{D}{\bar{t}} * t_0 / 24 * M, \quad (2.20)$$

де C_0 – кількість людино-днів перебування номерів у простої за причин санітарної обробки номерів та підготовки їх до заселення; D – кількість днів роботи підприємства за рік; $\bar{t}$ – середній термін перебування гостя в готелі, днів; t_0 – термін простою номерного фонду за причин санітарної обробки та підготовки номера до заселення, год.; M – кількість місць в готелі [17].

$$C_0 = (365/2) * 1,5 / 24 * 248 = 2828$$

9. Простій номерного фонду з причин планово-попереджувального поточного ремонту характеризує кількість людино-днів простою номерного фонду за причин планово-попереджувального поточного ремонту:

$$T_p = \frac{M}{\Pi} * \bar{t}_p, \quad (2.21)$$

де T_p – термін простою номерного фонду за причин планово-попереджувального поточного ремонту, людино-днів; M – кількість місць в готелі; Π – циклічність проведення поточного ремонту номерного фонду, років; $\bar{t}_p$ – середня тривалість ремонту 1 номера, днів [17].

$$T_p = 248 / 5 * 3 = 149 \text{ людино-днів}$$

Таблиця 2.8

Аналіз показників виробничої програми готелю «Гагарін»

№	Показники	1 рік	2 рік	3 рік
1	2	3	4	5
1.	Одноразова місткість, місць	248	248	248
2.	Кількість ліжко-днів в інвентарі, л-д.	532	532	532
3.	Кількість простоїв, л-д.	248	248	248
4.	Кількість л-д в експлуатації, л-д.	194 180	194 180	194 180
5.	Коефіцієнт завантаження, %	52	59	85
6.	Кількість ліжко-днів наданих, л-д.	6472	6472	6472
7.	Середній тариф, грн.	3800	3900	4100
8.	Чистий дохід від реалізації ліжко-днів, тис. грн.	1 387 000	1 423 500	1 496 500

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗДІЛ

3.1. Розробка та характеристика раціональної організаційної структури управління підприємством готельного господарства

Готель «Гагарін» має лінійну організаційну структуру, вона представлена у додатку Р.

3.2. Штатний розпис та розрахунок оплати праці

За складання штатного розкладу відповідає керівник кожної служби та утверджується у директора готелю. Приклад штатного розкладу «Гагарін» представлено у додатку Г.

У таблиці 3.1. наведена заробітна плата нової штатної одиниці, консьєржа для надання додаткових послуг, запланованих в новій концепції.

Таблиця 3.1

Заробітна плата працівників готелю «Гагарін»

Посада	Зарплатня грн./місяць
1	2
Консьєрж	26 000

Фонд оплати праці зводимо в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Фонд оплати праці

№	Посада	Графік роботи	Кількість працівників всього	Кількість працівників за зміну	Заробітна плата за рік, грн.
1	2	3	4	5	6
1.	Консьєрж	4/2	2	1	624 000
Всього заробітна плата за рік, грн.					624 000

3.3. Моделювання основних і додаткових послуг підприємства

В готелі «Гагарін» надаються основні та додаткові послуги. Більшість додаткових послуг є платними. Перелік та характеристика послуг представлено у додатках Д, С.

3.4. Організація охорони праці персоналу, протипожежної системи безпеки, цивільної оборони

В готелі «Гагарін» за охорону праці відповідає директор, виконавцем виступають заступник директора та головний інженер. Це стосується також пожежної безпеки.

Умови праці на підприємстві оцінюють за критеріями: Освітлення; Забруднення повітря; Температура, вологість, швидкість руху повітря; Санітарно-гігієнічні норми; Особиста гігієна працівників; Рівень шуму.

Освітлення в робочих приміщеннях, не враховуючи складських приміщень, комбіноване, природне та штучне, лампи використовуються енергозберігаючі, денного світла.

Забруднення повітря запобігається за допомогою вентиляційної системи.

Температура повітря контролюється за допомогою клімат контролю, у теплу пору року до 23 градусів, у холодну до 28 градусів, вологість повітря, в середньому становить до 60%, швидкість руху повітря до 0.3 м./с.

Санітарний стан. Це стосується правил прибирання. Прибиральниця під час роботи використовує спеціальні миючі засоби, мильно-лужний розчин, дезінфікує сан-вузли, проводить вологе прибирання і все це впродовж дня, декілька разів. Територія готелю також дотримується у порядку та чистоті. За вимогами, вся білизна номерного фонду спускається на пральню у спеціальних візках, а вже персонал пральні її сортує і завантажує в машини. Чиста білизна зберігається на складі.

Особисті гігієна працівників. Весь персонал повинен мати актуальний медичний огляд, чистий одягнені, уніформу та презентабельний зовнішній вигляд загалом.

Рівень шуму. В таких приміщеннях, як наприклад, пральня, досить шумно через роботу машин, тому для зменшення шуму, відкривають вікна, ізолюють приміщення і планують у глибині службових приміщень.

При проектуванні будівлі, в подальшому її реконструкції були дотримані вимоги, правила та норми, що наведені у Будинки і споруди. Готелі, ДБН В.1.1.7:2016. Пожежна безпека об'єктів будівництва, ДБН В.2.5-56:2014. Система протипожежного захисту, Правила пожежної безпеки в Україні (НАПБ А.01.001-2014, ДБН В.2.2-20:2008 [57-60].

В усіх приміщення встановлені датчики диму, вогнегасники порошкового типу, є спринклерна система пожежогасіння, автоматична система сповіщення – звукова та світлова, пожежні шланги, автоматична система пожежогасіння.

Цивільна оборона. При готелі «Гагарін» на 1 2 поверсі, у паркінг облаштоване тимчасове укриття, з місцем для сидіння, лежання, кулером з водою та пледами. Для персоналу та гостей готелю передбачені засоби індивідуального захисту.

3.5. Організація охорони навколишнього середовища

Готель «Гагарін» використовує енергозберігаючі лампи, має в номерах карт – холдери, що також зменшують витрати електроенергії, сортують сміття та мінімізують використання пластика.

3.6. Організація роботи та розробка фінансової моделі підприємства

Таблиця 3.3

Перелік необхідної інформації для організації роботи готелю «Гагарін»

Тип інформації	Обраний тип	Примітки
1	2	3
1. Тип готельного підприємства	Готель	Туристичний та діловий готель
2. Організаційна структура	Лінійна	-
3. Кількість номерів		-
4. Відмінні особливості бізнес – ідеї проекту	Instagram – номери та супутні послуги для створення нового, вражаючого контенту	-

1	2	3
5. Характеристика послуг	Контент – послуги, тематичні номери для вдалого ведення соціальних мереж та красивих фото	

Для номерів заплануємо нову вартість. Дані зведено у табл. 3.4. Для додаткових послуг заплануємо, що їх куплять за рік 4 667 разів.

Таблиця 3.4

Розрахунок доходу від продажів номерів при 50 % завантаженості

Назва номерів	Кількість номерів за день, шт.	Кількість днів за рік	Ціна номерів, грн.	Виручка від реалізації, грн.
1	2	3	4	5
Номери				
Стандарт двомісний/Твін	20	182	3800	13 832 000
Покращений двомісний	20	182	3800	13 832 000
Студія	2	182	5800	2 111 200
Люкс	4	182	5800	4 222 400
Всього				33 997 600
Всього без ПДВ (7%)				31 773 457,94
Додаткові послуги				
Персональний «Odesa Curator»	540	-	1000	540 000
Послуга «Morning Ritual»	200	-	450	90 000

Продовження таблиці 3.4

1	2	3	4	5
«Photo-Shoot Package»:	-	-		
Професійний набір кільцевого світла Mircorpo «RL-18II 3200–5600K», 45 см (Kit 5) для фото, відео та стрімінгу	170	-	300	51 000
Штатив горизонтальный 178см алюминиевый с пультом для телефона «Yunteng 6109»	501	-	300	150 300
Фотокамера Polaroid Originals 600	1351	-	1500	2 026 500
Private Sunset Drinks	1905	-	1200	2 286 000
Всього				5 143 800
Всього без ПДВ (20%)				4 286 500
Разом				36 059 957,94

Для розрахунку номерів, що продаватимуться через платформи онлайн бронювання заплануємо кількість апартаментів на день на кожну з них: для Booking.com – 35 номерів /день; Hotels24 – 15 номерів. Розрахунок операційних витрат зводимо в таблицю 3.5.

Таблиця 3.5

Розрахунок операційних витрат за рік

№	Види витрат	Сума за рік, грн.	Розрахунок
1	2	3	4
1	Комунальні витрати / інтернет / охорона /пожежна і т.п.	721 199,16	2% від товарообігу
2	Зарплатня персоналу	624 000	Табл. 3.2
3	Податки по зарплатні персоналу (ПДФО та Військовий збір)	174 720	ПДФО - 18% та Військовий збір – 10% від з/п персоналу
4	Пенсійний фонд (ЄСВ для ФОП) ¹	1760	22% від мінімальної з/п в Україні (8000 грн*0,22)
5	Господарські товари/білизна/канцтовари/інше	180 300	0,5% від товарообігу
6	Поточний ремонт (обладнання, амортизація, інші витрати)	3 065 096,42	8,5% від товарообігу
7	Різне	360 599,57	1% від товарообігу
8	Реклама (операційні витрати щомісяця)	721 199,16	2% від товарообігу
9	Booking.com	7 261 800	Середній тариф на номери 3800 грн. * 35 *182 = 24 206 000 грн./рік 10 767 500 – 30% = 7 261 800 грн.
10	Hotels24	2 074 800	Середній тариф на номери 3800 грн. * 15 * 182 = 10 374 000 грн./рік. 2 153 500 – 20% = 2 074 800 грн.
	ВСЬОГО	15 185 474,31	

Завершальним етапом роботи є розрахунок фінансових показників проекту. Фінансові показники зводимо в таблицю 3.6 [17].

Таблиця 3.6

Фінансові показники

№	Показник	рік, грн.
1	2	3
1	Товарообіг (виручка)	36 059 957,94
2	Точка беззбитковості (сума операційних витрат на рік)	15 185 474,31
3	Податок на прибуток (18%)	6 490 792,42
4	Чистий прибуток	14 383 691,21
5	Термін окупності	0,8

Розрахунок для чистого прибутку ведемо на рік.

Термін окупності проекту можна розрахувати за формулою:

$$T_{\text{ок}} = I_3 / \text{Чп} , \quad (3.1)$$

де I_3 – Загальні інвестиції для реалізації концепції; Чп – чистий прибуток [17].

$$T_{\text{ок}} = 12\,122\,025,4 / 14\,383\,691,2 = 0,84 = 0,8 = 8 \text{ місяців}$$

Проведені розрахунки показали, що строк окупності нової концепції для готелю «Гагарін» складе 8 місяців, при 50 % завантаженості, не значному підвищенні вартості номерів та продажу додаткових послуг. Чистий прибуток склав 14 383 691,21 грн.

Рекомендації до роботи: 1. При вдалому просуванні ідеї Instagram – номерів збільшити кількість тематичних номерів; 2. Розширення додаткових супутніх послуг; 3. Спробувати пілотний варіант номерів, в меншій кількості; 4. Активно просувати ідею в інтернеті.

ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ

В кваліфікаційній роботі була запропонована нова концепція для готелю «Гагарін» в місті Одеса. Перетворення готелю із місця тимчасового проживання на культурний хаб, де архітектура, сервіс та естетика розповідають єдину історію.

Головна мета - перетворити готель «Гагарін» на найбільш «інстаграмний» та впізнаваний готель Одеси, що задає тренди в гостинності.

Бізнес-мета: Підвищення RevPAR (доходу на номер) завдяки залученню платоспроможної аудиторії, що цінує естетичний досвід, та створення «вірального» маркетингу (гості самі продають готель через соцмережі).

Емоційна мета: Подарувати гостю відчуття «золотої ери» подорожей, де Одеса постає не просто як курорт, а як місце з унікальним характером, стилем та інтелектуальною глибиною.

В роботі запропоновано: 1. Створення Instagram номерів; 2. Впровадження додаткових послуг: «Insta-Kit» в номер, Персональний «Odesa Curator», Послуга «Morning Ritual», Private Sunset Drinks.

В першому розділі була надана характеристика готелю «Гагарін», розроблений SWOT – аналіз, проаналізований ринок готельного бізнесу в місті Одеса, розглянуті наукові дослідження щодо ставлення туристів до дизайну, його вплив на них, важливість тематичності готельних підприємств. Обрані та проаналізовані потенційні конкуренти, проведена порівняльна характеристика, розглянутий рейтинг на онлайн платформі бронювання і зроблені висновки. В кінці першого розділу представлена нова концепція, новий SWOT – аналіз.

В другому розділі представлена інфраструктура, оснащення номерів, розраховані інвестиційні витрати, експлуатаційна програма готелю, описана організація роботи служб готелю, заплановані проектні роботи, дизайн, етапи ремонту.

В третьому розділі представлена організаційна структура готелю «Гагарін», охарактеризовані основні, додаткові послуги, штатний розпис, розрахована заробітна плата нової штатної одиниці, описана організація охорони праці, пожежної безпеки, цивільної оборони, заходи охорони навколишнього середовища, розроблена фінансова модель підприємства, розрахований чистий прибуток, операційні витрати, строк окупності нової концепції.

Проведені розрахунки показали, що строк окупності нової концепції для готелю «Гагарін» складе 8 місяців, при 50 % завантаженості, не значному підвищенні вартості номерів та продажу додаткових послуг. Чистий прибуток склав 14 383 691,21 грн.

Рекомендації до роботи: 1. При вдалому просуванні ідеї Instagram – номерів збільшити кількість тематичних номерів; 2. Розширення додаткових супутніх послуг; 3. Спробувати пілотний варіант номерів, в меншій кількості; 4. Активно просувати ідею в інтернеті.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний сайт готелю «Гагарін». URL: <https://gagarinn.com/> (дата звернення 26.03.2026)
2. Платформа онлайн бронювання Hotels24. URL: <https://hotels24.ua/> (дата звернення 26.03.2026)
3. Платформа онлайн бронювання Booking.com. URL: <https://www.booking.com/> (дата звернення 26.03.2026)
4. Туристичний сайт Agoda. URL: <https://www.agoda.com/> (дата звернення 26.03.2026)
5. Туристичний сайт UA-hotels. URL: <https://ua-hotel.com/> (дата звернення 26.03.2026)
6. Туристичне агентство Join Up. URL: <https://joinup.ua/> (дата звернення 26.03.2026)
7. Туристична компанія Кий Авіа. URL: <https://kiyavia.com/> (дата звернення 26.03.2026)
8. Туристичний сайт Cheaphotels. URL: <https://cheaphotels.odessa.ua/> (дата звернення 26.03.2026)
9. Туристичний сайт Planet of Hotels. URL: <https://planetofhotels.com/> (дата звернення 26.03.2026)
10. Туристичний сайт BestOdessaHotels. URL: <https://www.bestodessahotels.com/> (дата звернення 26.03.2026)
11. Сторінка готелю «Гагарін» в Instagram. URL: https://www.instagram.com/gagarinn_hotel/ (дата звернення 26.03.2026)
12. Сторінка готелю «Гагарін» в Facebook. URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100088142960964> (дата звернення 26.03.2026)
13. Одеса знову лідер літнього відпочинку: як змінюється попит у 2026 році. Delo. URL: <https://delo.ua/news/odessa-znovu-lider-litnyogo-vidpocinku-yak-zminuyetsya-popit-u-2026-roci-467245/> (дата звернення 11.04.2026)

14. В одеських готелях влітку можуть значно зрости ціни. *Delo*. URL: <https://delo.ua/news/v-odeskix-gotelyax-vlitku-mozut-znacno-zrosti-cini-444719/> (дата звернення 11.04.2026)
15. Xiao, Q., Zhang, HQ, & Huang, H. Вплив готельної тематичної стратегії: дослідження сприйняття тематичних елементів готелю гостями 酒店主题战略的效果：酒店客人对主题元素 的看法之研究. *Journal of China Tourism Research*, 9(1), 2013. 133–150. URL: <https://doi.org/10.1080/19388160.2013.756776> (дата звернення 11.04.2026)
16. Барвінок, Н.. ВПЛИВ ДИЗАЙНУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ ТА ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ КОМПЛЕКСІВ У КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ. *Економіка та суспільство*, (68).2024. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-4> (дата звернення 11.04.2026)
17. Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи (готелі) для студентів СВО «Бакалавр» зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / Укл. Г.М. Ряшко, К.С. Федосова, О.М. Москвічова. – Одеса: ОНТУ, 2023. 113 с.
18. Інтернет – магазин «Synthetic». URL: <https://synthetic.ua/> (дата звернення 14.04.2026)
19. Інтернет – магазин «For-extreme». URL: <https://for-extreme.com.ua/> (дата звернення 14.04.2026)
20. Інтернет – магазин «Подорожник». URL: <https://podorozhnik.ua/> (дата звернення 14.04.2026)
21. Сайт інтернет – магазину гіпермаркету «Епіцентр». URL: <https://epicentrk.ua/> (дата звернення 23.04.2026)
22. Інтернет – магазин меблів «StarMebel». URL: <https://starmebel.com.ua/> (дата звернення 23.04.2026)

23. Платформа інтернет – магазинів Розетка. URL: <https://rozetka.com.ua/> (дата звернення 23.04.2026)
24. Інтернет – магазин меблів «Terrazza». URL: <https://www.terrazza.com.ua/> (дата звернення 23.04.2026)
25. Інтернет – магазин «Svetlini». URL: <https://svetlini.ua/ua/> (дата звернення 25.04.2026)
26. Інтернет – магазин меблів «Укрітал Імпорт». URL: <https://ukrital.com.ua/> (дата звернення 25.04.2026)
27. Інтернет – магазин дзеркал «Miraline». URL: <https://miraline.com.ua/> (дата звернення 25.04.2026)
28. Інтернет – магазин «Osvetim». URL: <https://osvetim.od.ua/> (дата звернення 25.04.2026)
29. Інтернет – магазин фабрики дзеркал «Sudio Glass». URL: <https://studioglass.ua> (дата звернення 25.04.2026)
30. Платформа інтернет – магазинів Prom.ua. URL: <https://prom.ua/> (дата звернення 25.04.2026)
31. Інтернет – магазин товарів для дому «Sinsay». URL: <https://www.sinsay.com/ua/> (дата звернення 27.04.2026)
32. Інтернет – магазин меблів «Mebel-24». URL: <https://mebel-24.com.ua/> (дата звернення 27.04.2026)
33. Інтернет – магазин «Sadorium». URL: <https://sadorium.com.ua/> (дата звернення 27.04.2026)
34. Інтернет – магазин меблів «Меблі Еліт». URL: <https://elit-mebel.in.ua/> (дата звернення 27.04.2026)
35. Сайт центру комплектування «Decorazzio». URL: <https://www.decorazzio.com/> (дата звернення 27.04.2026)
36. Інтернет – магазин меблів «RoomDepot». URL: <https://roomdepot.in.ua/> (дата звернення 27.04.2026)

37. Інтернет – магазин меблів «His». URL: <https://his.ua/> (дата звернення 27.04.2026)
38. Інтернет – магазин меблів «Добрий Тато». URL: <https://tato.net.ua/> (дата звернення 27.04.2026)
39. Інтернет – магазин освітлення «Vasmar». URL: <https://www.vasmar.ua/> (дата звернення 27.04.2026)
40. Інтернет – магазин «Kitchen-Profi». URL: <https://kitchen-profi.com.ua/> (дата звернення 27.04.2026)
41. Інтернет – магазин «Shkura». URL: <https://shkura.com.ua/> (дата звернення 27.04.2026)
42. Інтернет – магазин освітлення «Svit-lamp». URL: <https://www.svit-lamp.ua/> (дата звернення 27.04.2026)
43. Інтернет – магазин меблів «Світ меблів». URL: <https://svitmebliv.org/ua/> (дата звернення 01.05.2026)
44. Інтернет – магазин дзеркал «Dzerkala.com.ua». URL: <https://dzerkala.com.ua/> (дата звернення 01.05.2026)
45. Інтернет – магазин «АРС». URL: <https://ars.ua/> (дата звернення 01.05.2026)
46. Інтернет – магазин товарів для дому «Homezone.». URL: <https://homezone.com.ua/> (дата звернення 01.05.2026)
47. Інтернет – магазин шаф «Світ Шаф». URL: <https://www.svitshaf.com.ua/> (дата звернення 01.05.2026)
48. Інтернет – магазин техніки та електроніки «Comfy». URL: <https://comfy.ua/> (дата звернення 05.05.2026)
49. Інтернет – магазин меблів «MEBEL LOFT». URL: <https://mebelloft.com.ua/> (дата звернення 05.05.2026)
50. Інтернет – магазин меблів «Табуретка». URL: <https://www.tabureтка.ua/> (дата звернення 05.05.2026)
51. Інтернет – магазин освітлення «Pikart». URL: <https://pikartlights.com/> (дата звернення 05.05.2026)

52. Інтернет – магазин меблів «Home24». URL: <https://home24.in.ua/> (дата звернення 05.05.2026)
53. Інтернет – магазин меблів «Centrmebel.». URL: <https://centrmebel.com.ua/> (дата звернення 12.05.2026)
54. Інтернет – магазин «Mango». URL: <https://shop.mango.com/ua/> (дата звернення 12.05.2026)
55. Керівник готелю. Освіта UA. URL: <https://osvita.ua/proforientation/profession/72932/> (дата звернення 20.05.2026)
56. Сайт вакансій та резюме по роботі «Jobs.ua». URL: <https://jobs.ua/> (дата звернення 20.05.2026)
57. ДБН В.2.2-20:2008. Будинки і споруди. Готелі. Чинний від 2008–07–23. Вид. офіц. Київ: Мінрегіонбуд України, 2009. 58 с. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3199654438578947875?doc_type=2 (дата звернення 25.05.2026)
58. ДБН В.1.1.7:2016. Пожежна безпека об'єктів будівництва. Чинний від 2017–06–01. Вид. офіц. Київ, 2017. 47 с. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3080743763845318619?doc_type=2 (дата звернення 25.05.2026)
59. ДБН В.2.5-56:2014. Система протипожежного захисту. Чинний від 2014–11–13. Вид. офіц. Київ: М-во регіон. розвитку, буд-ва та житлово-комун. госп-ва України, 2015. 134 с. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3200383488549193714?doc_type=2 (дата звернення 25.05.2026)
60. Правила пожежної безпеки в Україні : НАПБ А.01.001-2014 : затв. наказом МВС України від 30.12.2014 № 1417. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0252-15#Text> (дата звернення 25.05.2026)

ДОДАТКИ

Додаток А

Порівняльна характеристика потенційних конкурентів

№	Вимоги	«Гагарін»	«Атлантик»	«Premier Hotel Odesa»	«Arcadia Plaza Hotel»
1	2	3	4	5	6
Номерний фонд					
1	Кількість номерів	248	108	200	24
	Стандарт	3590	-	-	4100
	Стандарт Покращений	3590	3560	-	4900
	Класичний номер	-	-	4250	-
	Класичний номер з видом на море	-	-	4590	-
	Номер Комфорт	-	-	-	-
	Номер Прем'єр	-	-	4590	-
	Номер Прем'єр з видом на море	-	-	4930	-
	Студія	5600	-	-	-
	Напівлюкс	-	-	5525	6000
	Напівлюкс з ванною	-	4752	-	-
	Напівлюкс з терасою	-	4752	-	-
	Делюкс	-	-	-	7700
	Люкс	5500	6140	6375	9700
	Люкс Сімейний	6800	-	-	-
	Люкс з видом на море	-	-	7225	-
	Президентський Люкс	-	-	-	12 200
Основні послуги					
1	Ресторан	+	+	+	+
2	Бар	+	+	+	+
3	Цілодобова стійка рецепції	+	+	+	+
4	Парковка	+	+	+	+
5	Камера зберігання багажу	+	+	+	+
6	Послуга Ранній заїзд / Пізній виїзд	+	+	+	+

Продовження додатку А

1	2	3	4	5	6
7	Безкоштовний інтернет	+	+	+	+
8	Охорона	+	+	+	+
9	Послуга Пробудження	+	+	+	+
10	Надання аптечки	+	+	+	+
11	Охорона	+	+	+	+
12	Виклик таксі	+	+	+	+
13	Послуги консьєржа	-	-	+	-
14	Експрес заїзд/виїзд	-	-	+	-
15	Банкомат	-	-	+	-
16	Сейф на рецепції	+	+	+	-
17	Відкритий басейн	-	-	-	+
18	Критий басейн	-	+	+	-
19	Дитячий басейн	-	-	+	-
20	Хамам	-	+	-	-
21	Тренажерний зал	+	+	+	+
22	Тренування з тренером	+	+	-	+
23	Платна парковка	+	+	+	-
24	Паркінг	+	-	-	-
25	Тераса	-	+	-	+
26	Прання / прасування	+	+	+	+
27	Хімчистка	-	-	+	-
28	Прес для штанів	-	-	+	-
29	Чистка взуття	+	+	+	+
30	Салон краси	+	+	-	+
31	Перукарня	+	+	-	+
32	Зал караоке	-	+	-	-
33	Конференц – сервіс	+	+	+	-
34	Конференц зал	+	+	+	-
35	Кімната перемовин	+	+	+	-
36	Банкетний зал	+	+	+	+
37	Ліфт та поверх за ключ - картою	+	+	-	+
38	Масаж	-	-	+	-
39	Сауна	-	-	+	-
40	Укриття	+	+	+	+
41	Зарядка для електромобілів	+	-	+	-

Продовження додатку А

1	2	3	4	5	6
42	Доставка квітів/подарунків	+	-	+	-
43	Номери для людей з обмеженими можливостями	+	+	+	+
44	Проживання з тваринами	За узгодженням з адміністрацією	За узгодженням з адміністрацією	За узгодженням з адміністрацією	За узгодженням з адміністрацією
45	Надання дитячого ліжка	+	+	+	+
46	Винна кімната	+	-	-	-
47	Тенісний корт	-	-	-	+
48	Сигарна кімната	-	-	+	-
49	Дитячий майданчик	-	-	-	+
50	Генератор	+	+	+	+
51	Нічний клуб	-	+	-	-
52	Пляж «Ітака»	-	+	-	+
53	Казино	+	-	-	-
54	Надання зарядного пристрою	+	-	-	-
55	Зони для куріння	+	+	+	+
Соціальні мережі, сайт					
1	Instagram	+	+	+	+
2	Facebook	+	+	+	+
3	Власний сайт	+	+	+	+

Розроблено автором

Порівняння рейтингу готельних підприємств на Booking.com

НАЗВА ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	РЕЙТИНГ	КІЛЬКІСТЬ ВІДГУКІВ	ПЕРСОНАЛ	МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ	ЧИСТОТА	СПІВВІДНОШЕННЯ ЦІНА/ЯКІСТЬ	КОМФОРТ	ЗРУЧНОСТІ	WI - FI
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
«Гагарін»	8,4	1318	8,6	9,2	8,5	8,1	8,7	8,5	7,8
«Атлантик»	8,6	1210	8,6	9,1	8,7	8,4	9,0	8,6	8,5
«Premier Hotel Odesa»	8,9	1155	8,9	9,3	9,1	8,6	9,1	8,9	9,3
«Arcadia Plaza Hotel»	9,2	163	9,4	9,7	9,5	8,9	9,6	9,4	10

Розроблено автором

Склад номерного фонду готелю «Гагарін»

Тип номерів	Наповнення номерів	Кількість номерів
1	2	3
Стандарт	Площа номеру – 20 м². Звукоізоляцію – 40 Дба. Технічне оснащення: – Стаціонарний телефон – 1; – Фен - 1; – Сейф – 1; – Телевізор плазмовий – 1; – Міні – холодильник – 1; – Електрична сушилка для рушників - 1. Стіни пофарбовані у світлі нейтральні тони з матовою фактурою; акцентні зони біля ліжка декоровані м'якими панелями або текстурними шпалерами. Житлова зона має зносостійке коврове покриття; вхідна зона та санвузли — плитка або керамограніт з нековзною поверхнею. Стеля. Підвісні конструкції для прихованих комунікацій та вентиляції; вбудоване точкове та приховане світлодіодне освітлення. <i>Комплект постільних речей і білизни:</i> – матрац з на матрацником (1/2); – подушка (2); – простирadlo – (1/2); – покривало (1/2); – ковдра (1/2). Оснащення меблями та інвентарем: два односпальних ліжка/ двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, стіл, стілець, полиця довга, два стакани, дзеркало високе, шафа відкрита, смітник. <i>Інформаційні матеріали у номері:</i> Таблички з проханням прибрати, не турбувати. Брошура готелю.	80
	Санітарне устаткування: душова, умивальник, умивальник, дзеркало з полицею, дві чаші для щіток, унітаз, смітник, йоржик, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу	
	Освітлення: точкові світильники, бра, вікно.	

1	2	3
Instagram номер Стандарт	Площа номеру – 20 м². Звукоізоляцію – 40 Дба. Технічне оснащення: – Стаціонарний телефон – 1; – Фен - 1; – Сейф – 1; – Телевізор плазмовий – 1; – Міні – холодильник – 1; – Електрична сушилка для рушників - 1; – Неонова вивіска – 1. Стіни: глибокий матовий сіро-кремовий колір (відтінок світлого піску). Стеля: гіпсокартонні, дворівневі, пофарбовані в абсолютно матовий ультра-білий колір. У нішу вмонтована прихована LED-стрічка нового покоління (нейтральне денне світло, 4000K). Вона працює як велетенський софтбокс, відбиваючи м'яке, безтіньове світло, що ідеально для селфі. Точкові споти глибоко втоплені, щоб не створювати візуального шуму. Підлога: світлий ламінат із фактурою вибіленого дуба. Головний інста-елемент — великий круглий килим із натурального джуту грубого плетіння. Його кругла форма та шорстка солом'яна текстура контрастують із геометрією ліжок і є готовою локацією для lifestyle-знімків. М'який неоновий напис «Ah, Odesa...» у теплому білому відтінку над ліжком створює ідеальну прив'язку до локації та є готовим фото-фоном. Ванна кімната. Стіни: горизонтальна викладка у бежево-коричневих тонах. Підлога: матова плитка світлого відтінку. а підлозі розміщено великий круглий плетений килимок із джуту з фігурним краєм. Стеля біла. <i>Комплект постільних речей і білизни:</i> – матрац з намотрацником (1/2); – подушка (2); – простирадло – (1/2); – покривало (1/2); – ковдра (1/2). Оснащення меблями та інвентарем: два односпальних ліжка/ двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, стіл, шафа відкрита, крісло, килим, вазон з квітами, полиця довга, декор, смітник.	20

1	2	3
	<i>Інформаційні матеріали у номері:</i> Таблички з проханням прибрати, не турбувати. Брошура готелю.	
	Санітарне устаткування: духова, умивальник, умивальник, дзеркало з полицею, дві чаші для щіток, унітаз, смітник, йоржик, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу	
	Освітлення: точкові світильники, бра, вікно.	
Покращений	Площа номеру – 20 м². Звукоізоляцію – 40 Дба. Технічне оснащення: – Стационарний телефон – 1; – Фен - 1; – Сейф – 1; – Телевізор плазмовий – 1; – Міні – холодильник – 1; – Електрична сушилка для рушників - 1. Стіни пофарбовані у світлі нейтральні тони з матовою фактурою; акцентні зони біля ліжка декоровані м'якими панелями або текстурними шпалерами. Житлова зона має зносостійке коврове покриття; вхідна зона та санвузли — плитка або керамограніт з нековзною поверхнею. Стеля. Підвісні конструкції для прихованих комунікацій та вентиляції; вбудоване точкове та приховане світлодіодне освітлення. <i>Комплект постільних речей і білизни:</i> – матрац з намотрацником (1/2); – подушка (2); – простирадло – (1/2); – покривало (1/2); – ковдра (1/2). Оснащення меблями та інвентарем: два односпальних ліжка/ двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, стіл, стілець, полиця довга, два стакани, дзеркало високе, шафа відкрита, смітник. <i>Інформаційні матеріали у номері:</i> Таблички з проханням прибрати, не турбувати. Брошура готелю.	20
	Санітарне устаткування: духова, умивальник, умивальник, дзеркало з полицею, дві чаші для щіток, унітаз, смітник, йоржик, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу	
	Освітлення: точкові світильники, бра, вікно.	

1	2	3
Instagram номер Покращений	Площа номеру – 21 м². Звукоізоляцію – 40 Дба. Технічне оснащення: – Стаціонарний телефон – 1; – Фен - 1; – Сейф – 1; – Телевізор плазмовий – 1; – Міні – холодильник – 1; – Електрична сушилка для рушників - 1; – Неонова вивіска – 1. Дизайн інтер'єру є сучасним переосмисленням готельного номера, яке поєднує в собі елементи ретро-стилю з сучасними акцентами та одеським колоритом, спрямованим на створення фотогенічної атмосфери для Instagram. Основні стіни пофарбовані у глибокий, матовий нейтрально-бежевий колір із холодним підтоном На підлозі укладена світла паркетна дошка або якісний вініловий ламінат з текстурою вибіленого дуба з помітними прожилками дерева. Стеля виконана з гіпсокартону, абсолютно гладка, матова, чистого білого кольору. Вона має два рівні — невелике поглиблення по центру над ліжком, що візуально збільшує висоту кімнати. Ванна кімната. Стіни: горизонтальна викладка у бежево-коричневих тонах. Підлога: матова плитка світлого відтінку. а підлозі розміщено великий круглий плетений килимок із джуту з фігурним краєм. Стеля біла. <i>Комплект постільних речей і білизни:</i> – матрац з намотрацником (1/2); – подушка (2); – простирадло – (1/2); – покривало (1/2); – ковдра (1/2). Оснащення меблями та інвентарем: два односпальних ліжка/ двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, стіл, шафа відкрита, крісло, килим, вазон з квітами, полиця довга, декор, смітник. <i>Інформаційні матеріали у номері:</i> Таблички з проханням прибрати, не турбувати. Брошура готелю.	
	Санітарне устаткування: душова, умивальник, умивальник, дзеркало, дві чаші для щіток,	

1	2	3
	унітаз, смітник, йоржик, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу.	
	Освітлення: точкові світильники, бра, вікно.	
Студія	Площа номеру – 42 м². Звукоізоляцію – 40 Дба. Технічне оснащення: – Стационарний телефон – 1; – Фен - 1; – Сейф – 1; – Телевізор плазмовий – 1; – Міні – холодильник – 1; – Електричний чайник – 1; – Електрична сушилка для рушників - 1. Стіни пофарбовані у світлі нейтральні тони з матовою фактурою; акцентні зони біля ліжка декоровані м'якими панелями або текстурними шпалерами. Житлова зона має зносостійке коврове покриття; вхідна зона та санвузли — плитка або керамограніт з нековзною поверхнею. Стеля. Підвісні конструкції для прихованих комунікацій та вентиляції; вбудоване точкове та приховане світлодіодне освітлення. <i>Комплект постільних речей і білизни:</i> – матрац з намотрацником (1); – подушка (2); – простирadlo – (1); – покривало (1); – ковдра (1). – Оснащення меблями та інвентарем: двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, стіл письмовий, смітник, два стакани, дзеркало високе, стілець/крісло, диван кутовий, шафа відкрита, полиця для багажу, журнальний столик, дзеркало довге, комод (в деяких номерах). <i>Інформаційні матеріали у номері:</i> Таблички з проханням прибрати, не турбувати. Брошура готелю.	15
	Санітарне устаткування: душова, умивальник, дзеркало з полицею, дві чаші для щіток, унітаз, смітник, йоржик, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу.	
	Освітлення: точкові світильники, бра, вікно.	

1	2	3
Instagram номер Студія	Площа номеру – 42 м². Звукоізоляцію – 40 Дба. Технічне оснащення: – Стационарний телефон – 1; – Фен - 1; – Сейф – 1; – Телевізор плазмовий – 1; – Міні – холодильник – 1; – Електричний чайник – 1; – Електрична сушилка для рушників - 1; – Неонова вивіска – 1. Стіни та підлога: Основним фоном виступає чистий, матовий молочно-білий колір стін, який візуально розширює простір та максимізує денне світло. На підлозі збережено оригінальний світлий ламінат із текстурою дерева. Колірні акценти: Сміливе, але благородне поєднання текстур темного горіха, глибокого теракотового (колір припічної одеської глини), оливкового та насиченого морського відтінку (Sea Depth) у текстилі. <i>Комплект постільних речей і білизни:</i> – матрац з намотрацником (1); – подушка (2); – простирадло – (1); – покривало (1); – ковдра (1). – Оснащення меблями та інвентарем: двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, дзеркало капля, стіл письмовий, крісло, вазон з рослиною, журнальний столик, декор, дзеркала декоративні три, дерев'яний годинник, ваза, комод, диван кутовий, килим, стіл журнальний круглий, відкрита шафа, тумба для багажу. <i>Інформаційні матеріали у номері:</i> Таблички з проханням прибрати, не турбувати. Брошура готелю.	2
	Санітарне устаткування: душова, умивальник, дзеркало, дві чаші для щіток, унітаз, смітник, йоржик, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу, біде.	
	Освітлення: точкові світильники, бра, вікно.	
Люкс	Площа номеру – 45 м ² . Звукоізоляцію – 40 Дба.	40

1	2	3
	Технічне оснащення: – Стаціонарний телефон – 1; – Фен - 1; – Сейф – 1; – Телевізор плазмовий – 2; – Міні – холодильник – 1; – Електричний чайник – 1; – Електрична сушилка для рушників - 1. Стіни пофарбовані у світлі нейтральні тони з матовою фактурою; акцентні зони біля ліжка декоровані м'якими панелями або текстурними шпалерами. Житлова зона має зносостійке коврове покриття; вхідна зона та санвузли — плитка або керамограніт з нековзною поверхнею. Стеля. Підвісні конструкції для прихованих комунікацій та вентиляції; вбудоване точкове та приховане світлодіодне освітлення. <i>Комплект постільних речей і білизни:</i> – матрац з намотрацником (1); – подушка (2); – покривало (1); – ковдра (1). Оснащення меблями та інвентарем. Спальня: двоспальне ліжко, дві приліжкові тумби, полиця довга, стіл, крісло, смітник, комод. Вітальня: диван кутовий, стіл журнальний, стіл письмовий, стілець, довге дзеркало, банкетка, шафа відкрита, полиця для багажу, два стакани. <i>Інформаційні матеріали у номері:</i> Таблички з проханням прибрати, не турбувати. Брошура готелю.	
	Санітарне устаткування: душова, умивальник, дзеркало з полицею, дві чаші для щіток, унітаз, смітник, йоржик, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу.	
	Освітлення: точкові світильники, бра, вікно.	
Instagram номер Люкс	Площа номеру – 45 м². Звукоізоляцію – 40 Дба. Технічне оснащення: – Стаціонарний телефон – 1; – Фен - 1; – Сейф – 1; – Телевізор плазмовий – 2; – Міні – холодильник – 1; – Електричний чайник – 1;	4

1	2	3
	– Електрична сушилка для рушників - 1. – Неонова вивіска – 1. Колірна гама: Контрастне поєднання матового графітового (або глибокого Navy Blue), чистого білого та теплих акцентів коньячної (рудної) шкіри, теракоти й пісочних відтінків. Стіни: Комбінація вертикальних панелей із темного горіха (для затишку) та матових молочно-білих поверхонь (для простору). Зона ТБ декорована латунними вставками. Підлога: Паркет (або якісний ламінат) з укладанням «французькою ялинкою» у колір горіха. Це додає інтер'єру динаміки та преміального вигляду. Стеля: Ідеально рівна, біла, без зайвих конструкцій. Візуальну легкість забезпечує прихована LED-підсвітка (3000K) по периметру, яка підкреслює текстуру дерева на стінах. Стіни: плитка бежево-коричневих тонах із референсу Акцентна стіна: У душовій кабіні з'явилося ефектне золоте арт-панно з космічними мотивами (місяць, зорі, хмари). Підлога: світло-сіра матова плитка. <i>Комплект постільних речей і білизни:</i> – матрац з намотрацником (1); – подушка (2); – простирадло – (1); – покривало (1); – ковдра (1). Оснащення меблями та інвентарем. Спальня: ліжко двоспальне, дві приліжкові тумби, шафа вбудована, стіл письмовий, крісло, смітник. Вітальня: диван кутовий, вазон з рослиною, полиця довга, шафа відкрита, тумба для багажу, килим, стіл журнальний. <i>Інформаційні матеріали у номері:</i> Таблички з проханням прибрати, не турбувати. Брошура готелю.	
	Санітарне устаткування: духова, умивальник, дзеркало з полицею, дві чаші для щіток, унітаз, біде, смітник, йоржик, косметично – гігієнічні набори, мильниця, тримач для туалетного паперу.	
	Освітлення: люстра, бра, вікно.	

Обов'язки працівників готелю «Гагарін»

№	Посада	Обов'язки
1	2	3
Керівництво		
1.	Директор	Оперативне управління готелем, включаючи адміністративні, технічні та торговельні питання; здійснення політики продажу та просування готелю на ринку готельних послуг; управління колективом працівників, планування рівня професійної підготовки та структури зайнятості співробітників; підбір персоналу з урахуванням розробленої стратегії розвитку готелю та необхідної кваліфікаційної підготовки працівників; навчання та контроль за професійним розвитком підлеглих працівників готелю; постійне вдосконалення власних знань у питаннях ефективного керівництва готелем та нових методів просування готельних послуг на ринку; розробка та впровадження високих стандартів роботи та принципів обслуговування клієнтів; впровадження процесів оптимізації готелю, включаючи оптимізацію матеріальних та фінансових витрат; участь у розробці пропозицій для клієнтів VIP-статусу; проведення переговорів з постійними та корпоративними клієнтами, наприклад, туристичними агенціями, організаторами конференцій та тренінгів; створення позитивного іміджу готелю; розробка, затвердження та підписання всіх положень, постанов та розпоряджень щодо функціонування готелю; забезпечення дотримання правил безпеки як гостей, так і співробітників готелю; забезпечення безпечного робочого середовища для підлеглого колективу з дотриманням правил охорони праці, техніки безпеки, протипожежного захисту та охорони навколишнього середовища [55].
2.	Заступник директора	Виконує доручення директора, координує роботу служби СПіР та бронювання, номерного фонду, контролює достовірність інформації в інтернеті про готель, укладає договори з партнерами, працює з групами, контролює фінансові вкладені та надходження, займається формування закупки для служб тощо.

1	2	3
Бухгалтерія		
1.	Бухгалтер	Обов'язки бухгалтера включають ведення податкового та фінансового обліку, обробку первинної документації, нарахування заробітної плати, розрахунок податків та підготовку звітів. Спеціаліст також контролює фінансову дисципліну та взаєморозрахунки з контрагентами.
2.	Юрист	Юрист готелю забезпечує повний правовий захист бізнесу, супроводжує господарські операції та захищає інтереси закладу у взаємодії з гостями та контролюючими інстанціями.
Служба СПіР та бронювання		
1.	Старший адміністратор	Координує роботу підлеглих, вирішує конфліктні ситуації, займається дотриманням правил та якості надання послуг, допомагає в роботі адміністраторам, перевіряє касу, поселяє, виселяє, готує рахунки, відповідає на пошту, дзвінки, перевіряє достовірність інформації на туристичних сайтах, допомагає в роботі з групами, контролює безготівкові розрахунки.
2.	Адміністратор	Надання консультації, відповіді на дзвінки, листа, сповіщення, вирішення конфліктних ситуацій, поселення, виселення, підготовка рахунків, дотримання фіскальної дисципліни, здача каси за зміну, зберігання цінних речей в сейфі на рецепції, розрахунок гостей, стягування збитків.
3.	Охоронець	Дотримує порядок в готелі, відповідає за збереження матеріальних цінностей, вирішує конфліктні ситуації.
Служба номерного фонду		
1.	Старша покоївка	Перевірка номер після прибирання, допомога в прибиранні номерів, стажування нового персоналу, вирішення конфліктних ситуацій, прийняття замовлень в номерному фонді, проведення інвентаризації, списання, допомога на пральні, складання списку завдань для підлеглих, зв'язка з рецепцією про стану номерів.

1	2	3
2.	Покоївка	Прибирання номерів згідно технології, вирішення конфліктних ситуацій, перевірка номеру по виїзду, зберігання на складі забуті речі та інформування рецепції, допомога на пральні, проведення генерального прибирання, прийняття замовлень в номерному фонді.
3.	Персонал пральні	Прання, прасування білизни, речей, одягу, дотримання санітарно – гігієнічних норм та вимог, участь у списанні, надає квитанції на надані послуги гостям на рецепцію.
4.	Прибиральниця	Прибирання всіх приміщень в готелі та прилеглої території, проведення генерального прибирання.
Служба додаткових послуг		
1.	Персональний консьєрж	Бронює столик, квитки, замовляє квіти, доставку їжі, складає маршрути «не для всіх»: таємні дворики, візити в антикварні лавки, зустрічі з місцевими художниками чи майстрами кераміки, доставляє кореспонденцію, доставляє послуги в номер.
2.	Конференц - менеджер	Працює з груповими бронюваннями, організовує заходи, готує зал, перевіряє обладнання та техніку, проводить розрахунки на замовлення, виставляє рахунок для формування бухгалтерією рахунку для замовлення, вирішує конфліктні ситуації.
Інженерно – технічна служба		
1.	Головний інженер	Відповідає за всі підключення готелю, пожежну безпеку, охорону праці разом з директором, може проводити ремонт приміщень, меблів, простої техніки, обладнання, формує списки на списання, закупок, пропонує керівництву нові, ефективні впровадження.
2.	Помічник інженера	Виконує доручення головного інженера, їздить за закупками, проводить не складний ремонт обладнання, техніки, меблів, приміщень, дотримує в порядку прилеглу територію готелю тощо.
3.	Електрик	Забезпечує підтримку справного стану, безаварійну і надійну роботу обслуговуваних пристроїв та електроустаткування. Здійснює монтаж нових

1	2	3
		електричних мереж. Проводить планово-попереджувальний ремонт (ППР) електричної частини устаткування згідно графіка ППР. Виявляє причини зносу, вживає заходів щодо їх попередження та усунення. Забезпечує правильну експлуатацію, своєчасний якісний ремонт відповідно до інструкцій з технічного обслуговування, діючих технічних умов і норм та обслуговування трансформатора ТП-2 і електричних мереж підприємства. Ліквідує несправності в роботі пристроїв, їх ремонт, монтаж та регулювання. Дотримується правил внутрішнього розпорядку та режиму роботи. Дотримується правил охорони праці, техніки безпеки і пожежної безпеки згідно діючих інструкцій [56].
4.	Слюсар - сантехнік	Монтаж, обслуговування та ремонт систем водопостачання, опалення, каналізації та вентиляції, забезпечує безперебійну роботу комунікацій, запобігає аваріям і швидко усувають поломки.

Додаток Г

Штатний розпис працівників готелю «Гагарін»

№ пор.	Найменування структурних підрозділів і посад, тарифні розряди	Графік роботи	Кількість посадових одиниць
1	2	3	4
Керівництво			
1.	Директор	5/2	1
2.	Заступник директора	5/2	1
	Всього		2
Бухгалтерія			
1.	Бухгалтер	5/2	2
2.	Юрист	5/2	1
	Всього		3
Служба номерного фонду			
1.	Старша покоївка	5/2	3
2.	Покоївки	2/2	11

1	2	3	4
3.	Персонал пральні	4/2	4
4.	Прибиральниці	2/2	5
	Всього		23
Служба СПіР та бронювання			
1.	Старший адміністратор	4/2	2
2.	Адміністратор	2/2	3
3.	Охоронець	1/2	3
	Всього		8
Служба додаткових послуг			
1.	Конференц - менеджер	5/2	2
2.	Персональний консьєрж	5/2	2
	Всього		4
Інженерно – технічний служба			
1.	Головний інженер	5/2	1
2.	Помічник інженера	4/2	2
3.	Електрик	4/2	2
4.	Слюсар - сантехнік	4/2	2
	Всього		7
	Разом		47

Додаток Д

Поелементна структурно-технологічна схема надання
додаткових послуг готелю «Гагарін»

Назва послуги	Наявність сплати за послугу	Час дії послуги	Можливість бронювання	Місце надання послуги	Характеристика послуги	Відповідальний персонал
1	2	3	4	5	6	7
Основні послуги						
Ресторан	+	08:00 – 22:00	+	Ресторан	Організація харчування	Персонал ресторану
Бар	+	08:00 – 22:00	-	Ресторан	Продаж напоїв	Персонал бару

Продовження додатку Д

1	2	3	4	5	6	7
Лобі бар	+	24/7	+	Готель	Продаж напоїв	Персонал лобі бару
Проживання	+	24/7	+	Готель	Продаж номерів	Служба СПіР та бронювання. Адміністратор рецепції
Цілодобова стійка рецепції	-	24/7	-	Готель	Надання обслуговування цілодобово	Служба СПіР та бронювання. Адміністратор рецепції
Парковка	-	24/7	-	Готель	Парко – місце для авто біля готелю	Служба СПіР та бронювання. Охоронець
Камера зберігання багажу	-	24/7	-	Готель	Кімната зберігання багажу	Служба СПіР та бронювання
Послуга Ранній заїзд / Пізній виїзд	+	24/7	+	Готель	Ранній заїзд / Пізній виїзд	Служба СПіР та бронювання. Адміністратор рецепції
Безкоштовний інтернет	-	24/7	-	Готель	Безкоштовний інтернет	ІТ – спеціаліст, інтернет провайдер
Охорона	-	24/7	-	Готель	Охорона території та будівлі готелю	Служба СПіР та бронювання. Охоронець
Надання аптечки	-	24/7	-	Готель	Надання аптечки	Персонал готелю та ресторану
Виклик швидкої	-	24/7	-	Готель	Виклик швидкої	Персонал готелю та ресторану
Виклик таксі	-	05:00 – 23:45	+	Готель	Виклик таксі	Персонал готелю та ресторану
Укриття	-	24/7	-	Готель	-1 поверх	Персонал готелю та будівлі

1	2	3	4	5	6	7
Додаткові послуги						
Послуга «Будильник»	-	24/7	-	Готель	Пробудження гостей у потрібний їм час	Служба СПіР та бронювання. Адміністратор рецепції
Room Service			-	Готель	Обслуговування номерів	Персонал готелю
Зони для куріння			-	Готель	Місця, де куріння дозволено	Директор готелю
Надання зарядного пристрою	+	24/7	-	Готель	Надання в користування зарядного пристрою	Служба СПіР та бронювання. Адміністратор рецепції
Надання дитячого ліжка	-	24/7	+	Готель	Надання дитячого ліжка	Служба номерного фонду. Старша покоївка, покоївка.
Instagram - номери	+	24/7	+	Готель	Тематичні номери	Служба номерного фонду. Старша покоївка, покоївка.
Паркінг	+	24/7	+	Готель	Парковка на -1 поверхах	Адміністрація ТРЦ, директор готелю
Pet Friendly	+	24/7	+	Готель	Дозволено проживати з тваринами до 5 кг. з наданням додаткового інвентарю	Служба номерного фонду. Старша покоївка, покоївка.
Прання/прасування	+	08:00 – 00:00	+	Готель	Прання, прасування речей гостей	Служба номерного фонду. Старша покоївка, покоївка, персонал пральні
Конференц - сервіс	+	24/7	+	Готель	Організація ділових заходів	Служба додаткових послуг. Конференц - менеджер

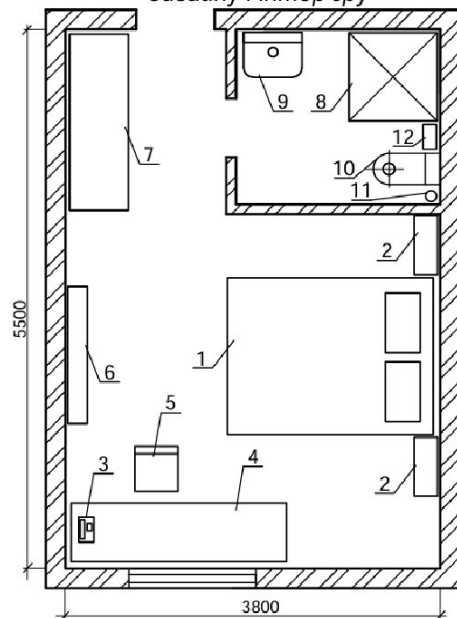
Продовження додатку Д

1	2	3	4	5	6	7
Конференц - зали	+	24/7	+	Готель	Приміщення для проведення заходів	Служба додаткових послуг. Конференц - менеджер
Знижка 50% на відвідування фітнес клубу «Synergy Fitness»	+	05:00 – 23:00	-	ТРЦ «Гагарін Плаза»	Знижка 50% на відвідування фітнес клубу «Synergy Fitness»	Директор готелю, заступник директора
Салон краси в будівлі	+	09:00 – 21:00	+	ТРЦ «Гагарін Плаза»	Надання б'юті послуг	Персонал салону
Персональний «Odesa Curator»	+	08:00 – 20:00	+	Готель	Персональний консьєрж	Служба додаткових послуг. Персональний консьєрж
Послуга «Morning Ritual»	+	24/7	+	Готель	Ранкова доставка свіжої кави або локального трав'яного чаю в ретро-термосі, разом з ранковою пресою або кураторською листівкою з цікавим фактом про Одесу.	Адміністратор ресторану
«Photo-Shoot Package»	+	24/7	+	Готель	Пакет послуг, що включає оренду номера на додаткові 2 години для професійної фотосесії, плюс професійний фотограф, який знає найкращі ракурси готелю.	Служба СПіР та бронювання. Адміністратор рецепції

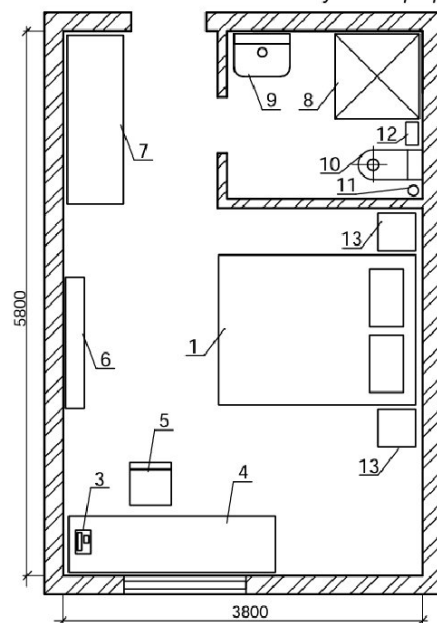
Продовження додатку Д

1	2	3	4	5	6	7
Private Sunset Drinks	+	24/7	+	Готель	Доставка в номер перед заходом сонця охолодженого ігристого та легких закусок, щоб гість міг насолодитися панорамним видом з «першого ряду» у своєму ж номері.	Адміністратор ресторану
Казино в будівлі готелю	+	24/7	-	ТРЦ «Гагарін Плаза»	Казино в будівлі готелю	Директор казино, персонал
Організація трансферу	+	05:00 – 23:45	+	Готель	Організація трансферу	Служба СПіР та бронювання. Адміністратор рецепції
«Insta-Kit» в номер	+	24/7	+	Готель	Оренда професійного кільцевого світла, портативного штатива для смартфона або навіть вінтажної плівкової камери (Fujifilm/Polaroid) прямо в номері.	Служба СПіР та бронювання. Адміністратор рецепції

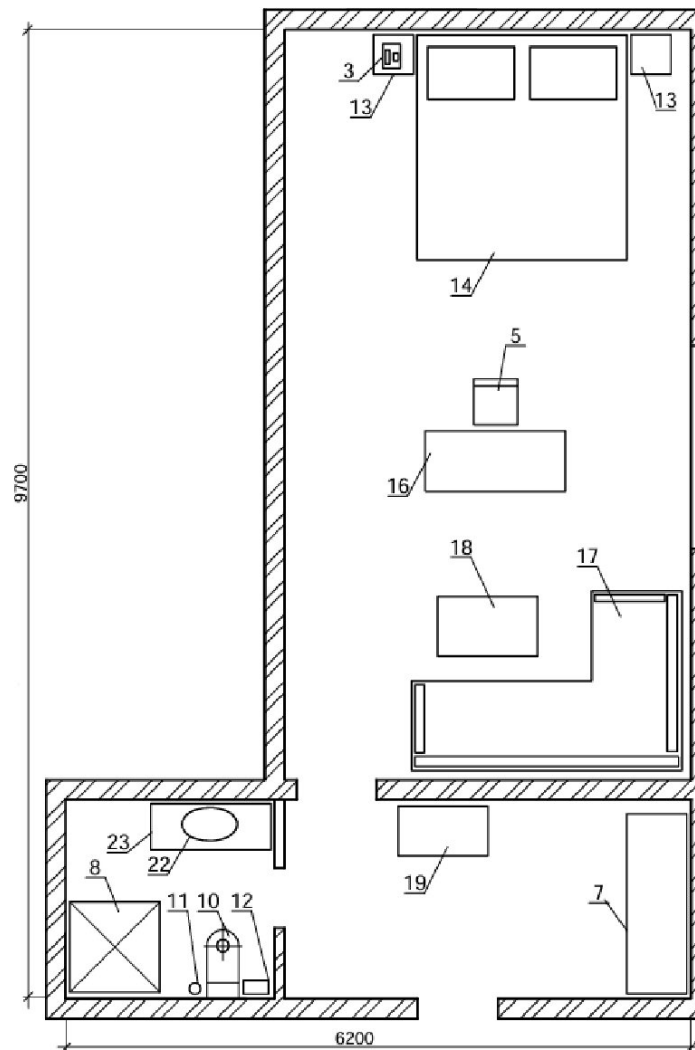
Стандарт двомісний до зміни дизайну і інтер'єру



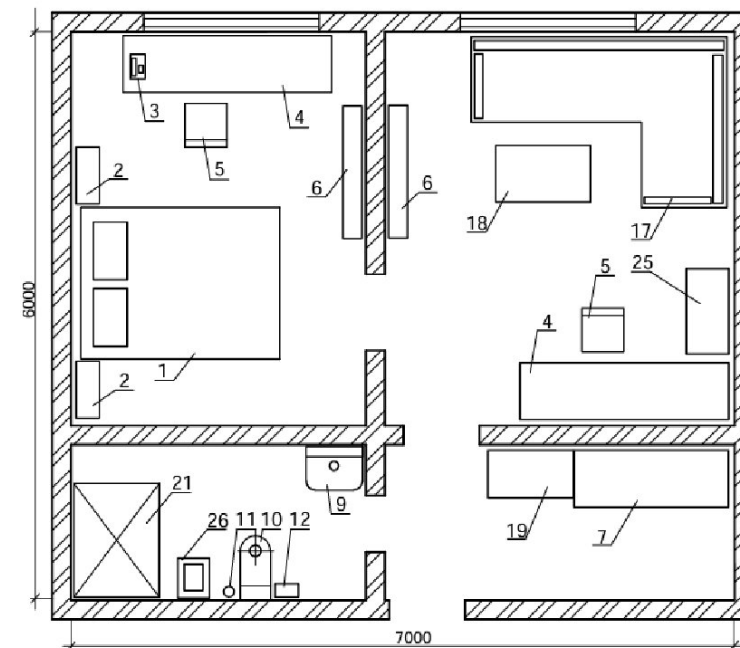
Покращений номер двомісний до зміни дизайну і інтер'єру



Студія до зміни дизайну і інтер'єру

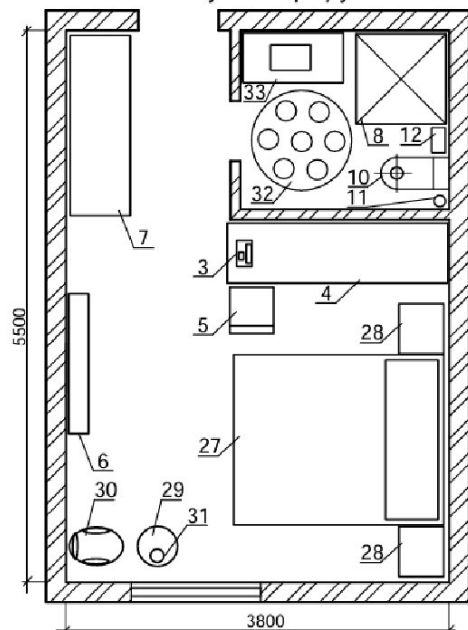


Люкс до зміни дизайну і інтер'єру

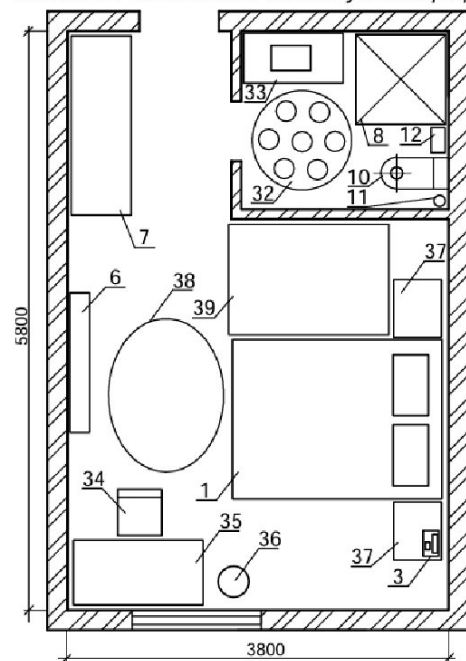


						КРБ.ГРБ.1.177-03.1.13			
						«Розробка нової концепції для готелю «Гагарін» в м. Одеса шляхом створення Instagram номерів»			
Зм	Кіл	Арк	Недок	Підпис	Дата	Додаток Е	Стад	Аркуш	Аркушів
Студент		Щаптал О. П.						92	101
Консульт.									
Н. контр.		Коваленко Н. О.							
Керівник		Коженикова В. О.							
Завід.						Номерний фонд до зміни дизайну і інтер'єру (М 1:50)	ОНТУ - 2026 Каф. КРБ Група ГРС -402а		
кафедри		Лебеденко Т. Є.							

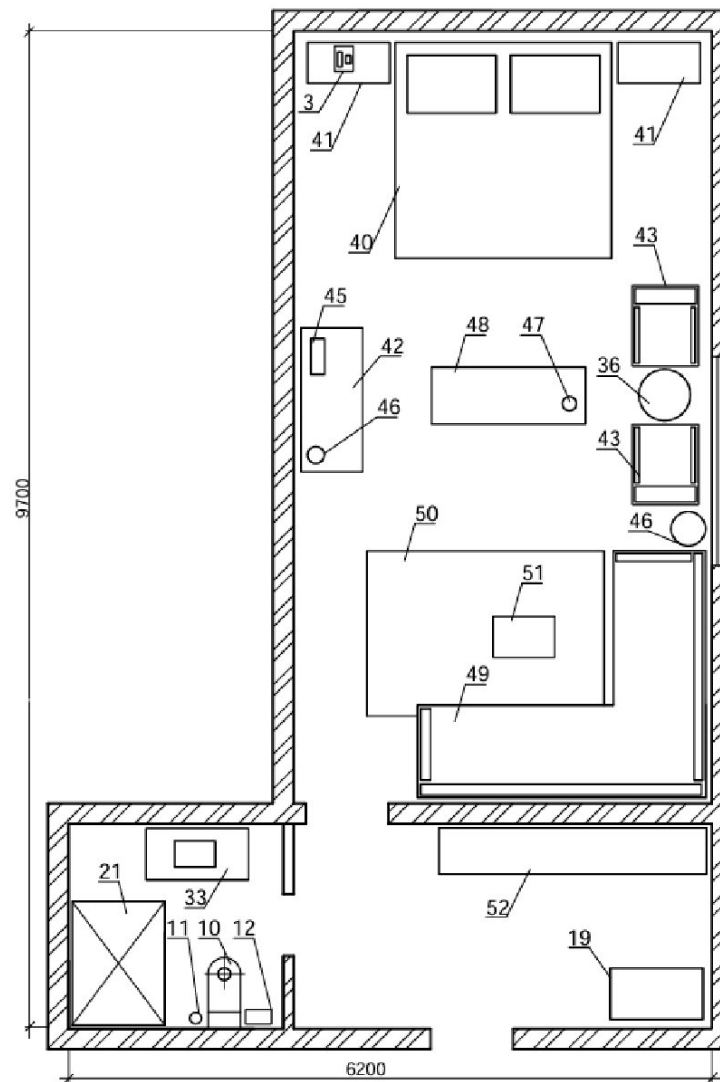
Стандарт двомісний після зміни дизайну і інтер'єру



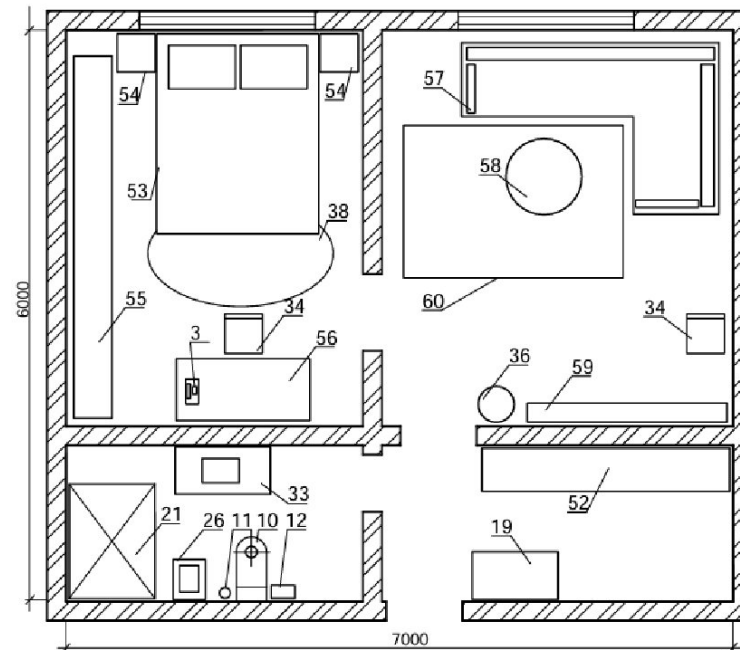
Покращений номер двомісний після зміни дизайну і інтер'єру



Студія після зміни дизайну і інтер'єру



Люкс після зміни дизайну і інтер'єру



						КРБ.ГРБ.1.177-03.1.13			
						«Розробка нової концепції для готелю «Гагарін» в м. Одеса шляхом створення Instagram номерів»			
Зм	Кіл	Арк	Недок	Підпис	Дата	Додаток Ж	Стад	Аркуш	Аркушів
Студент		Шалгал О. П.						93	101
Консульт.									
Н. контр.		Коваленко Н.О.							
Керівник		Коженикова В. О.							
Завід.						Номерний фонд після зміни дизайну і інтер'єру (М 1:50)	ОНТУ – 2026 Каф. КРБ Група ГРС – 402а		
кафедри		Лебененко Т. Є							

Номер на плані		Найменування			Площа, м ²		Примітки	
1		Стандарт			20			
2		Покращений			21			
3		Студія			42			
4		Люкс			40			

Позиція на плані	Найменування	Позначення	Кількість	Маса, кг	Примітки
1	Ліжко двоспальне		3		
2	Полиця		4		
3	Стаціонарний телефон		4		
4	Стіл		3		
5	Стілець		4		
6	Полиця довга		4		
7	Шафа відкрита		4		
8	Душова		3		
9	Умивальник		4		
10	Унітаз		4		
11	Щітка для унітазу		4		
12	Смітник		4		
13	Тумба приліжкова		2		
14	Двоспальне ліжко 2		1		
15	Тумба приліжкова 2		2		
16	Стіл письмовий		1		
17	Диван кутовий		1		
18	Журнальний столик		1		
19	Полиця для багажу		1		
20	Шафа 2		1		
21	Душова зі скляною ширмою		1		
22	Умивальник накладний		1		
23	Полиця під умивальник		1		
24	Унітаз підвісний		1		
25	Банкетка		1		
26	Біде		1		

					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.13		
Зм.	Кіл.	Арк № док.	Підпис	Дата			
Студент.	Шаптал О. П.				Додаток К Специфікація номерного фонду до зміни дизайну і інтер'єру		
Консульт.							
Керівник	Кожевнікова В. О.						
Н. Контр.	Коваленко Н. О.						
Зав. Каф.	Лебеденко Т. Є.						
					Літ.	Аркуш	Аркушів
						95	101
					ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС – 402а		

Позиція на плані	Найменування	Позначення	Кількість	Маса, кг	Примітки
27	Ліжко Меблі Прогрес «Лілі»		1		
28	Тумба приліжкова «Фуріоза»		2		
29	Кавовий круглий столик «Eleonora золото D38 H56»		1		
30	Поворотне м'яке крісло «Hailey» біле/snow		1		
31	Ваза «TRENDGLASS LYRA»		1		
32	Килимок з високим вмістом джуту		1		
33	Умивальник із керамограніту (під замовлення)		4		
34	Поворотне м'яке крісло «Hailey»		3		
35	Стіл письмовий		1		
36	Вазон «Lechuza Classico Premium LS»		3		
37	Тумба дерев'яна «Фрідом»		2		
38	Овальний килим джутовий «DEMIRCI»		2		
39	Килим «Balta RAY»		1		
40	Ліжко з м'якою спинкою «Тосканія ЛЕВ»		1		
41	Приліжкова тумба «Teneta XL»		2		
42	Стіл письмовий «DC Лаціо» міні		1		
43	М'яке крісло «IKEA EKENÄSET Сіро-зелене»		2		
44	Дерев'яний журнальний столик «ІРИС»		1		
45	Дерев'яний годинник, настільний. «Кубізм»		1		
46	Ваза керамічна «Rezon Ambiance V092»		1		
47	Керамічна ваза		1		

					<i>КРБ.ГРБ.1.177-03.1.13</i>				
<i>Зм.</i>	<i>Кіл.</i>	<i>Арк № док.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>					
Студент.	Шаптал О. П.				Додаток Л Специфікація номерного фонду після зміни дизайну і інтер'єру		<i>Літ.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
Консульт.								96	101
Керівник	Кожевнікова В. О.						ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС – 402а		
Н. Контр.	Коваленко Н. О.								
Зав. Каф.	Лебеденко Т. Є.								

[illegible]

					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.13			
Зм.	Кіл.	Арк	№ док.	Підпис	Дата			
Студент.		Шаптал О. П.			Додаток М Специфікація номерного фонду після зміни дизайну і інтер'єру	Літ.	Аркуш	Аркушів
Консульт.							97	101
Керівник		Кожевнікова В. О.				ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС – 402а		
Н. Контр.		Коваленко Н. О.						
Зав. Каф.		Лебеденко Т. Є.						

Нова Концепція готелю «Гагарін» з Instagram номерами в м. Одеса

Вихід за межі окремого номера означає перетворення всього готелю «Гагарін» на Lifestyle-дестинацію. Ми перетворюємо готель із місця тимчасового проживання на культурний хаб, де архітектура, сервіс та естетика розповідають єдину історію.

Головна мета - перетворити готель «Гагарін» на найбільш «інстаграмний» та впізнаваний готель Одеси, що задає тренди в гостинності.

Бізнес-мета: Підвищення RevPAR (доходу на номер) завдяки залученню платоспроможної аудиторії, що цінує естетичний досвід, та створення «вірального» маркетингу (гості самі продають готель через соцмережі).

Емоційна мета: Подарувати гостю відчуття «золотої ери» подорожей, де Одеса постає не просто як курорт, а як місце з унікальним характером, стилем та інтелектуальною глибиною.

В роботі запропоновано: 1. Створення Instagram номерів; 2. Впровадження додаткових послуг: «Insta-Kit» в номер, Персональний «Odesa Curator», Послуга «Morning Ritual», Private Sunset Drinks.

Основні конкурентні переваги

- 1. Великий номерний фонд;
- 2. Гарний вид з вікна номеру на верхніх поверхах;
- 3. Цілодобова рецепція;
- 4. Власна парковка;
- 5. Є паркінг;
- 6. Ресторан;
- 7. Instagram - номери;
- 8. Додаткові супутні послуги концепції;
- 9. Здача в оренду техніки, обладнання для зняття контенту;
- 10. Особистий консьєрж;
- 11. Казино в будівлі готелю;
- 12. Є власний сайт;
- 13. Активне ведення соціальних мереж;
- 14. Гарне місце розташування;
- 15. Розвинена транспортна розв'язка;
- 16. 50% знижки до фітнес клубу в будівлі готелю.

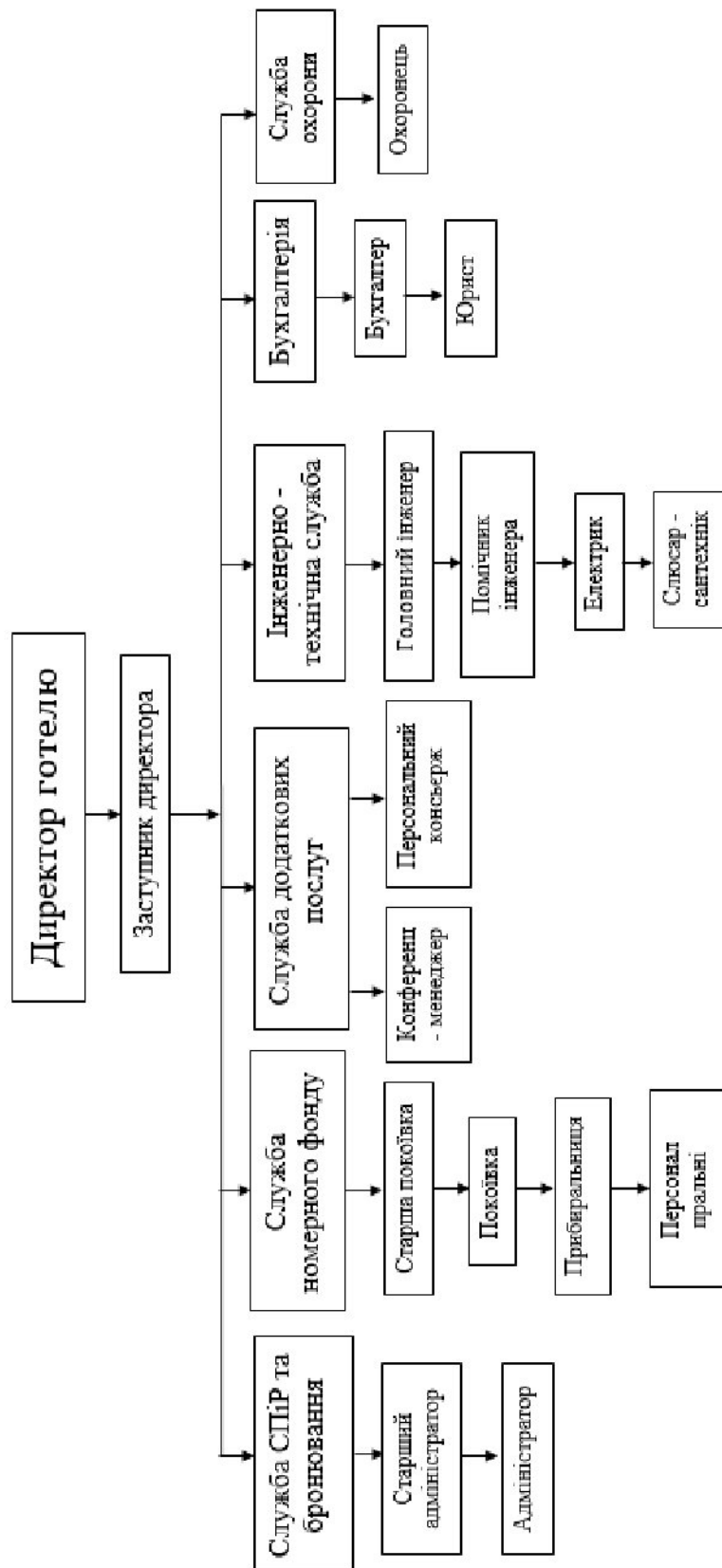
Етапи впровадження

- 1. Початок ремонту;
- 2. Закупівля меблів, обладнання, техніки, текстилю, декору;
- 3. Закупівля обладнання, техніки та іншого для додаткових послуг;
- 4. Розробка та впровадження додаткового розділу на офіційний сайт готелю;
- 5. Розробка та друкування «Меню вражень»;
- 6. Формування прайсу;
- 7. Проведення фото, відео зйомок;
- 8. Оновлення інформації, фото, відео на туристичних сайтах та сторінках готелю;
- 9. Запуск реклами.

					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.13			
Зм.	Кіл.	Арк № док.	Підпис	Дата	Додаток Н Концепція готельно – ресторанного господарства	Лім.	Аркуш	Аркушів
Студент.		Шаптал О. П.					98	101
Консульт.						ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС – 402а		
Керівник		Кожевнікова В. О.						
Н. Контр.		Коваленко Н. О.						
Зав. Каф.		Лебеденко Т. Є.						

	Позитивний вплив	Негативний вплив
	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Внутрішнє середовище	1. Великий номерний фонд; 2. Гарний вид з вікна номеру на верхніх поверхах; 3. Цілодобова рецепція; 4. Власна парковка; 5. Є паркінг; 6. Ресторан; 7. Instagram - номери; 8. Додаткові супутні послуги концепції; 9. Здача в оренду техніки, обладнання для зняття контенту; 10. Особистий консьєрж; 11. Казино в будівлі готелю; 12. Є власний сайт; 13. Активне ведення соціальних мереж; 14. Гарне місце розташування; 15. Розвинена транспортна розв'язка; 16. 50% знижки до фітнес клубу в будівлі готелю.	1. Потреба в кваліфікованому персоналі; 2. Не розвинена інфраструктура; Відсутні програми лояльності / вигідні пропозиції на постійній основі.
	Можливості (O)	Загрози (T)
Зовнішнє середовище	1. Збільшення кількості Instagram-номерів та супутніх послуг; 2. Збільшення кількості гостей; 3. Підвищення конкурентоспроможності; 4. Окупності концепції за розрахований, або менший строк; 5. Отримання більшого прибутку.	1. Малий потік туристів; 2. Збільшення строку окупності; 3. Потреба в збільшенні вартості номерів додатково; 4. Підвищення інвестиційних витрат на фоні інфляції та інших факторів; 5. Підвищення конкурентоспроможності готелів поряд; 6. Економічна нестабільність в країні; 7. Зміни в законах, нормах, вимогах; 8. Дефіцит кваліфікованих кадрів для роботи.

					<i>КРБ.ГРБ.1.177-03.1.13</i>			
<i>Зм.</i>	<i>Кіл.</i>	<i>Арк № док.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>	Додаток П SWOT – аналіз готельно – ресторанного господарства	<i>Лім.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
Студент.	Шаптал О. П.						99	101
Консульт.								
Керівник	Кожевнікова В. О.							
Н. Контр.	Коваленко Н. О.							
Зав. Каф.	Лебеденко Т. Є.					ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС – 402а		



					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.13		
Зм.	Кіл.	Арк № док.	Підпис	Дата			
Студент.	Шаптал О. П.				Додаток Р Структура управління закладу готельного господарства	Літ.	Аркуш
Консульт.							Аркушів
Керівник	Кожевнікова В. О.					100	101
Н. Контр.	Коваленко Н. О.					ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС – 402а	
Зав. Каф.	Лебеденко Т. Є.						

Послуги готелю «Гагарін»

Основні послуги

Безкоштовні

1. Парковка;
2. Охорона;
3. Укриття;
4. Цілодобова сніжка
рецепції;
5. Безкоштовний Wi-Fi;
6. Камера зберігання;
7. Виклик швидкої;
8. Надання аптечки;
9. Послуга «Будильник»;
10. Виклик таксі.

Платні

1. Ресторан;
2. Бар;
3. Банкетний зал;
4. Проживання;
5. Ранній заїзд /
Пізній виїзд.

Безкоштовні

1. Room Service;
2. Зони для куріння;
3. Надання зарядного
пристрою;
4. Надання дитячого
ліжка;
5. Instagram - номери.

Платні

1. Паркінг;
2. Pet Friendly;
3. Прання/прасування;
4. Конференц – сервіс;
5. Конференц – зали;
6. Знижка 50% на
відвідування фітнес
клубу «Supergy Fitness»;
7. Салон краси в будівлі;
8. Персональний «Odesa
Curator»;
9. Послуга «Morning
Ritual»;
10. «Photo-Shoot Package»;
11. Private Sunset Drinks;
12. Казино в будівлі готелю;
13. Організація трансферу.

Додаткові послуги

Зм.	Кіл.	Арк № док.	Підпис	Дата
Студент.		Шаптал О. П.		
Консульт.				
Керівник		Кожевнікова В. О.		
Н. Контр.		Коваленко Н. О.		
Зав. Каф.		Лебеденко Т. Є.		

КРБ.ГРБ.1.177-03.1.13

Додаток С
Послуги закладу готельно –
ресторанного господарства

Літ.	Аркуш	Аркушів
	101	101

ОНТУ-2026
Каф. ГРБ
Група ГРС – 402а