

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 концепції винного готелю на 20 номерів з дегустаційним центром і програмами енотуризму в Одеській області**

(назва кваліфікаційної роботи згідно наказу ОНТУ)

Здобувача (ки) Ярмолук М. І.
(прізвище, ініціали)

Керівник доц. Коваленко Н.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 ПРІЗВИЩЕ)

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., проф. Лебеденко Т. Є.

«23» березня 2026 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Ярмолюк Марії Іванівни

1. Тема роботи Розробка концепції винного готелю на 20 номерів з дегустаційним центром і програмами енотуризму в Одеській області

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 Винний готель на 20 номерів в м. 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>	Коваленко Н.О., доцент	24.03.2026	22.04.2026
<i>Технологічний розділ</i>	Коваленко Н.О., доцент	23.04.2026	20.05.2026
<i>Організаційний розділ</i>	Коваленко Н.О., доцент	22.05.2026	01.06.2026

6. Дата видачі завдання «23» березня 2026 року

Керівник _____ Коваленко Н.О.

Завдання прийняв до виконання _____ Ярмодюк М.І.

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>	17.06.2026	

Здобувач-дипломник _____
(підпис)

Ярмодюк М.І.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____
(підпис)

Коваленко Н.О.
(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 _____
(підпис)

Ярмодюк М.І.
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи на тему:

«Розробка концепції винного готелю на 20 номерів з дегустаційним центром і програмами енотуризму в Одеській області»

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 наведено характеристику та аналіз ринку готельних послуг регіону та аналогічних закладів світу, результати досліджень попиту та аналіз конкурентів. На основі цих досліджень розроблено концепцію та сформовано унікальну торгову пропозицію винного готелю в в Одеській області.

Винний готель на 20 номерів в Одеській області (с.Красна Коса), який пропонує широкий асортимент послуг, таких як дегустаційний центр вин південної Бесарабії, програми енотуризму з екскурсіями, ресторан локальної кухні, майстер-класи, спа-зона з послугами енотерапії.

У технологічному розділі спроектовано інфраструктуру закладу та запропоновано технологію обслуговування гостей. Також в роботі представлено організаційну структуру, розраховано чисельність необхідного персоналу та графік їх роботи. Описано принципи охорони праці на підприємстві та розроблено фінансову модель підприємства.

Кваліфікаційна робота бакалавра містить:

Текстової частини – 86 стор.

Таблиць – 38,

Рисунків – 9,

Додатків – 6, з них графічних аркушів – 1.

Літературних джерел – 43 найменування.

ANNOTATION

to qualification work on the topic:

«Concept development for a wine hotel with 20 guest rooms with a tasting center and wine tourism programs in Odesa region»

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 characteristics and analysis of the hotel services market of the region and similar establishments of the world, the results of demand research and the analysis of competitors are given. Based on these studies, the concept was developed and a unique selling proposition of a wine hotel in the Odessa region was formed.

Wine hotel with 20 rooms in the Odessa region (Krasna Kosa village), which offers a wide range of services, such as a tasting center for wines of southern Bessarabia, enotourism programs with excursions, a restaurant of local cuisine, master classes, a spa area with enotherapy services.

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.....	9
1.1. Аналіз конкурентів готельного господарства обраного сегменту.....	9
1.2. Розробка концепції та формування унікальної торгової пропозиції.....	20
Розділ 2. Технологічний розділ.....	26
2.1. Моделювання інфраструктурної складової проекту.....	26
2.2. Проектування окремих функціональних елементів готелю.....	29
2.2.1. Проектування житлової групи приміщень.....	29
2.2.2. Проектування приймально-вестибюльної групи приміщень.....	34
2.2.3. Проектування поверху готелю.....	35
2.2.4. Проектування приміщень закладу ресторанного господарства готелю.....	36
2.2.5. Проектування адміністративно-побутових приміщень.....	37
2.2.6. Проектування приміщень культурно-дозвільного і спортивно-41	
рекреаційного призначення.....	
2.2.7. Пропозиції щодо дизайну закладу.....	42
2.2.8. Розрахунок загальної площі об'єкта та поверховості будівлі.....	47
2.3. Розрахунок інвестиційних витрат.....	49
2.4. Технологія і організація обслуговування на готельних підприємствах..	53
2.4.1. Технологія і організація обслуговування гостей службою СПіР і бро-54	
нювання.....	
2.4.2. Технологія і організація функціонування служби номерного фонду... 56	
2.4.3. Організація і функції фінансово-комерційної та інженерно-57	
експлуатаційної служб у готелі.....	
2.5. Показники експлуатаційної програми підприємства.....	59
Розділ 3. Організаційний розділ	63
3.1. Розробка та характеристика раціональної організаційної структури63	
управління підприємства готельного господарства.....	
3.2. Штатний розпис та розрахунок оплати праці.....	65
3.3. Моделювання основних і додаткових послуг підприємства.....	67
3.4. Організація охорони праці персоналу, протипожежної системи безпе-75	
ки, цивільної оборони.....	
3.5. Організація охорони навколишнього середовища.....	77
3.6. Організація роботи та розробка фінансової моделі підприємства.....	77
Висновки і рекомендації	81
Список літератури.....	83
Додатки.....	87

					<i>КРБ.ГРБ.1.177-03.1.7</i>			
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата				
Студент.		Ярмолюк М.І.			Розробка концепції винного готелю на 20 номерів з дегустаційним центром і програмами енотуризму в Одеській області	Літ.	Аркуш	Аркушів
Консульт.							5	92
Керівник		Коваленко Н.О.				ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401		
Н. Контр.		Коваленко Н.О.						
Зав. Каф.		Лебеденко Т. Є.						

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи обумовлена стрімким зростанням внутрішнього та міжнародного винного й екологічного туризму, а також формуванням в Україні першого офіційного еногастрономічного маршруту «Дорога вина і смаку Української Бессарабії». Попри багату виноробну спадщину Одеського регіону та наявність розгалуженої мережі виноробень (Shabo, Колоніст, Grande Vallée, Інститут Таїрова), на ринку засобів розміщення існує чітко виражена незаповнена ніша - преміальний винний бунк-готель із власною виноробнею та комплексними програмами енотерапії. Жоден готель області не пропонує повного циклу «від лози до келиха», а послуги винотерапії представлені лише точково в міських SPA-салонах. Запит споживача на автентичний, сталий та цілорічний відпочинок із зануренням у виноробну культуру, підкріплений офіційним статусом географічного зазначення вин Української Бессарабії, робить розроблення проєкту такого закладу актуальним як у науково-методичному, так і в практичному вимірі.

Об'єктом дослідження обрано процес проєктування підприємства готельного господарства з винною тематикою.

Предметом дослідження були теоретичні, методичні та практичні засади розроблення концепції й проєктування винного готелю «**Enoterra Bessarabia**» на 20 номерів із власною виноробнею, SPA-центром енотерапії та програмами енотуризму на узбережжі Дністровського лиману, дегустаційним центром вин південної Бессарабії.

Мета кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні концепції та розробленні проєкту цілорічного преміального винного готелю «Перлина Одещини», що інтегрує проживання, власну крафтову виноробню, програми енотуризму та SPA-центр енотерапії в єдину екосистему повного циклу «від грона до келиха».

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідити теоретичні засади та сучасні тенденції розвитку енотуризму й винної гостинності в Україні та світі;
- проаналізувати конкурентне середовище засобів розміщення Одеської області з винною складовою та виявити незаповнені ніші ринку;
- вивчити кращий міжнародний досвід провідних винних готелів (Les Sources de Caudalie, Marqués de Riscal, Castiglione del Bosco, Auberge du Soleil, Abadía Retuerta) і визначити можливості його адаптації;
- розробити концепцію та унікальну торгову пропозицію готелю, обґрунтувати вибір локації;
- спроектувати спектр основний і додаткових послуг закладу;
- обґрунтувати об'ємно-планувальні й технологічні рішення та матеріально-технічне забезпечення готелю;
- провести SWOT-аналіз та оцінити конкурентоспроможність проєктованого готелю;
- розрахувати основні техніко-економічні показники та оцінити доцільність реалізації проєкту.

Методи дослідження використовувались загальнонаукові та спеціальні, аналізу та синтезу; порівняльного аналізу; SWOT-аналізу; методу «смыслового проєктування» Я. Трофимова; системного підходу, статистичного, графічного й табличного методів; методів економічних розрахунків.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що вперше обґрунтовано комплексну концепцію цілорічного винного готелю, яка інтегрує проживання, власну крафтову виноробню, повноцінні програми енотуризму, SPA-центр енотерапії, дегустаційний центр вин. Подальшого розвитку набули підходи до проєктування тематичних засобів розміщення з мінімізацією сезонних коливань завантаження, а також методика адаптації світового досвіду винотерапії до ресурсної бази вітчизняного підприємства (поліфеноли власного винограду та лікувальна артезіанська вода).

Практична значимість кваліфікаційної роботи полягає в тому, що розроблений проєкт може бути використаний як готова бізнес-модель для по-

тенційних інвесторів та реальних проєктів засобів розміщення на маршруті «Дорога вина і смаку Української Бессарабії». Отримані результати, висновки й рекомендації мають прикладний характер і можуть застосовуватися підприємствами готельно-ресторанного бізнесу, а також у навчальному процесі підготовки фахівців галузі гостинності.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку літератури. Загальний зміст викладено на 86 друкованих аркушах. Робота містить 38 таблиць, 9 рисунків та 6 додатків. Список літературних джерел складає 43 найменування.

Ключові слова: винний готель на 20 номерів, послуги енотерапії, винний готель з виноробнею.

РОЗДІЛ 1. ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ НА ОСНОВІ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

1.1. Аналіз конкурентоздатності підприємства, що проектується

Сьогодні готельний бізнес змінюється, і гості все частіше шукають не просто ночівлю, а яскраві враження, пов'язані з культурою, кухнею та природою місця [1; 4]. Один із таких напрямів є енотуризм (винний туризм). Це подорожі заради знайомства з виноробними регіонами, дегустації вина, відвідування виноградників і виноробень та участі у виготовленні вина. Енотуризм поєднує сільський, гастрономічний, культурний та оздоровчий туризм [7; 8]. Дослідники Ч. Холл, Д. Гетц і С. Чартерс зазначають, що успіх винного регіону залежить від самобутності місцевості, якісного сервісу, цікавих дегустацій та орієнтації на освіченого й заможного туриста, який цінує враження, а не масовий відпочинок [8; 9].

Продовженням енотуризму є еногастрономічний туризм - напрям, що поєднує вино та місцеву кухню в один продукт. Якщо звичайний винний туризм - це переважно дегустації та екскурсії виноробнями, то еногастрономія розглядає вино разом із місцевими стравами, продуктами й кулінарними традиціями, тобто поєднує їжу та вино (foodpairing). Гастрономія тут є водночас і ресурсом, і причиною подорожі [2; 4]. Досвід Тоскани, Бордо та Ріохи показує, що поєднання вина з місцевою кухнею, майстер-класами та винними вечерьми приносить найбільший дохід, підвищує середній чек і повертає гостей. Для проєктованого готелю це головний напрям: власне вино супроводжує кожну страву авторської кухні південної Бессарабії, а формат «сім страв - сім вин» перетворює вечерю на цікавий досвід [5].

Основою такого продукту є крафтове виноробство - виготовлення вина невеликими партіями за власними рецептами, з увагою до якості та зв'язку з місцевістю, на відміну від масового виробництва. Крафтові виноробні зазвичай працюють із місцевими сортами винограду, мінімально втручаються у процес, застосовують органічні методи й подають вино як продукт ремесла. Саме невеликі виноробні рухають енотуризм уперед, бо охоче приймають

гостей, проводять дегустації та екскурсії і створюють атмосферу справжності, якої шукає сучасний турист [7; 8]. У Бессарабії крафтовий рух активно розвивається, прикладом якого є родинні господарства «Колоніст», «Villa Tinta», «VINOPION» та «V.Petrov», які працюють із сортами Тельті-Курук, Сухолиманське, Одеський чорний і Cabernet Sauvignon та вже стали окремими туристичними об'єктами [16; 22; 23].

Ще один важливий напрям, пов'язаний з діяльністю світового готельного господарства, - це екологічне спрямування. Еко-готелі, які менше шкодять довкіллю, економлять енергію та воду, сортують і переробляють відходи, використовують відновлювані джерела енергії та екологічні матеріали. «Зелений» статус підтверджують міжнародні сертифікати. В Україні найпоширеніший - Green Key (заснований 1994 року в Данії, діє у понад 80 країнах, має близько 70 вимог) [37]. Поки що сертифікованих готелів в Україні небагато, переважно в Києві та Львові (мережі Reikartz, Radisson), а найбільший приклад - курорт «Буковель», де сертифікат Green Key отримали понад десять готелів [37; 43]. Попит на екологічний відпочинок зростає, особливо серед заможних туристів 30–45 років, тож екологічність стає важливою перевагою закладів розміщення.

Окреме місце у винних готелях займає енотерапія (винотерапія; від грец. *oínos* - вино та *therapeía* - лікування) - оздоровчі та косметичні процедури з продуктів виноградної лози: олії та порошку виноградних кісточок, екстракту листя червоного винограду, виноградного соку, поліфенолів і ресвератролу. Ці речовини захищають шкіру від старіння, зменшують запалення, покращують кровообіг і пружність шкіри, допомагають розслабитися [26]. Світовий приклад - французький бренд Caudalie, який створив винотерапію і впровадив її у SPA-центрах винних готелів Les Sources de Caudalie та Marqués de Riscal [26; 27]. В Україні енотерапія є лише подекуди - як окремі процедури в міських SPA-салонах (Київ, Львів, Одеса) та у вигляді косметики українського виробника TANOYA. Жоден готель виноробного регіону не пропонує її як постійну послугу на основі власного вина [42]. Поєднання

поліфенолів власного винограду й лікувальної артезіанської води дає готелю унікальну основу для цього напрямку - у цьому новизна проєкту [36].

Цифри підтверджують, що цей напрям вигідний. За даними компанії Grand View Research, у 2023 році світовий ринок винного туризму становив близько 46,47 млрд дол. США, а до 2030 року зросте до 106,74 млрд дол. США - щороку приблизно на 12,9 % [11]. Інша компанія, Future Market Insights, дає ще вищі оцінки (близько 95,9 млрд дол. США у 2024 році), тож зростання ринку очевидне [12]. Попит серед іноземних туристів зростатиме швидше (близько 13,3 % на рік), а найпопулярнішими послугами залишаються дегустації та екскурсії виноробнями (понад 57 % доходу галузі) [11]. Найбільший ринок винного туризму - Європа (понад половину світового доходу). Найвідоміші напрями: Бордо і Бургундія (Франція), Тоскана і П'ємонт (Італія), Ріоха та Рібера-дель-Дуеро (Іспанія) [10; 11].

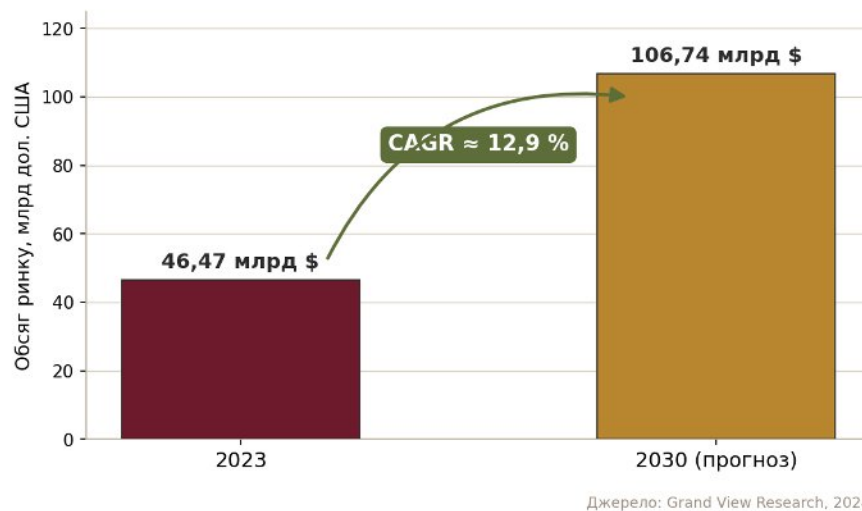


Рис. 1.1. Динаміка світового ринку винного туризму, 2023–2030 рр.

Аналіз сучасних трендів 2024–2026 років дає змогу виокремити чотири напрями розвитку галузі, важливі для проектування: поєднання винного та гастрономічного туризму в єдиний еногастрономічний продукт; зростання попиту на сталі (екологічно відповідальні) практики - органічне й біодинамічне виноробство, водозбереження та відновлювану енергетику; цифровізація маркетингу й каналів бронювання; орієнтація на покоління 30–40+, яке за прогнозами формуватиме до чверті попиту [11; 12]. Саме сталий розвиток

дослідники називають ключовою темою, що визначатиме конкурентоспроможність винних регіонів у наступному десятилітті [12].

Для України винний туризм є особливо актуальним напрямом з огляду на сукупність причин. По-перше, країна має давні виноробні традиції: у Придунайській Бессарабії виноградарство розвивалося ще з VII–IV ст. до н. е. під впливом грецької колонії Тіра [15; 16]. По-друге, Одеська область є найбільшим виноробним регіоном держави, де зосереджено понад 60 % українських виноградників і функціонують відомі виноробні («Shabo», «Колоніст», «Grande Vallée», ННЦ «Інститут виноградарства і виноробства ім. В. Є. Таїрова») [16]. По-третє, у 2023 році українські вина «Шабаг», «Аша-абаг», «Ялпуг» та «Придунайська Бессарабія» офіційно набули статусу географічного зазначення в межах виконання Угоди про асоціацію Україна – ЄС, що юридично закріпило за регіоном захищену винну ідентичність [15; 38]. По-четверте, в умовах воєнного часу істотно зріс попит на внутрішній туризм. Водночас спеціалізованих винних готелів - закладів, що інтегрують преміальне проживання з повноцінною програмою енотуризму та енотерапії, - у регіоні фактично немає, що формує чітко виражену ринкову нішу [3; 5].

Інституційним каркасом розвитку галузі в регіоні є проєкт «Дорога вина та смаку Української Бессарабії» - перший офіційний еногастрономічний маршрут України, запущений 2020 року за підтримки проєкту Європейського Союзу «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні». Загальна протяжність маршруту становить близько 900 км, він об'єднує понад тридцять локацій (виноробні, сировари, фермери, ресторани, засоби розміщення) і охоплює чотири регіону: Одеса–Шабо–Білгород-Дністровський; Одеса–Фрумушика-Нова–Лісне; Ізмаїл–Криничне–Болград; Татарбунари–Струмок–Приморське–Вилкове. Центральною магістраллю маршруту є автошлях М-15 [13; 14]. Проектований винний готель «Enoterra Bessarabia», розташований на першій лінії Дністровського лиману поблизу траси М-15, претендує на роль першого високого рівня засобу розміщення-учасника

маршруту, що забезпечить включення до офіційних еногастрономічних карт та цільовий потік туристів [13; 36].

Для реалізації проекту обрано земельну ділянку площею 1,3 га на першій лінії Дністровського лиману, у межах рекреаційної зони Нижньодністровського національного природного парку, із власним пляжем і причалом, на відстані близько 55 км від Одеси автошляхом М-15 [36]. Нижньодністровський НПП, створений 2008 року на площі понад 21 тис. га, охоплює водно-болотні угіддя міжнародного (Рамсарського) значення «Північна частина Дністровського лиману» та «Межиріччя Дністра і Турунчука» й налічує близько 1500 видів флори і фауни; його серцем є заповідне урочище «Дністровські плавні» [17; 18]. Аналіз локації за методикою містобудівного обґрунтування виявляє такі переваги: приморський мікроклімат із м'якою зимою та теплим літом, за якого лиман захищає виноградник від пізніх заморозків і створює сприятливі природні умови; наявність власної артезіанської свердловини з лікувальною мінеральною водою як основи для SPA та гідротерапії; розташування безпосередньо на маршруті «Дорога вина та смаку» та оптимальна транспортна доступність від обласного центру; унікальне природне оточення національного парку, що формує основу для екотуризму. Водночас слід урахувати об'єктивні обмеження: природоохоронний режим парку накладає вимоги на будівництво та господарську діяльність, а певна віддаленість від міста зумовлює сезонність попиту й потребу в кваліфікованому персоналі [17; 36].

Збір інформації про конкурентів здійснено за допомогою ресурсів Google Maps, Booking.com, TripAdvisor, офіційних сайтів закладів та галузевих винних гідів [19; 20; 21; 22; 23; 24; 25; 32; 33]. За критерієм наявності виноробної складової та туристичних послуг у південно-західних районах Одеської області (Бессарабія) виокремлено сім найсильніших профільних суб'єктів, узагальнена характеристика яких наведена в табл. 1.1.

Таблиця 1.1.

Характеристика конкурентів винної спрямованості
(Бессарабія, Одеська область).

Назва підприємства	Розташування	Категорія / проживання	Ціна, грн/добу	Додаткові послуги	Сайт / соцмережі
Етнокомплекс «Фрумушика-Нова»	с. Фрумушика-Нова, Болградський р-н	Комплекс зеленого туризму, без зіркової категорії	від 600	Власна виноробня, дегустації, ресторан бессарабської кухні, вівчарська ферма, басейн, чан, Wine Fest	frumushika.com; FB, IG
Сімейна виноробня «Колоніст»	с. Криничне, Болградський р-н	Власного готелю немає	тури за тарифом	Екскурсії виноградниками й погребями, дегустації, тури зі збором врожаю, олія з кісточок, косметика	kolonist.com.ua; FB, IG
Винзавод і Центр культури вина «SHABO»	с. Шабо, Білгород-Дністровський р-н	Власного готелю немає	екскурсія за тарифом	Музей вина, винні підвали, дегустації, енотека, артгалерея, ресторан, події	shabo.ua; FB, IG, YT
Виноробня «Villa Tinta» («Винхол Оксамитне»)	с. Оксамитне, Болградський р-н	Власного готелю немає	дегустації за тарифом	Дегустації, екскурсії виноробнею, продаж вина, виноматеріал для партнерів	villatinta.com.ua; FB, IG
Крафтова виноробня «VINOPIO N» (Ю. Греков)	с. Лощинівка, Ізмаїльський р-н	Засобу розміщення немає	дегустації за тарифом	Крафтові вина (понад 2 тис. л/рік), дегустації в садибі, екскурсії, продаж вина	Винний гід; FB, IG

Винороб- ня ор- ганічних вин «V.Petrov »	с. Струмок, Татарбунарсь- кий р-н	Засобу роз- міщення немає	дегуста- ції за тарифом	Сертифікова- ні органічні вина, граппа, дегустації на заході сонця, екскурсії	Соцме- режі; FB, IG
Фермер- ська ви- норобня СФГ «Стоя- нов»	м. Кілія, Ізмаїльський р-н	Засобу роз- міщення немає	дегуста- ції за тарифом	Виноградар- ство й садів- ництво, дегу- стації, про- даж вина	Винний гід; FB

Порівняльний аналіз даних табл. 1.1 дає змогу зробити кілька принципових висновків. По-перше, регіон має потужну й справжню виноробну базу, проте вона майже не інтегрована з гостинною інфраструктурою: із семи проаналізованих суб'єктів власний номерний фонд має лише етнокомплекс «Фрумушика-Нова», тоді як решта (Колоніст, SHABO, Villa Tinta, VINOPION, V.Petrov, Стоянов) пропонують виключно екскурсійно-дегустаційні послуги без можливості проживання. По-друге, жоден із закладів не пропонує SPA-послуг та програм енотерапії. По-третє, єдиний заклад із проживанням («Фрумушика-Нова») працює у бюджетному етнографічному, а не преміальному форматі, розташований у степовій зоні Болградського району й не має виходу до лиману чи моря. Отже, попри високу концентрацію виноробень, у Бессарабії відсутній винний готель повного циклу на узбережжі високого рівня.

Окрім профільних виноробних суб'єктів, для оцінки рівня якості обслуговування проаналізовано засоби розміщення Бессарабії та прилеглого узбережжя, що формують найближче конкурентне оточення за гостьовим досвідом. Зіставлення здійснено за відгуками гостей платформи Booking.com за п'ятьма критеріями - розташування, чистота, співвідношення «ціна/якість», комфорт і персонал (табл. 1.2) [32; 39; 40; 41].

Таблиця 1.2.

Порівняльна характеристика закладів-конкурентів за критеріями Booking.com

Заклад (розташування)	Відгуків	Позитивних	Негативних	Рейтинг	Розташ.	Чистота	Ціна/якість	Комфорт	Персонал
«Alarus Luxe» (Затока)	250	235	15	9,0	8,5	9,2	8,6	9,3	9,4
«Villa Bianca» (Затока)	120	100	20	8,2	8,0	8,4	8,5	8,1	8,6
«Колоніст», гостьовий дім (Криничне)	90	84	6	9,3	8,2	9,4	9,0	9,1	9,5
«Frumushika-Nova» (Бессарабія)	140	125	15	8,8	8,0	8,7	9,1	8,5	9,0
Еко-садиба «Затишна садиба»	60	55	5	9,0	8,8	9,0	9,2	8,6	9,1
Винний центр «Шабо»	200	180	20	8,6	9,0	8,5	8,3	8,0	8,4

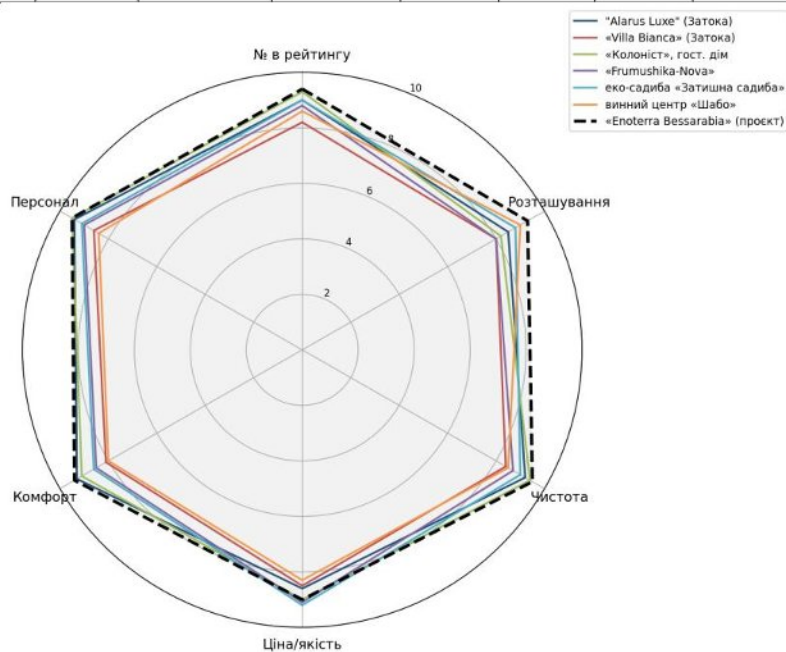


Рис. 1.2. Оцінювання закладів-конкурентів за критеріями Booking.com (пелюсткова діаграма)

Дані табл. 1.2 та пелюсткова діаграма (рис. 1.2) засвідчують, що всі проаналізовані заклади мають високий рівень гостьових оцінок (8,2–9,3 бала

за загальним рейтингом), причому найвищі позиції стабільно належать критеріям «персонал» і «чистота», тоді як показник «ціна/якісність» є найбільш варіативним. Водночас жоден із цих закладів не поєднує власну виноробню повного циклу з високим рівнем проживання і SPA-енотерапією. Лідери за рейтингом (гостьовий дім «Колоніст», еко-садиба «Затишна садиба») є невеликими засобами розміщення без власного виробництва промислового масштабу та без SPA, а винний центр «Шабо», маючи розвинену винну інфраструктуру, не має власного номерного фонду. Це підтверджує висновок про незаповнену нішу й одночасно задає для проєктованого готелю орієнтир якості обслуговування на рівні не нижче 9,0 балів за всіма критеріями.

Для наочності найближче конкурентне оточення за гостьовим досвідом - заклади розміщення Бессарабії та прилеглого узбережжя - узагальнено у вигляді карток із короткою характеристикою кожного закладу (рис. 1.3). Вони демонструють, що сильні позиції конкурентів зосереджені або у сфері пляжного відпочинку (Затока), або у винній складовій без проживання високого рівня (Шабо, Колоніст), тоді як поєднання обох переваг із SPA-енотерапією на ринку відсутнє.

Для формування орієнтиру та визначення кращих світових практик поєднання гостинності й енотуризму проаналізовано п'ять взірцевих винних готелів. [10; 27; 28; 29; 30; 31].

Таблиця 1.3

Характеристика провідних винних готелів світу

Готель / країна	Категорія, к-сть номерів	Виноробня	Ключові послуги	Особливості
Hotel Marqués de Riscal (Піоха, Іспанія)	5*, 61	Marqués de Riscal (1858)	Caudalie Vinothérapie SPA, ресторан Мішлен, тури погребями	Архітектура Ф. Гері; концепція «Міста вина»
Les Sources de Caudalie (Бордо, Франція)	5*, 61	Château Smith Haut Lafitte	Винотерапія, 2 ресторани, кулінарна школа	Світовий піонер vinothérapie; біоорганіка

Castiglion del Bosco (Тоскана, Італія)	5*, 42+11 вілл	Brunello di Montalcino	Кулінарна школа, дегустації, гольф, трюфелі	Середньовічне борго; родина Феррагамо
Auberge du Soleil (Напа, США)	5*, 50	Партнерства з виноробнями Напа	Ресторан Мішлен, SPA, приватні дегустації	Доводить, що власна виноробня не обов'язкова за умови занурення в природні умови
Abadía Retuerta LeDomaine (Рібера-дель-Дуеро, Іспанія)	5*, 30	Abadía Retuerta (200 га)	Ресторан Refectorio (Мішлен), SPA, тури погребями	Абатство XII ст.; власний город; формат 30 номерів

Аналіз міжнародного досвіду діяльності винних готелів дає змогу сформулювати три науково обґрунтовані принципи, що закладаються в основу майбутнього проекту. По-перше, найуспішніші винні готелі інтегрують проживання, гастрономію, енотуризм та SPA-послуги в єдиний комплекс повного циклу. По-друге, критичними чинниками привабливості є зв'язок із локальною виноробною спадщиною й самобутність місцевості. По-третє, тематичні оздоровчі процедури на основі винограду (винотерапія) суттєво підвищують конкурентоспроможність і, що важливо для проекту, частково зменшують сезонність завантаження. Показовим є приклад Abadía Retuerta LeDomaine, що демонструє економічну спроможність бутик-формату саме на 30 номерах [31].

Як зазначено вище, у регіоні енотерапія як системний готельний продукт відсутня, тоді як світовий досвід доводить її здатність суттєво підвищувати конкурентоспроможність закладу. Особливо важливо, що SPA-послуги не залежать від пляжного сезону й тому частково зменшують негативний вплив сезонності. Це обґрунтовує доцільність створення повноцінного SPA-центру енотерапії на власних поліфенолах і лікувальній артезіанській воді як ключову відмінність майбутнього проекту винного готелю [26; 36].

Узагальнення результатів аналізу здійснено методом бальної (10-бальної) оцінки конкурентоспроможності за вісьмома критеріями. Зіставлення проведено між проектованим готелем і чотирма найважливішими конкурентами регіону (табл. 1.4).

Таблиця 1.4.

Бальна оцінка конкурентоспроможності закладів (10-бальна шкала)

Критерій	Enoterra Bessarabia (проект)	Фрумушика-Нова	Колоніст	SHABO	Villa Tinta
Власна виноробня, повний цикл «від лози до келиха»	10	7	9	9	7
Преміальний номерний фонд (проживання)	9	6	-	-	-
Енотуризм (дегустації, vendemmia, екскурсії)	10	8	9	9	6
SPA-центр енотерапії	10	-	-	-	-
Гастрономічна складова / ресторан	9	8	6	7	4
Локація (лиман/море + винний регіон)	10	4	5	8	4
Еко-позиціонування, сталий розвиток	9	6	5	5	4
Маркетинг та он-лайн-присутність	8	7	7	9	6
Загальна кількість балів (макс. 80)	75	46	41	47	31

Як засвідчують результати бальної оцінки, проєктований готель «Enoterra Bessarabia» отримує найвищу сумарну оцінку - 75 балів із 80 можливих, тоді як найсильніші регіональні конкуренти набирають 31–47 балів (рис. 1.3). Розрив утворюється насамперед за рахунок двох позицій, де всі без винятку конкуренти отримують нуль, - проживання високого рівня у поєднанні з виноробством та послугами SPA-центру енотерапії. Це дає підстави для головного аналітичного висновку підрозділу: на ринку Бессарабії та Одеської області існує подвійна незаповнена ніша готелів із власною виноробнею та

об'єднаною програмою енотуризму на узбережжі лиману та SPA-центром із комплексними програмами енотерапії. Проектований винний еко-готель «Enoterra Bessarabia» зможе заповнити цю нішу, запропонувавши ринку принципово новий продукт [3; 5; 36].

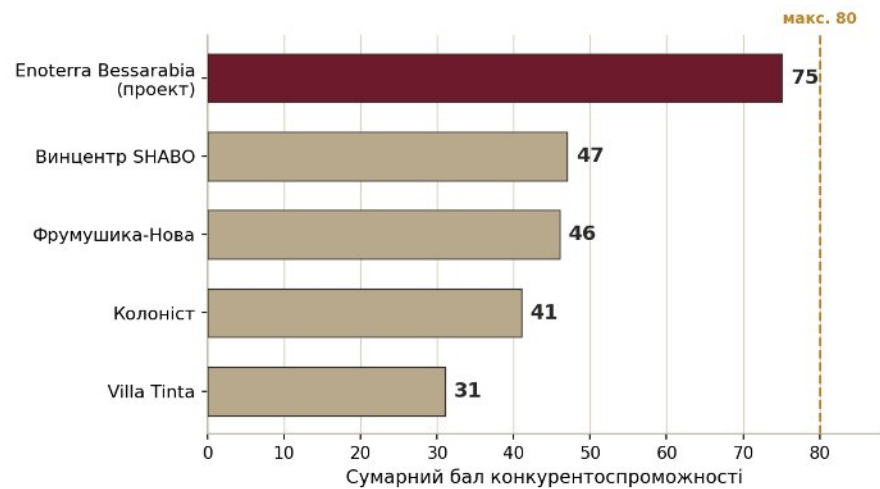


Рис. 1.3. Порівняння сумарної бальної оцінки конкурентоспроможності закладів.

1.2. Розробка концепції та формування унікальної торгової пропозиції

На основі проведеного у підрозділі 1.1 аналізу конкурентного середовища, вивчення міжнародного досвіду провідних винних готелів і глобальних тенденцій розвитку галузі розроблено концепцію винного еко-готелю «Enoterra Bessarabia» в Одеській області. Для систематизації смислів та виявлення унікальності бізнес-ідеї застосовано методику «смыслового проектирования» Я. Трофимова, що передбачає пошук відповідей на п'ять ключових питань: що це таке, навіщо це клієнту, що клієнт отримує, чим воно відрізняється та що може стати причиною відмови [6]. Результати смыслового проектирования узагальнено в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Смысловое проектирования концепції готелю «Enoterra Bessarabia»

Питання	Зміст відповіді
Що таке винний еко-готель «Enoterra Bessarabia»?	Винний еко-готель категорії 4* на 20 номерів на березі Дністровського лиману із власною вино-робнею з органічним виноробством, дегустацій-ним центром, SPA-центром енотерапії, програма-ми енотуризму й екотуруризму.

Навіщо він гостю?	Щоб прожити цілісний досвід занурення у виноробну культуру Бессарабії - від участі у зборі винограду до дегустації власного вина та оздоровлення на його основі - у гармонії з природою лиману й без виїзду за межі однієї локації.
Що отримує гість?	Автентичний відпочинок «від лози до келиха»: проживання з краєвидом на виноградники й лиман, авторську кухню південної Бессарабії в поєднанні з власним вином, дегустації під керівництвом сомельє, SPA-процедури на поліфенолах винограду й лікувальній артезіанській воді, екостежки плавнями та нові враження.
Чим відрізняється?	Єдиний у регіоні готель повного циклу з власною виноробнею, SPA-енотерапією та екологічним образом; розташований на першій лінії лиману з власним пляжем і причалом; учасник маршруту «Дорога вина та смаку»; сталий розвиток, замкнений цикл без відходів та енергонезалежність.
Що може стати причиною відмови?	Віддаленість від міста та сезонність; новизна бренду без усталеної репутації; високого рівня рівень цін; обмеження природоохоронного режиму парку. Ці ризики зменшуються чотирисезонним програмуванням, диверсифікацією доходів та маркетинговою стратегією.

Характеристика концепції винного-готелю

Винний еко-готель «Enoterra Bessarabia» - це перший на узбережжі Дністровського лиману камерний бутік-готель категорії 4* на 20 номерів, що поєднує проживання, власну виноробню повного циклу з органічним виноробством, дегустаційний центр вин південної Бессарабії, SPA-центр енотерапії та програми енотуризму й екотуризму, реалізуючи модель сталого розвитку «від лози до келиха».

Унікальна торгова пропозиція (УТП) ґрунтується на унікальних для регіону перевагах: готові виробничі активи (виноробня, винний підвал, виноградник, артезіанська свердловина), що дають старт без будівництва з нуля; повний замкнений цикл з власним вином у кожній страві, процедурі та дегустації; унікальна SPA-енотерапія на поліфенолах власного винограду й ліку-

вальній артезіанській воді; екологічний образ в національному природному парку зі сталим розвитком та енергонезалежністю; камерний бутік-формат 4* на 20 номерів із приватною територією, власним пляжем і причалом; близькість до Одеси (55 км) і розташування на маршруті «Дорога вина та смаку».

Структуру концепції закладу, сформовану за рекомендованою методикою, наведено в табл. 1.6.

Таблиця 1.6.

Структура концепції винного еко-готелю «Enoterra Bessarabia»

Розділ	Характеристика
Тип закладу	Камерний винний еко-готель повного циклу з власною виноробнею, дегустаційним центром, SPA-центром енотерапії та програмами енотуризму й екотурузму.
Категорія і тематика	4 зірки; винна культура та особливості південної Бессарабії; еногастрономія і подорожі; енотерапія й оздоровлення; екологічний туризм у національному природному парку.
Локація	Перша лінія Дністровського лиману, рекреаційна зона Нижньодністровського НПП; ділянка 1,3 га з власним пляжем і причалом; 55 км від Одеси трасою М-15; на маршруті «Дорога вина та смаку».
Форми і методи обслуговування	Індивідуальний підхід бутік-формату; дегустації під керівництвом сомельє; авторська кухня з винним поєднанням; екскурсії виноградниками й плавнями; активне залучення гостей (догляд за лозою, збір врожаю, виготовлення вина); SPA-процедури енотерапії.
Відмінні особливості бізнес-ідеї	Готові виробничі активи; повний цикл «від лози до келиха»; SPA-енотерапія на власних поліфенолах і артезіанській воді; екологічний образ й енергонезалежність; власний пляж і причал; учасник маршруту «Дорога вина та смаку».
Основні групи споживачів	Платоспроможні поціновувачі вина й активного відпочинку (30–60 років, дохід вище середнього); пари (романтичний і оздоровлення-відпочинок); учасники сезонних подій (vendemmia, фестивалі); іноземні еногастротуристи; корпоративні клієнти (заходи до 40 осіб, тимбілдинги, камерні весілля).

Спектр послуг	Основні: проживання у 20 номерах; ресторан «Грона» і винні вечери; дегустації та енотека «Смак Бессарабії»; SPA-енотерапія. Додаткові: тури «Дорога вина та смаку», «День у Шабо», «Вікенд Бессарабії», сезонний збір врожаю, винні фестивалі, екостежки плавнями, корпоративні події.
Програма просування	Власний сайт, Booking.com, Airbnb; SMM (Instagram, Facebook, TikTok); партнерство з виноробнями, винними клубами й туроператорами; участь у гастрофестивалях та маршруті «Дорога вина та смаку»; еко-сертифікація Green Key / EU Ecolabel як інструмент позиціонування.
Етапи впровадження	1) підготовчі роботи (придбання активів, due diligence, бізнес-план, дозволи, узгодження з НПП); 2) проектні роботи (архітектура, екорішення, інтер'єри); 3) будівельні роботи (реконструкція, сонячні панелі, збір дощової води, благоустрій); 4) облаштування винного центру і SPA; 5) запуск (персонал, маркетинг, відкриття).

Спектр послуг проектного готелю сформовано за результатами розроблення концепції та деталізовано на основі аналізу попиту цільових сегментів. Послуги поділено на основні, що входять до базового продукту проживання та формують ядро ціннісної пропозиції (проживання, харчування, дегустації та SPA-енотерапія), і додаткові, які урізноманітнюють джерела доходу, підвищують середній чек і зменшують сезонність завантаження (енотуризм, події та сервісно-супутні послуги). Узагальнену структуру послуг винного еко-готелю наведено в табл. 1.7.

Таблиця 1.7.

Структура послуг винного еко-готелю «Enoterra Bessarabia»

Група послуг	Склад послуг
Проживання (основні)	Розміщення у 20 номерах п'яти категорій: номер I категорії одномісний та двомісний, напівлюкс, люкс, президентський апартамент. Включено сніданок «шведський стіл», безкоштовний Wi-Fi на всій території, паркінг, зберігання багажу.

Ресторан і дегустації (основні)	Ресторан «Грона» (à la carte, поєднання вина та страв, страви південної Бессарабії з локальних продуктів); дегустаційні сети «7 страв - 7 вин» та авторські дегустації під керівництвом сомельє в дегустаційному центрі й енотеці «Смак Бессарабії».
SPA-енотерапія та масаж (основні)	Винні ванни, обгортання й пілінги зі шротом виноградних кісточок, масаж з олією виноградних кісточок, енокосметологія на ресвератролі, гідромасажний басейн з артезіанською водою, фінська сауна; комплексна SPA-програма «День енотерапії».
Енотуризм та події (основні / додаткові)	Винні тури «Дорога вина та смаку», «День у Шаббо», «Вікенд Бессарабії»; сезонний збір власного врожаю (vendemmia); винні фестивалі; екостежки плавнями НПП; кулінарні майстер-класи; оренда конференц-залу; корпоративні заходи.
Сервіс і продаж (додаткові)	Трансфер з / до Одеси; прання і прасування; прокат човнів і водні прогулянки причалом; продаж крафтових вин власної виноробні та регіону; продаж винної косметики на основі винограду й виноградних кісточок.

Цільовий гість «Enoterra Bessarabia» - платоспроможний гість віком 30–60 років із доходом вище середнього, який прагне не пасивного пляжного відпочинку, а активного занурення у виноробну культуру та гармонії з природою. Портрет аудиторії охоплює п'ять сегментів: поціновувачі вина й активного відпочинку (основний сегмент); пари, орієнтовані на романтичний відпочинок із SPA-енотерапією; учасники сезонних подій (vendemmia, фестивалі молодого вина); іноземні туристи, зацікавлені у відкритті маловідомого виноробного регіону; корпоративні клієнти, які обирають камерні події та тимбілдинги. За стилем життя цей гість цінує самотність, екологічність і досвід, активно користується онлайн-каналами для пошуку й бронювання [9; 36].

На завершення формування концепції проведено SWOT-аналіз проєктованого готелю, що дає змогу системно оцінити внутрішнє та зовнішнє середовище проєкту (табл. 1.8).

Таблиця 1.8.

SWOT-аналіз винного еко-готелю «Enoterra Bessarabia»

	ПОЗИТИВНИЙ ВПЛИВ	НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ
ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	Сильні сторони (Strengths): – власна виноробня з винним по-грібом, виноградником, артезіанською свердловиною, власний пляж, причал і човни; – повний замкнений цикл «від лози до келиха» з використанням вина власного виробництва; – унікальні послуги SPA-енотерапії на поліфенолах власного винограду; – близькість до Одеси (55 км); – цікаві розважальні послуги (водні прогулянки, риболовля, еногастрономічні екскурсії, майстер-класи); – екологічні підходи (органічне виноробство, безвідходне виробництво, натуральні матеріали); – оздоровчий потенціал (лікувальна артезіанська вода, енотерапія).	Слабкі сторони (Weaknesses): – значні стартові інвестиції; – висока залежність від сезонності попиту; – потреба у кваліфікованому персоналі (винороб, сомельє, майстри SPA, еколог); – обмеження природоохоронного режиму парку щодо будівництва та господарської діяльності; – віддаленість від міста та обмежена транспортна доступність.
ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	Можливості (Opportunities): – включення готелю до маршруту «Дорога вина і смаку Української Бессарабії»; – отримання екосертифікації Green Key або EU Ecolabel; – урізноманітнення доходу через енотеку, події та корпоративні заходи; – створення мережі винних готелів в Україні.	Загрози (Threats): – політична нестабільність у зв'язку з війною та її вплив на туристичний попит; – економічна нестабільність, інфляція та коливання курсу валют; – посилення екологічних вимог і регуляторного режиму природного парку; – сезонні коливання завантаження.

Проведений SWOT-аналіз засвідчує, що проект має значний потенціал завдяки унікальному поєднанню готових виробничих активів, повного циклу виноробства, SPA-енотерапії та екологічний образ на узбережжі лиману, що формує стійкі конкурентні переваги. Водночас ключовими викликами залишаються значні стартові інвестиції, сезонність та обмеження природоохоронного режиму.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗДІЛ

2.1. Моделювання інфраструктурної складової проекту

Проектований винний еко-готель «Enoterra Bessarabia» створюється на базі наявної садиби з виноробнею та власним пляжем на першій лінії Дністровського лиману в с. Красна Коса Одеської області - у межах рекреаційної зони Нижньодністровського національного природного парку, на маршруті офіційного еногастрономічного шляху «Дорога вина і смаку Української Бессарабії». Ділянка площею 1,3 га розташована за 55 км від Одеси новою трасою Одеса – Рені (М-15), має власний пляж і причал, під'їзд бетонною дорогою та підведені інженерні мережі - водопровід, електроенергію і власну трансформаторну підстанцію 10 кВт. На території вже є готові господарські споруди: човновий гараж (40 м²), виноробня з обладнанням (100 м²), винний підвал із двома галереями (100 м²) та цокольний поверх із гаражем (120 м²). До природних і ландшафтних активів належать власний виноградник на 2000 кущів (Каберне, Мерло, Шардоне, Одеський чорний), 50 кущів столового винограду (Аркадія, Кеша), плодові дерева, чагарники й розаріум, ставок (300 м²) для розведення риби та раків, зона відпочинку в саду (100 м²) та артезіанська свердловина з лікувальною мінеральною водою. Ці готові активи зберігаються без перебудови, а заново споруджуються лише головний триповерховий корпус готелю, SPA-центр та дегустаційний центр.

Земельна ділянка має зручні під'їзні шляхи з асфальтованим покриттям та можливість підключення до централізованих інженерних мереж. Відстань до ключових виноробень асоціації «Придунайська Бессарабія» становить 95–110 км, до Центру культури вина Shabo - 60 км, що дозволяє організовувати одноденні винні тури та забезпечує стабільний потік цільових еногастрономічних туристів.

Склад інфраструктури готелю обґрунтовано, виходячи зі спеціалізації, цільової аудиторії, категорії об'єкта (4 зірки), місця розташування та місткості (20 номерів). Інфраструктурні складові готелю наведено у таблиці 2.1.

Склад інфраструктури готельного підприємства

Об'єкт інфраструктури	Опис об'єкта інфраструктури
Номерний фонд	20 тематичних номерів категорії 4* у трьох стилістичних лініях - «Каберне», «Шардоне», «Мерло». За типами: апартамент президентський, люкс, напівлюкс, номери І категорії (одно- та двомісні). Багатомісні номери для категорії 4* відсутні.
Власна крафтова виноробня	Розміщена в окремій будівлі з відкритою виробничою зоною. Виробляє невеликі партії авторських вин з автохтонних сортів (Одеський чорний, Сухолиманський білий) та класичних (Каберне Совіньон, Мерло, Шардоне). Гості беруть участь у програмах vendemmia.
Дегустаційний центр	Окреме приміщення із залом дегустацій на 30 місць та винним льохом-погребом для витримки у дубових бочках. Професійні дегустації власних і партнерських вин у супроводі сомельє.
Ресторан «Грона»	Розташований на 1 поверсі головного корпусу, на 50 місць. Авторська кухня з пейрінгом, дегустаційні сеті «7 страв - 7 вин», винна карта одеських виноробів. Обслуговує гостей готелю та зовнішніх відвідувачів.
SPA-центр ено-терапії	В окремій будівлі. Ванни з вином та виноградним маслом, пілінги зі шротом виноградних кісточок, обгортання, масажі з ресвератролом, міні-басейн, сауна. Аналогів серед готелів Одещини не має.
Вестибюльна група з рецепцією	На 1 поверсі головного корпусу: вестибюль із зоною очікування, стійка рецепції, хол-лаунж, сервіс-центр, фірмова крамниця вин та косметики.
Конференц-зал / зал майстер-класів	Зал на 30 місць для кулінарних майстер-класів, «Школи виноробства», корпоративних тимбілдингів та подієвих заходів.
Фітнес-зал та винна бібліотека	Зона активного відпочинку і релаксу; бібліотека-вітальня з винною тематикою.
Паркінг	Відкритий охоронюваний паркінг поруч із готелем, що забезпечує зручний доступ для автотранспорту гостей.

Розмежування об'єктів комплексу за станом (будується або наявний) із зазначенням їхніх площ та обсягів наведено у таблиці 2.2. До нового будівництва належать лише головний триповерховий корпус готелю, SPA-центр і

дегустаційний центр, тоді як господарські споруди, виноградник, ставок, сад і свердловина є готовими активами садиби.

Таблиця 2.2.

Споруди та об'єкти інфраструктури комплексу

Об'єкт інфраструктури	Площа / обсяг	Стан
Готельний корпус (вестибюль, ресторан, номери, адміністрація)	1994 м ² , 3 поверхи	Будується
SPA-центр енотерапії	268 м ²	Будується
Дегустаційний центр	196 м ²	Будується
Човновий гараж	40 м ²	Наявний
Виноробня з обладнанням	100 м ²	Наявна
Винний підвал (2 галереї)	100 м ²	Наявний
Цокольний поверх із гаражем	120 м ²	Наявний
Виноградник (сорт Каберне, Мерло, Шардоне, Одеський чорний)	2 000 кущів	Наявний
Столовий виноград (сорт Аркадія, Кеша)	50 кущів	Наявний
Плодові дерева, чагарники, розаріум	На території	Наявні
Ставок для розведення риби та раків	300 м ²	Наявний
Зона відпочинку в саду	100 м ²	Наявна
Артезіанська свердловина (лікувальна вода)	На території	Наявна

Сформований склад номерного фонду наведено у вигляді таблиці 2.3. Для характеристики складу номерів за типами використано загальні вимоги до готелів категорії 4 зірки (ДСТУ 4269:2003 [34]) та до засобів розміщування (ДСТУ 4268:2003 [35]).

Таблиця 2.3.

Склад номерного фонду готелю

Тип номеру	Наповнення номеру	Кількість номерів
Апартамент	Повний та додатковий санвузли, двоспальне ліжко 160×200, диван, крісло, 4 стільці, 2 шафи, 2 тумбочки, журнальний столик, міні-бар (холодильник), міні-сейф, 2 телевізори, кондиціонер, повний текстиль, авторська косметика готелю, телефон, кухонна ніша	1

1	2	3
Люкс	Повний санвузол, двоспальне ліжко 160×200, диван, 2 крісла, письмовий стіл, шафа, 2 тумбочки, журнальний столик, 2 дзеркала, міні-бар (холодильник), міні-сейф, телевізор, кондиціонер, килими, бра, рушники, авторська косметика, телефон, кухонна ніша	1
Напівлюкс	Повний санвузол, двоспальне ліжко 160×200, 2 крісла, шафа, дзеркало, 2 тумбочки, журнальний столик, міні-бар, міні-сейф, телевізор, кондиціонер, килими, бра, рушники, авторська косметика, телефон, кухонна ніша	2
Номер I категорії двомісний	Двоспальне ліжко 160×200, 2 тумбочки, шафа, стіл, крісло, стіл, дзеркало, телевізор, санвузол (унітаз, душ, умивальник), килим, бра, рушники, телефон, кухонна ніша	12
Номер I категорії однімісний	Однospальне ліжко 90×200, тумбочка, шафа, стіл, стільцець, дзеркало, телевізор, санвузол (унітаз, душ, умивальник), килим, бра, рушники, телефон, кухонна ніша з мийкою та міні-холодильником	4

Усі послуги та сервіси готелю формують цілісне сприйняття закладу клієнтами та є джерелом додаткового прибутку. За даними експертів, у готелях сегмента 4–5 зірок близько 50–70 % фінансового потоку генерують номери, решту - додаткові послуги. У концепції «Enoterra Bessarabia» ключовими генераторами доходу поза номерним фондом виступають власна виноробня, ресторан «Грона», дегустаційний центр та SPA-центр енотерапії, що забезпечують цілорічне завантаження незалежно від пляжного сезону.

2.2. Проектування окремих функціональних елементів готелю

2.2.1. Проектування житлової групи приміщень

До приміщень житлової групи належать номери всіх типів і категорій, коридори, холи, вітальні та приміщення побутового обслуговування на поверсі. На цей блок припадає 54–70 % площі житлової частини будівлі, на коридори - 13–22 %. Простір однокімнатного номера поділяється на функціо-

нальні зони: до 70 % площі - житлова зона, 12–15 % - передпокій, 13–22 % - санітарний вузол.

За міжнародними стандартами для готелів категорії 4 зірки багатомісні номери відсутні, а номери «люкс» і апартаменти повинні становити до 10 % загальної кількості номерів. Місткість визначено після розбивки номерів за типами та кількістю місць згідно з Додатком Д. На основі Додатка Д для готелю 4* на 20 номерів проведено розрахунок місткості (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4.

Розрахунок місткості для готелю 4* на 20 номерів

Назва номерів	Кількість місць в 1 номері	% номерів кожного типу	Кількість номерів	Загальна кількість місць
Апартамент президентський	2	5	1	2
Люкс	2	5	1	2
Напівлюкс	1	10	2	2
Номер I категорії двомісний	2	60	12	24
Номер I категорії одномісний	1	20	4	4
Всього	-	100	20	34

Таким чином, місткість готелю становить 34 місця. Структура номерного фонду відповідає вимогам нормативної документації для готелів категорії 4*. Розрахунок обладнання та меблів для кожного типу номерів наведено у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Розрахунок обладнання і меблів номерів

Найменування	Кількість у номері (норматив)	На n номерів (після)	Необхідна закупка
Апартамент президентський (n = 1)			
Кухня-ніша (плита, мийка, холодильник, чайник, сервізи, кухонний посуд)	1 компл.	1	1

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4
Повний санвузол (ванна, умивальник, унітаз, душ, біде)	1	1	1
Додатковий санвузол (душ, умивальник, унітаз, біде)	1	1	1
Ліжко двоспальне 160×200	1	1	1
Диван	1	1	1
Крісло	1	1	1
Стілець	4	4	4
Тумбочка	2	2	2
Шафа з полицкою	2	2	2
Журнальний столик	1	1	1
Міні-бар / міні-сейф	1/1	1/1	1/1
Кухонна ніша	1	1	1
Телевізор кольоровий	2	2	2
Кондиціонер	1	1	1
Дзеркало / бра / розетки	2 / 4 / 8	2 / 4 / 8	2 / 4 / 8
Комплект постільної білизни / рушники	1 / 8	1 / 8	1 / 8
Килими / вішалка / телефон	5 / 1 / 1	5 / 1 / 1	5 / 1 / 1
Люкс (n = 1)			
Повний санвузол (ванна, умивальник, унітаз, душ, біде)	1	1	1
Ліжко двоспальне 160×200	1	1	1
Диван / крісла	1 / 1	1 / 1	1 / 1
Тумбочка / шафа з полицкою	2 / 1	2 / 1	2 / 1

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4
Журнальний столик	1	1	1
Міні-бар / міні-сейф	1/1	1/1	1/1
Кухонна ніша	1	1	1
Телевізор кольоровий	2	2	2
Кондиціонер	1	1	1
Дзеркало /бра / розетки	2 / 4 / 8	14	14
Комплект постільної білизни / рушники	1 / 8	9	9
Килими / вішалка / телефон	5 / 1 / 3	9	9
Напівлюкс (n = 2)			
Повний санвузол (ванна, умивальник, унітаз, душ, біде)	1	2	2
Ліжко двоспальне 160×200	1	2	2
Диван / крісла	1 / 2	6	6
Ліжко двоспальне 160×200	1	2	2
Тумбочка / шафа з полочкою	2 / 1	6	6
Журнальний столик	1	2	2
Міні-бар / холодильник / міні-сейф	по 1	6	6
Кухонна ніша (стілниця з мийкою)	1	2	2
Телевізор кольоровий	1	2	2
Кондиціонер	1	2	2
Дзеркало / бра/ розетки	2 / 4 / 6	4 / 8/ 12	4 / 8/ 12
Комплект постільної білизни / рушники	1 / 6	2 /12	2 /12
Килими / вішалка / телефон	3 / 1 / 1	6/ 2 / 2	6/ 2 / 2

Номер І категорії двомісний (n = 12)			
Двоспальне ліжко 160×200	1	12	12
Тумбочка	2	24	24
Стіл / стілець	1 / 2	36	36
Поличка для багажу з вішалкою	1	12	12
Дзеркало	2	24	24
Телевізор кольоровий	1	12	12
Кондиціонер	1	12	12
Міні-сейф	1	12	12
Санвузол (унітаз, душ, умивальник)	1	12	12
Кухонна ніша (мийка, міні-холодильник)	1	12	12
Килим / бра / розетки	2 / 1 / 3	72	72
Рушники / телефон	3 / 1	48	48
Номер І категорії одномісний (n = 4)			
Односпальне ліжко 90×200	1	4	4
Тумбочка	1	4	4
Стіл / стілець	1 / 1	4 / 4	4 / 4
Поличка для багажу з вішалкою	1	4	4
Дзеркало	2	8	8
Телевізор кольоровий	1	4	4
Кондиціонер	1	4	4
Міні-сейф	1	4	4
Санвузол (унітаз, душ, умивальник)	1	4	4
Кухонна ніша (мийка, міні-холодильник)	1	4	4
Килим / бра / розетки	2 / 1 / 3	8 / 4 / 12	8 / 4 / 12
Рушники / телефон	3 / 1	12 / 4	12 / 4

Зведено кількість основних меблів та інвентарю за всім номерним фондом наведено в таблиці 2.6.

При розміщенні меблів дотримано норм проходів: для однієї людини - не менше 60 см, для двох - 110 см, мінімальна відстань від стіни до пристінкових меблів - 54 см.

Таблиця 2.6

Загальна таблиця кількості нових меблів і інвентарю

Найменування меблів та інвентарю	Тип номера	Загальна кількість
Ліжко двоспальне 160×200	Апарт., люкс, напівлюкс, двомісні I кат.	16
Ліжко односпальне 90×200	Одномісні номери I кат.	4
Диван	Апарт., люкс, напівлюкс	4
Крісло	Апарт., люкс, напівлюкс	6
Шафа для одягу з поличкою	Апарт., люкс, напівлюкс	5
Поличка для багажу з вішалкою	Номери I категорії	16
Тумбочка приліжкова	Усі типи номерів	36
Стіл (письмовий / робочий)	Номери I категорії	16
Стілець	Апарт., номери I категорії	32
Журнальний столик	Апарт., люкс, напівлюкс	4
Телевізор кольоровий	Усі типи номерів	22
Міні-бар / холодильник	Апарт., люкс, напівлюкс	6
Кухонна ніша (стілниця з мийкою)	Усі типи номерів	20
Міні-сейф	Усі типи номерів	20
Кондиціонер	Усі типи номерів	20
Сантехкомплект (санвузол)	Усі типи номерів (+ дод. с/у)	21
Дзеркало	Усі типи номерів	40
Світильники / бра	Усі типи номерів	32
Комплект постільної білизни	Апарт., люкс, напівлюкс	4
Килими	Усі типи номерів	48
Рушники (комплект)	Усі типи номерів	76
Вішалка	Апарт., люкс, напівлюкс	4
Телефон	Усі типи номерів	22

2.2.2. Проектування приймально-вестибюльної групи приміщень

До приміщень вестибюльної групи належать коридор, вестибюль (хол), приміщення для приймання та розміщення гостей, зберігання багажу, гардероб, туалетні кімнати та сервіс-центр. Функціональний взаємозв'язок зон виключає перетин людських потоків. Склад і площу приміщень визначено згідно з вимогами ДБН В.2.2-20:2008 «Готелі» (таблиця 2.6). Вестибюльна група розміщується на першому поверсі головного корпусу.

Таблиця 2.7.

Склад і площа вестибюльної групи приміщень і побутового обслуговування споживачів при готелі

№ п/п	Приміщення прийому гостей готелю	Площа, м ²
1	Коридор (вхідна зона)	14
2	Вестибюль із зоною очікування	48
3	Хол / лаунж-зона	26
4	Стійка прийому (рецепція)	12
5	Камера схову багажу	8
6	Кімната охорони (служба безпеки)	6
7	Гардероб	9
8	Сервіс-центр (бюро обслуговування)	12
9	Фірмова крамниця (вино, косметика, сувеніри)	18
10	Громадські туалетні кімнати	12
Корисна площа приміщень Sk		165

2.2.3. Проектування поверху готелю

Площу кожного номера з санвузлом визначено за формулою (2.1) як суму площ житлової кімнати, санітарного вузла та передпокою:

$$F_{ж.н} = F_{ж.к} + F_{с.у} + F_{пер} \quad (2.1)$$

де $F_{ж.к}$ - площа житлової кімнати; $F_{с.у}$ - площа санвузла; $F_{пер}$ - площа передпокою. З урахуванням того, що житлова зона займає близько 70 % площі номера, повну площу номера прийнято $F_{ж.н} = F_{ж.к} / 0,70$.

Мінімальні розрахункові площі номерів за формулою (2.1) становлять: апартамент - 72 м²; люкс - 50 м²; напівлюкс - 23 м²; двомісний номер I ка-

тегорії - 21 м²; одномісний - 14 м². За прийнятим планувальним рішенням житлових поверхів (корпус 36×18 м, двобічна коридорна схема з глибиною житлової смуги 7,24 м) фактичні площі номерів перевищують розрахункові мінімуми, що відповідає підвищеному рівню комфорту готелю категорії 4*: апартамент - 72 м²; люкс - 72 м²; напівлюкс - 44 м²; двомісний номер I категорії - 32 м²; одномісний - 32 м².

Подальші розрахунки житлової площі виконано за прийнятими (фактичними) площами номерів.

Загальну житлову площу номерного фонду знайдено за формулою (2.2):

$$F_{житл} = F_{ж.н1} \cdot n1 + F_{ж.н2} \cdot n2 + ... \quad (2.2)$$

$$F_{житл} = 72 + 72 + 2 \cdot 44 + 12 \cdot 32 + 4 \cdot 32 = 744 \text{ м}^2$$

Загальну площу обох житлових поверхів визначено за формулою (2.3), враховуючи, що житлові номери становлять 54–70 % площі поверху (прийнято 62 %):

$$F_{заг.житл} = F_{житл} / 0,56 \quad (2.3)$$

$$F_{заг.житл} = F_{житл} / 0,56 = 744 / 0,56 = 1330$$

Отже, житлові номери займають 56 % площі житлових поверхів, що знаходиться в нормативних межах 54–70 %. На другому поверсі розташовано 11 номерів загальною площею 444 м² (апартамент, люкс, напівлюкс, 4 двомісні та 4 одномісні номери I категорії), на третьому - 9 номерів загальною площею 300 м² (напівлюкс та 8 двомісних номерів I категорії).

2.2.4. Проектування приміщень закладу ресторанного господарства

У структурі готелю функціонує ресторан «Грона» на 50 місць з винним баром. Площі приміщень визначено згідно з ДБН В.2.2-25:2009 (площа залу прийнята з розрахунку 1,8 м² на одне місце). Отриману загальну площу приміщень ресторанного господарства використано в подальших розрахунках загальної площі будівлі. Склад і площі наведено у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8.

Площі приміщень закладу ресторанного господарства

№ п/п	Найменування приміщень	Площа, м ²
1	Зал ресторану (50 місць)	90
2	Винний бар з барною стійкою	28
3	Гарячий цех (кухня)	26
4	Холодний цех	14
5	Кондитерський цех	12
6	Мийна столового посуду	10
7	Мийна кухонного посуду	8
8	Складські приміщення (комори)	22
9	Винний склад-погріб для подачі	12
10	Завантажувальна	8
11	Кімната персоналу кухні	10
Загальна площа		240

2.2.5. Проектування адміністративно-побутових приміщень

Адміністративні приміщення проектують з нормативу 6 м² на робоче місце, обладнане комп'ютером, та 4 м² - без комп'ютера. Площу побутових приміщень прийнято з розрахунку 0,33–0,39 м² на одне ліжко-місце, білизняних - 0,04–0,06 м², гардеробних персоналу - 0,05–0,07 м² на одну людину (ДБН В.2.2-20:2008). Склад і площу цих приміщень наведено у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9.

Склад і площа адміністративно-побутових приміщень у готелі

№ п/п	Приміщення	Площа, м ²
1	Кабінет директора	14
2	Відділ кадрів	8
3	Планово-економічний відділ та бухгалтерія	14
4	Інженерно-технічна служба	10
5	Приміщення персоналу (відпочинок, харчування)	16
6	Гардеробні персоналу з душовими	14
7	Білизняна (центральна)	10
8	Майстерня поточного ремонту	12

1	2	3
9	Пральня (прання та хімчистка білизни)	24
Корисна площа приміщень Sk		122

Рохраунок пральні винного готелю

Пральня готелю призначена для прання постільної білизни, махрових виробів, столової білизни ресторану «Грона» та уніформи персоналу. Відповідно до технологічного процесу приміщення пральні розділяється на зони з відповідним устаткуванням: зону сортування (ваги, стіл для сортування, візки для брудної білизни), пральний цех (шафа для зберігання мийних засобів, пральні машини, візки для вологої білизни) та сушильно-прасувальний цех (сушильна машина, прасувальний каток для прямої білизни, прасувальний стіл з парогенератором для фасонної білизни, стіл для складання). Ділянка ремонту білизни (швацька машина) та приміщення зберігання (стелажі) розміщені з центральною білизняною.

Підбір комплекту устаткування виконано з урахуванням таких показників: пральня орієнтована лише на потреби готелю; категорія готелю - 4 зірки; місткість - 34 особи у 20 номерах; інфраструктура включає ресторан на 50 місць, SPA-центр з міні-басейном і сауною; проєктна заповнюваність - 68 % (третій рік роботи за таблицею 2.18); режим роботи пральні - щоденно в одну 8-годинну зміну.

Продуктивність пральні за зміну з постільної білизни визначено за формулою (2.4):

$$Pn = P \cdot N \cdot \text{Ч} \cdot K \cdot 7 / PД \quad (2.4)$$

де $P = 34$ - кількість осіб, що проживають у готелі; $N = 3,0$ кг - норма білизни на одну особу для готелю категорії 4 зірки; $\text{Ч} = 0,5$ - частота зміни білизни (1 раз на 2 доби для категорії 4 зірки); $K = 0,68$ - заповнюваність готелю; $PД = 7$ - кількість робочих днів пральні на тиждень.

$$Pn = 34 \cdot 3,0 \cdot 0,5 \cdot 0,68 \cdot 7 / 7 = 34,7 \text{ кг}$$

Продуктивність за зміну з бавовняної білизни знайдено за формулою (2.5) при процентному відношенні бавовняної білизни для готелю 4* $M = 50$ %:

$$Px/б = Pn \cdot M / 100 \quad (2.5)$$

$$Px/б = 34,7 \cdot 50 / 100 = 17,3 \text{ кг}$$

Продуктивність за зміну з махрової білизни визначено за формулою (2.6):

$$Pm = (Pn - Px/б) + 1,2 \cdot Px \quad (2.6)$$

де $Px = 10$ - кількість гостей, що щоденно користуються послугами міні-басейну та SPA-центру енотерапії (прийнято з урахуванням SPA-спеціалізації закладу).

$$Pm = (34,7 - 17,3) + 1,2 \cdot 10 = 29,3 \text{ кг}$$

Продуктивність за зміну із серветок і скатертин ресторану визначено за формулою (2.7):

$$Pc = C \cdot Nc \quad (2.7)$$

де $C = 13$ - кількість столів у залі ресторану «Грона» на 50 місць; $Nc = 0,8$ кг - норма столової білизни на один стіл.

$$Pc = 13 \cdot 0,8 = 10,4 \text{ кг}$$

Продуктивність за зміну з уніформи співробітників знайдено за формулою (2.8):

$$Py = A \cdot Ny \quad (2.8)$$

де $A = 40$ - кількість працівників готелю згідно зі штатним розписом; $Ny = 0,15$ кг - середньодобова норма прання уніформи на одного працівника.

$$Py = 40 \cdot 0,15 = 6,0 \text{ кг}$$

Необхідну продуктивність пральні за зміну визначено за формулою (2.9):

$$P = Px/б + 1,25 \cdot Pm + Pc + Py \quad (2.9)$$

$$P = 17,3 + 1,25 \cdot 29,3 + 10,4 + 6,0 = 70,3 \text{ кг/зміну}$$

При 8-годинній зміні здійснюється $\Pi = 6$ повних циклів прання, тому годинну продуктивність пральні визначено за формулою (2.10):

$$\Pi_{\text{ч}} = \Pi / \Pi \quad (2.10)$$

$$\Pi_{\text{ч}} = 70,3 / 6 = 11,7 \text{ кг/год}$$

З урахуванням правила неповного завантаження барабана продуктивність пральних машин за кількістю оброблюваної білизни визначено за формулою (2.11):

$$G = \Pi_{\text{ч}} \cdot 3 \quad (2.11)$$

де $3 = 1,3$ - коефіцієнт неповного завантаження для бавовняної білизни.

$$G = 11,7 \cdot 1,3 = 15,2 \text{ кг/год}$$

Розрахунковий сумарний об'єм барабанів пральних машин знайдено за формулою (2.12):

$$V = \Pi_{\text{ч}} \cdot 3 \cdot p \quad (2.12)$$

де $p = 10 \text{ л/кг}$ - щільність бавовняної білизни.

$$V = 11,7 \cdot 1,3 \cdot 10 \approx 152 \text{ л}$$

За результатами розрахунку прийнято дві професійні пральні машини із завантаженням по 8 кг (об'єм барабана 80 л кожна, сумарно $160 \text{ л} \geq 152 \text{ л}$), що забезпечує необхідну продуктивність $16 \text{ кг/год} \geq 15,2 \text{ кг/год}$ та резервування на випадок виходу однієї машини з ладу. Для сушіння махрових виробів прийнято одну сушильну машину на 8 кг (продуктивність за зміну $6 \cdot 8 = 48 \text{ кг}$, що перевищує змінний обсяг махрової білизни $1,25 \cdot 29,3 \approx 36,6 \text{ кг}$); пряма білизна після високошвидкісного віджиму подається безпосередньо на прасувальний каток. Прийняте устаткування пральні наведено у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Прийняте устаткування пральні готелю

№ п/п	Найменування устаткування	Кількість, шт	Габарити, мм	Площа, м ²
1	Пральна машина професійна (завантаження 8 кг)	2	700×800	1,12
2	Сушильна машина (завантаження 8 кг)	1	700×800	0,56

1	2	3	4	5
3	Прасувальний каток для прямої білизни	1	1600×600	0,96
4	Прасувальний стіл з парогенератором	1	1200×600	0,72
5	Стіл для сортування білизни з вагами	1	1200×700	0,84
6	Стіл для складання чистої білизни	1	1200×600	0,72
7	Шафа для зберігання мийних засобів	1	600×500	0,30
8	Візок для білизни (брудної / вологої / чистої)	3	600×450	0,81
	Разом площа устаткування Собл			6,03

Устаткування розміщено з дотриманням нормативних відстаней: між пральними машинами - 30–50 см, від стіни до задньої стінки пральної або сушильної машини - 50–100 см, від стіни до задньої стінки прасувального устаткування - 30–50 см. Площу приміщення пральні визначено, виходячи з площі всього прийнятого устаткування при коефіцієнті використання площі 0,25: $S_{np} = S_{обл} / 0,25 = 6,03 / 0,25 \approx 24 \text{ м}^2$. Отримане значення відповідає площі пральні, прийнятій у складі адміністративно-побутових приміщень, що підтверджує достатність запроєктованої площі для розміщення устаткування з дотриманням технологічних проходів. Таким чином, запроєктована пральня продуктивністю 70,3 кг білизни за зміну повністю забезпечує потреби готелю на 20 номерів з рестораном і SPA-центром при роботі в одну зміну та має резерв продуктивності для пікових періодів за рахунок подовження зміни до 12 годин (10 циклів прання).

2.2.6. Проектування приміщень культурно-оздоровчого призначення

Ключовими додатковими елементами концепції є SPA-центр енотерапії та дегустаційний центр з винним льохом, які за концепцією розміщуються в окремих будівлях. До цієї групи також належать виноробня з відкритою виробничою зоною, конференц-зал для майстер-класів, фітнес-зал і винна біб-

ліотека. Площа дзеркала води міні-басейну прийнята з розрахунку 0,55 м² на одне місце, площа сауни - 9,6–10 м² на одне місце (ДБН В.2.2-16). Склад і площу наведено у таблиці 2.11.

Таблиця 2.11.

Склад і площа приміщень культурно-оздоровчого призначення в готелі

№ п/п	Приміщення	Площа, м ²
1	Дегустаційний центр (зал на 30 місць)	60
2	Винний льох-погріб для витримки (дубові бочки)	42
3	Виноробня - відкрита виробнича зона	80
4	Лабораторія виноробні	14
5	SPA: ванний зал з міні-басейном	120
6	SPA: процедурні кабінети енотерапії (4 × 12 м ²)	48
7	SPA: сауна (4–6 місць)	36
8	SPA: роздягальні з душовими (чол./жін.)	28
9	SPA: кабінет масажу	16
10	Фітнес-зал	40
11	Конференц-зал / зал майстер-класів (30 місць)	38
12	Винна бібліотека-вітальня	24
Корисна площа приміщень Sk		546

2.2.7. Дизайн-концепція та стильове рішення закладу

Дизайнерські рішення винного еко-готелю «Enoterra Bessarabia» зроблено відповідно до його категорії, призначення та місця розташування. Саме інтер'єр готельного закладу надає загальний настрій і підкреслює його індивідуальність, а продумане зонування дозволяє оптимізувати роботу співробітників та рух гостей потоків.

В основу дизайн-концепції покладено ідею «бессарабської виноробної садиби». Ключовими носіями ідеї є природні матеріали регіону - світла фактурна вапняна штукатурка, черепашник і натуральний камінь, дерево теплих медових відтінків, лоза, льон та кераміка у поєднанні з винним мотивом (дубові бочки, скляні вітрини з пляшками, підвісні світильники у формі крапель, декоративні композиції з виноградної лози). Цій ідеї підпорядковано весь

комплекс рішень щодо зовнішньої композиції будівель, інтер'єрів, меблів, технічного оснащення, уніформи персоналу та рекламних засобів закладу.

Кольорове рішення побудовано на теплій природній гамі терруару. Обрано базові кольори дизайну - кремово-бежевий, пісочний і теракотовий; акцентні кольори - глибокий винний бордо та приглушене золото стиглого винограду; доповнюючі кольори - оливково-зелений і димчасто-сірий колір каменю. Така палітра забезпечує візуальну єдність усіх приміщень, асоціюється з виноробством та створює атмосферу спокою і затишку, співзвучну екопозиціонуванню закладу.

Головний корпус та окремі будівлі (виноробня, SPA-центр, дегустаційний центр) вирішено у єдиному архітектурному ключі: стіни зі світлою фактурною штукатуркою в поєднанні з кладкою з місцевого черепашнику, великі аркові вікна та засклені портали, орієнтовані на лиман і виноградник, дахи з натуральної керамічної черепиці теракотового кольору, дерев'яні пергони та тераси.

Ресторан «Грона» поєднує рустикальні елементи - відкриті дерев'яні балки перекриття з гірляндами ламп Едісона, стіни теплого тинькування, аркові вікна-двері на терасу, а також масивні дубові столи, плетені крісла з лози як данина традиційному ремеслу регіону, текстиль із натурального льону, свічки та живі трави на столах (рис. 2.1). Вечірнє тепле освітлення підтримує камерну атмосферу винних вечер та дегустаційних сетів «7 страв - 7 вин».



Рис. 2.1. Приклад дизайну ресторану «Грона»

SPA-центр енотерапії поєднує монументальність каменю з панорамним заскленням на лиман: чаша ванни, виточена з натурального каменю, підлога з великоформатних кам'яних плит з підігрівом, стіни глибокого виноградного відтінку, декоративні дубові бочки як носії винної тематики, зона релаксації з низькими диванами та свічкове освітлення у поєднанні з прихованою підсвіткою (рис. 2.2). Інтер'єр підкреслює природний, оздоровчий характер процедур на поліфенолах винограду й артезіанській воді.



Рис. 2.2. Приклад дизайну SPA-центру енотерапії

Дегустаційний центр (винний зал) вирішено у стриманій «монастирській» стилістиці винних льохів: кам'яні аркові склепіння, довгий дегустаційний стіл з масиву горіха з інтегрованою LED-підсвіткою стільниці, високі барні стільці, енотека вин та локальне акцентне освітлення (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Приклад дизайну дегустаційного центру (винного залу)

Номерний фонд виконано у трьох стилістичних лініях, що різняться акцентним кольором текстилю й декору: винно-бордовий, солом'яно-золотавий, сливово-теракотовий відповідно.

Загальні підходи до інтер'єру номерів такі: стіни - світла фактурна декоративна штукатурка на вапняній основі; стеля - біле матове фарбування, у номерах підвищеної категорії з відкритими дерев'яними балками; підлога - дошка з дуба теплого тону з вовняними килимами у зоні ліжка; меблі - з масиву та шпону дуба простих сучасних форм; текстиль - льон і бавовна природних відтінків, покривала й декоративні подушки в кольорі стилістичної лінії (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Приклад дизайну номера готелю

Вестибюльна група вирішена як простір-«візитівка» садиби: аркові прорізи та склепіння з фактурною штукатуркою, підлога з теракотової плитки, стійка рецепції з масиву дерева з фасадом зі старених винних дощок, м'яка лаунж-зона з диванами в лляних чохлах, живі рослини у теракотових кашпо та каскадна люстра з підвісних плафонів янтарного скла, що асоціюються з гронами (рис. 2.5). Поруч розміщено фірмову крамницю вин і винної косметики, вітрини якої виконано з дерева й тонованого скла.



Рис. 2.5. Приклад дизайну вестибюля (зони прийому)

Рекламні засоби на території закладу побудовано навколо фірмового логотипа (рис. 2.6): монограма «ЕВ», інтегрована з силуетом винного келиха та обрамлена виноградною лозою з гронами, напис «ENOTERRA Bessarabia» та слоган «Taste. Relax. Stay.». Колористичне рішення логотипа - глибокий винний бордо в поєднанні із золотисто-гірчичним - повторює акцентну гаму інтер'єрів.



Рис. 2.6. Логотип винного готелю «Enoterra Bessarabia»

Логотип розміщується на головному фасаді у вигляді об'ємних літер з латуні з м'якою контражурною LED-підсвіткою; вивіска при в'їзді виконується на щиті з масиву дуба з гравіюванням та точковим підсвічуванням, що технічно вирішено вологозахищеними світильниками класу IP65.

Елементами декору слугують авторська графіка з винними мотивами, композиції з висушеної лози та фірмова косметика готелю на основі виноградних кісточок. Штучне освітлення номерів вирішено багаторівнево: за-

гальне розсіяне освітлення, локальні бра біля ліжка, настільна лампа робочого столу та підсвітка дзеркала; у номерах «люкс» і апартаменті додатково застосовано декоративні торшери й підвісні світильники, відповідно до вимог ДБН В.2.5-28.

Уніформу персоналу витримано у фірмовій гамі: для служби прийому - костюми димчасто-сірого кольору з шийними хустками винного відтінку та значком-логотипом; для ресторану - фартухи з натурального льону кольору бордо з вишитою емблемою; для SPA-центру - світлий бавовняний одяг вільного крою. Технічне оснащення (системи кондиціонування, телевізори, міні-бари, освітлювальні прилади) підібрано у нейтральних кольорах і максимально інтегровано в інтер'єр, щоб не порушувати природну стилістику приміщень.

Заходи з благоустрою території передбачають:

- комбінований паркан: цоколь і стовпи з місцевого черепашника заввишки 0,6 м, секції з дерев'яного штахетника природного тону загальною висотою 1,6 м; з боку лиману - низька жива огорожа без глухих секцій для збереження краєвидів;

- головні підходи з пиляного каменю-пісковика та клінкерної бруківки завширшки 1,5–2,0 м, прогулянкові доріжки виноградником і до пляжу - гравійні з дерев'яними настилами-деками завширшки 1,2 м;

- збереження існуючого саду та виноградника як головного елемента ландшафту; алейні посадки платанів уздовж під'їзної дороги, групи лаванди, розмарину й злакових трав біля будівель, витка лоза на перголах; газони - лучного типу з посухостійких трав відповідно до еко-концепції;

- низькі паркові боларди (0,8–1,0 м) з теплим світлом уздовж доріжок, ґрунтові акцентні світильники для підсвітки дерев і фасадів, гірлянди на терасах; усе освітлення енергоощадне (LED), із живленням частково від сонячних панелей та мінімізацією світлового забруднення природного парку;

- дерев'яні перголи з витким виноградом, альтанки для дегустацій просто неба, тераса-солярій біля пляжу, оглядовий дерев'яний настил з видом на

лиман, лавки з масиву дуба та декоративні дубові бочки-кашпо; передбачено дитячий ігровий майданчик з натуральних матеріалів та майданчик для настільного тенісу в зоні відпочинку.

Отже, у технологічному розділі обґрунтовано склад інфраструктури та номерного фонду, розраховано місткість (34 місця), обладнання й меблі номерів, площі всіх функціональних груп приміщень (площа головного корпусу - 1 994 м², а сумарна площа нового будівництва з урахуванням SPA-центру та дегустаційного центру - 2 458 м²), визначено обсяг інвестицій (91 064,7 тис. грн) та спрогнозовано показники експлуатаційної програми на три роки, а також запропоновано дизайн-концепцію та стильове рішення інтер'єрів і екстер'єру закладу.

2.2.8. Розрахунок загальної площі об'єкта та розподіл приміщень по поверхах

Корисну площу готелю (S_k) визначено як суму площ усіх приміщень для сервісно-виробничого процесу, за винятком технічних. Робочу площу закладу обчислено за формулою (2.13):

$$S_p = S_k \cdot K_1 = 1549 \cdot 1,25 = 1936 \text{ м}^2 \quad (2.13)$$

де $K_1 = 1,25$ - коефіцієнт збільшення площі для невеликих закладів високого класу.

У розрахунку корисної площі S_k використано мінімальні розрахункові площі номерів (476 м²); збільшення фактичних площ номерів до 744 м² здійснено в межах резерву площі на коридори та допоміжні приміщення, закладеного коефіцієнтом K_1 , і не змінює загальної площі будівлі.

Загальну площу будівлі (з урахуванням сходів, шахт, ліфтів) визначено за формулою (2.14):

$$S_{\text{заг}} = S_p \cdot k_2 = 1936 \cdot 1,03 = 1995 \text{ м}^2 \quad (2.14)$$

де $k_2 = 1,03$ - коефіцієнт збільшення площі для закладів високого класу. Будівля головного корпусу проектується триповерховою ($n = 3$): перший поверх - вестибюльна група, ресторан та адміністративно-побутові приміщення;

другий і третій - житлові. SPA-центр і дегустаційний центр з виноробнею розміщуються в окремих будівлях. Площу поверху визначено за формулою (2.15):

$$S_{нов} = S_{заг} / n = 1995 / 3 = 665 \text{ м}^2 \quad (2.15)$$

Геометричні розміри поверху розраховано за формулою (2.7): $a \cdot b = S_{пов}$. При ширині $b = 18$ м довжина становить $a \approx 37$ м; з урахуванням компонування приймаємо габарити будівлі 36×18 м.

$$a \cdot b = S_{нов}; 36 \cdot 18 \approx 665 \text{ м}^2 \quad (2.16)$$

Розподіл приміщень готелю по поверхах наведено у таблиці 2.12. Площа приміщень на кожному поверсі є практично однаковою, що відповідає вимогам раціонального планування.

Таблиця 2.12.

Розподіл приміщень готелю по поверхах

№ п/п	Приміщення	Площа, м ²
1 поверх (адміністративно-вестибюльний)		
1	Вестибюльна група приміщень	165
2	Ресторан «Грона» з винним баром	240
3	Адміністративно-побутові приміщення	122
4	Коридори, сходи, технічні приміщення 1 поверху	138
Всього на 1 поверсі		665
2 поверх (житловий)		
1	Житлові номери (11 од.: апартамент, люкс, напівлюкс, 4 двомісні та 4 одномісні I кат.)	444
2	Коридори, хол поверху, побутове обслуговування	221
Всього на 2 поверсі		665
3 поверх (житловий)		
1	Житлові номери (9 од.: напівлюкс, 8 двомісних I категорії)	300
2	Коридори, хол поверху, побутове обслуговування	365
Всього на 3 поверсі		665

Відсоток відхилення між площами поверхів не перевищує 5 %, що свідчить про збалансованість об'ємно-планувального рішення. SPA-центр

енотерапії (268 м²) та дегустаційний центр (196 м²) споруджуються як окремі одноповерхові будівлі, з'єднані з головним корпусом критими переходами.

2.3. Розрахунок інвестиційних витрат

Реалізація проєкту передбачає придбання наявного майнового комплексу (садиби) на першій лінії Дністровського лиману в с. Красна Коса з готовими виробничими активами та подальше будівництво готельного комплексу - корпусу готелю, SPA-центру й дегустаційного центру.

Вартість майнового комплексу прийнято на рівні 270 000 дол. США, що за курсом 44,0 грн/дол. США (НБУ, травень 2026 р.) становить $IЗ = 270\,000 \cdot 44,0 = 11\,880,0$ тис. грн.

Суму інвестицій у будівництво розраховано за формулою (2.17):

$$ІБ = В \cdot П \quad (2.17)$$

де В - середня вартість будівництва 1 м², грн; П - площа нового будівництва, м².

Будівництву підлягають головний триповерховий корпус готелю (1995 м²), окрема будівля SPA-центру енотерапії (268 м²) та окрема будівля дегустаційного центру (196 м²).

Отже, загальна площа нового будівництва становить $П = S_{\text{буд}} = 1994 + 267 + 196 = 2458$ м². З урахуванням того, що допоміжні одноповерхові будівлі простіші та дешевші за капітальний корпус готелю, середню вартість будівництва 1 м² по комплексу прийнято $В \approx 25,0$ тис. грн/м² (≈ 568 у.о./м² за курсом 44,0 грн/дол. США):

$$ІБ = 24,985 \cdot 2458 = 61\,415,2 \text{ тис. грн}$$

Суму інвестицій у додаткові основні засоби обчислено за формулою (2.18):

$$ІОЗ = ВУ + ВМ + ВТ \quad (2.18)$$

де ВУ - покупна вартість устаткування; ВМ - вартість монтажу (10 % від ВУ); ВТ - транспортні витрати (5 % від ВУ).

Розрахунок покупної вартості меблів та устаткування наведено у таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Розрахунок покупної вартості устаткування

Найменування	Кількість	Вартість одиниці, тис. грн	Вартість всього, тис. грн
Ліжко двоспальне 160×200 (преміум)	16	22,0	352,0
Ліжко односпальне 90×200	4	12,0	48,0
Диван (апарт., люкс, напівлюкс)	4	28,0	112,0
Крісло м'яке	6	9,0	54,0
Шафа для одягу з поличкою	5	14,0	70,0
Поличка для багажу з вішалкою	16	2,5	40,0
Тумбочка приліжкова	36	4,0	144,0
Стіл (письмовий / робочий)	16	7,0	112,0
Стілець	32	3,0	96,0
Журнальний столик	4	6,0	24,0
Телевізор кольоровий	22	18,0	396,0
Міні-бар / холодильник	6	10,0	60,0
Кухня-ніша апартаменту (плита, чайник, сервізи, посуд)	1	120,0	120,0
Кухонна ніша (стільніця з мийкою, міні-холодильник)	20	16,0	320,0
Міні-сейф	20	4,0	80,0
Кондиціонер (спліт-система)	20	15,0	300,0
Сантехкомплект номера (ванна/душ, унітаз, біде, умивальник)	21	30,0	630,0
Дзеркала, телефони та аксесуари номерів (компл. на номер)	20	3,0	60,0
Комплект освітлення номера (світильники, бра)	20	9,0	180,0

Продовження табл.2.13

1	2	3	4
Текстиль номера (штори, килими, постіль, рушники)	20	18,0	360,0
Устаткування ресторану «Грона» (кухня, бар, зал)	1	1 850,0	1 850,0
Винна виноробня – ємності, преси, дубові бочки, лінія	1	2 400,0	2 400,0
SPA-центр енотерапії – ванни, басейн, сауна, кушетки	1	1 950,0	1 950,0
Дегустаційний центр – меблі, винні шафи, обладнання	1	620,0	620,0
Меблі та обладнання вестибюльної групи й рецепції	1	480,0	480,0
Меблі адмін.-побутових приміщень, оргтехніка	1	420,0	420,0
Пральне та прасувальне устаткування	1	540,0	540,0
Фітнес-зал, конференц-зал, бібліотека (обладнання)	1	560,0	560,0
Система безпеки, СКУД, відеонагляд, Wi-Fi-мережа	1	380,0	380,0
Мікроавтобус для трансферу та екскурсій (18 місць)	1	2 200,0	2 200,0
Всього (ВУ)			14 958,0

Отже, вартість монтажу ВМ = $10 \% \cdot 14\,958 = 1\,495,8$ тис. грн; транспортні витрати ВТ = $5 \% \cdot 14\,958 = 747,9$ тис. грн. Тоді ІОЗ = $14\,958 + 1\,495,8 + 747,9 = 17\,201,7$ тис. грн.

Суму інвестицій у рекламу та маркетинг прийнято, виходячи зі стратегії просування закладу та орієнтовних ринкових цін, наведених у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14

Вартість інвестицій в маркетинг та рекламу

Перелік витрат	Сума, грн
1. Брендбук та айдентика	5 000 – 20 000
2. Дизайн інтер'єру	200 грн/м ²
3. Розробка промо-сайту	10 000 – 20 000
4. СЕО-оптимізація сайту	5 000 – 10 000
5. Контекстна реклама	5 000 – 10 000
6. Реклама в соціальних мережах	12 000 – 20 000
7. Дизайн поліграфії	5 000 – 10 000
8. Друк поліграфії	5 000 – 10 000
9. Удосконалення сайту	5 000 – 10 000

На основі стратегії просування винного готелю (власний сайт, Booking.com, соціальні мережі, колаборації з інфлюенсерами, участь у гастрофестивалях) сформовано перелік фактичних інвестицій у рекламу та маркетинг (таблиця 2.15).

Таблиця 2.15

Інвестиції в рекламу та маркетинг

Найменування заходу	Вартість заходу, тис. грн
Брендбук та фірмова айдентика	18.0
Дизайн інтер'єру (200 грн/м ² × S _{заг})	398.8
Розробка промо-сайту	18.0
СЕО-оптимізація сайту	9.0
Контекстна реклама (запуск)	10.0
Реклама в соціальних мережах (Instagram, Facebook, TikTok)	18.0
Дизайн поліграфії	9.0
Друк поліграфії та сувенірної продукції	10.0
Колаборації з інфлюенсерами та винними блогерами	25.0
Фотозйомка та відеоконтент закладу	22.0
Участь у гастрофестивалях та подієвий маркетинг	30.0
Всього	567,8

Загальні інвестиційні витрати для реалізації концепції винного готелю «Enoterra Bessarabia» зведено у таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

Загальні інвестиції для реалізації концепції

Показник	Сума, тис. грн
1. Витрати на придбання земельної ділянки	11 880,0
2. Витрати на будівництво	61 415,2
3. Витрати на устаткування	14 958,0
4. Витрати на монтаж	1 495,8
5. Витрати на транспортування	747,9
6. Витрати на рекламу та маркетинг	567,8
Всього	91 064,7

Таким чином, загальний обсяг інвестицій для реалізації проєкту винного готелю на 20 номерів становить 91 064,7 тис. грн ($\approx 91,1$ млн грн), де визначальну частку складають витрати на будівництво (близько 67,4 %) та придбання земельної ділянки у курортній зоні (близько 13,0 %), а специфічні елементи концепції - виноробня, SPA-центр енотерапії та дегустаційний центр - формують суттєву частину вартості устаткування.

2.4. Технологія і організація обслуговування на готельних підприємствах

Головна функція готельного підприємства - надання тимчасового житла, тому організація обслуговування у винному еко-готелі «Enoterra Bessarabia» спрямована на максимальне задоволення потреб гостей і має чітку структуру. У готелі сформовано набір служб, обов'язкових для засобу розміщення категорії 4 зірки: адміністративно-управлінська служба, служба прийому і розміщення (СПіР) з функцією бронювання, служба управління номерним фондом, служба організації харчування (ресторан «Грона», рум-сервіс), фінансово-комерційна служба, інженерно-експлуатаційна служба, а також специфічні для концепції підрозділи - виноробня, дегустаційний центр і SPA-центр енотерапії. З огляду на камерну місткість готелю (20 но-

мерів, 34 місця) застосовано принцип поєднання суміжних функцій в одному підрозділі, що дозволяє оптимізувати штат без зниження якості сервісу.

2.4.1. Технологія і організація обслуговування гостей службою СПіР і бронювання

Технологія обслуговування гостей у готелі характеризується циклічністю - послідовним повторенням процесу обслуговування гостя від часу його прибуття до остаточного від'їзду. Технологічний цикл обслуговування в «Enoterra Bessarabia» поділяється на чотири етапи:

- бронювання (Reservation);
- прибуття гостя в готель (Arrival), реєстрація та розміщення (Accommodation);
- проживання й обслуговування гостя в готелі (Staying);
- виїзд і остаточна оплата гостем послуг готелю (Departure).

Організація бронювання. У готелі застосовуються такі організаційні форми бронювання: пряме бронювання через власний сайт із модулем онлайн-бронювання та миттєвим підтвердженням; бронювання через глобальні онлайн-платформи (Booking.com, Airbnb); телефонне бронювання та бронювання електронною поштою через сервіс-центр; агентське бронювання через туроператорів - партнерів маршруту «Дорога вина та смаку»; корпоративне бронювання для MICE-заходів і камерних весіль (до 40 осіб). За типами використовується гарантоване бронювання (з передоплатою або гарантією банківською карткою, що є пріоритетним у високий сезон) та негарантоване бронювання зі збереженням номера до 18:00 дня заїзду в низький сезон.

Технологія бронювання місць у готелі здійснюється за такою схемою: 1) надходження заявки (сайт, ОТА-канал, телефон, e-mail); 2) перевірка наявності номерів обраної категорії у календарі завантаження (шахматці) PMS-системи готелю; 3) внесення даних гостя та побажань (стилістична лінія номера «Каберне», «Шардоне» чи «Мерло», додаткові послуги - дегустація, SPA-програма, трансфер); 4) підтвердження вартості та умов ануляції; 5) от-

римання передоплати (для гарантованого бронювання); 6) формування та надсилання гостю «Підтвердження бронювання» електронною поштою; 7) внесення броні до графіка завантаження номерного фонду. Використання єдиної PMS-системи з channel-менеджером виключає подвійні бронювання та синхронізує всі канали продажу в режимі реального часу.

Служба прийому і розміщення. Відповідно до «Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг», затверджених наказом Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 р. № 19, служба СПіР надає гостям послуги з прийому, реєстрації, розміщення та виписки, веде облік зайнятості й використання номерного фонду. Організаційна структура служби в «Enoterra Bessarabia» відповідає камерному бутік-формату: керівник служби (старший адміністратор), адміністратори-порт'є (позмінна робота 2/2 із цілодобовим чергуванням стійки рецепції), нічний аудитор (функцію виконує нічний адміністратор), співробітник сервіс-центру, який поєднує функції консьєржа та менеджера з бронювання. Функції швейцара й підношення багажу покладено на чергового адміністратора та працівника служби безпеки.

Професійні вимоги до персоналу СПіР готелю категорії 4 зірки включають: вищу або фахову передвищу освіту у сфері готельно-ресторанної справи; володіння державною та англійською мовами (для сервіс-центру - додатково однією з європейських мов з огляду на іноземних еногастротуристів); знання PMS-системи, правил розрахунково-касових операцій, основ протоколу та етикету; знання винної карти регіону та програм готелю на рівні, достатньому для первинного консультування гостей; охайний зовнішній вигляд і носіння фірмової уніформи.

Технологія обслуговування гостей службою СПіР при заїзді передбачає таку послідовність заповнення технологічної документації: зустріч і привітання гостя; перевірка бронювання; заповнення гостем анкети проживаючого (форма № 1-Г) на підставі документа, що посвідчує особу; реєстрація іноземних громадян згідно з чинним законодавством; оформлення реєстра-

ційної картки та візитної картки гостя (форма № 3-Г) із зазначенням прізвища, номера кімнати й термінів проживання; видача електронного ключа; інформування про режим роботи ресторану «Грона», SPA-центру та дегустаційного центру; супровід до номера. Розрахунок при виїзді здійснюється за формою № 4-Г (рахунок) з оплатою готівкою, банківською картою або за безготівковим розрахунком для корпоративних клієнтів; час розрахункової години - 12:00.

Особливістю обслуговування в «Enoterra Bessarabia» є привітальний ритуал у стилістиці концепції: кожному гостю при заселенні пропонується келих вина власного виробництва або артезіанська вода, а в номері на гостя чекає комплімент - міні-сет регіональних продуктів. Це формує перше враження, що відповідає позиціонуванню закладу «від лози до келиха».

2.4.2. Технологія і організація функціонування служби номерного фонду

Служба номерного фонду (Housekeeping) є найчисельнішою службою готелю та забезпечує надання послуг у номерах, необхідний санітарно-гігієнічний стан і комфорт номерів та приміщень загального користування, контроль за станом обладнання номерів і постільною білизною. Організаційно-функціональна структура служби в «Enoterra Bessarabia» включає: керівника служби (старша покоївка), покоївок (позмінна робота з розрахунку норми прибирання 10–12 номерів на зміну), прибиральницю приміщень загального користування та SPA-центру, кастеляншу (працівник білизняної) та працівника пральні. Клінінгова служба працює за поверховим принципом: за кожною покоївкою закріплюється житловий поверх (10 номерів), що підвищує персональну відповідальність за стан закріплених номерів.

Технологія обслуговування номерів передбачає такі види прибирання: щоденне поточне прибирання (провітрювання, заміна рушників за еко-програмою - на прохання гостя, поповнення міні-бару й косметики, волога обробка поверхонь і санвузла); проміжне вечірнє прибирання з підготовкою

ліжка до сну (turn-down service) у номерах категорій апартамент, люкс і напівлюкс; генеральне прибирання після виїзду гостя з повною заміною постільної білизни; періодичне генеральне прибирання (миття вікон, хімчистка килимів і текстилю) - щомісяця та в міжсезоння. Позачергове прибирання номера виконується на вимогу гостя протягом 20 хвилин після звернення до рецепції або через QR-сервіс у номері.

Побутові послуги служби включають прання та хімчистку за замовленням: гість заповнює бланк-замовлення й залишає речі у фірмовому пакеті; покоївка передає замовлення до пральні готелю (експрес-виконання - до 6 годин, стандартне - до доби); речі, що потребують професійної хімчистки, передаються партнерському підприємству в м. Білгород-Дністровський із виконанням до 48 годин. Додатково служба забезпечує прасування, дрібний ремонт одягу, чищення взуття, надання праски, додаткових подушок, дитячого ліжечка.

Контроль якості здійснюється за чек-листами: старша покоївка перевіряє кожен номер після генерального прибирання та вибірково - після поточного. Обіг постільної білизни організовано за принципом «чиста білизна в обмін на брудну» через білизняну кімнату; запас білизни становить три комплекти на кожне спальне місце. Відповідно до еко-концепції готелю використовуються сертифіковані біорозкладні мийні засоби, білизна з натуральних тканин, а програма повторного використання рушників скорочує - споживання води й енергії.

2.4.3. Організація і функції фінансово-комерційної та інженерно-експлуатаційної служб у готелі

Фінансово-комерційна служба відповідає за фінансове забезпечення діяльності готелю, облік доходів і витрат, комерційну політику та завантаження номерного фонду. Загальними функціями служби є: ведення єдиного фінансового обліку доходів усіх точок продажу (номерний фонд, ресторан «Грона», SPA-центр, дегустаційний центр, енотека, фірмова крамниця); приймання звітів від касирів торгових точок; розрахунок і виплата заробітної

плати; податкова звітність; бюджетування й контроль витрат; управління тарифною політикою (сезонні тарифи, пакетні пропозиції «проживання + дегу-стація + SPA»); маркетинг і продажі (робота з OTA-каналами, туроператора-ми, корпоративними клієнтами, просування в соціальних мережах); аналіз показників ефективності - завантаження, ADR, RevPAR.

З огляду на місткість готелю (20 номерів) та лінійно-функціональну структуру управління службу організовано компактно: головний бухгалтер, бухгалтер-касир та менеджер із продажів і маркетингу, підпорядковані без-посередньо директору. Частину функцій (юридичний супровід, IT-підтримка, SMM-просування) передано на аутсорсинг, що є раціональним для підприєм-ства такої місткості. Комерційна робота має виражену сезонну специфіку: у високий сезон пріоритетом є управління тарифами й прямими продажами, у низький - просування SPA-програм, винних вечер, корпоративних подій і турів, що згладжує сезонність доходів.

Інженерно-експлуатаційна служба створює умови для функціонування систем життєзабезпечення готелю та відповідає за безперебійну роботу інже-нерного обладнання. До загальних функцій служби належать: технічне об-слуговування систем опалення, водопостачання (включно з артезіанською свердловиною), водовідведення, вентиляції та кондиціонування; обслуго-вування електрогосподарства, сонячних електропанелей і системи збору до-щової води; поточний ремонт номерного фонду, меблів та обладнання; об-слуговування технологічного обладнання виноробні, SPA-центру (басейн, сауна, водопідготовка) та ресторану; контроль систем пожежної сигналізації й оповіщення; благоустрій території, догляд за виноградником спільно з ви-норобом, обслуговування причалу та пляжної зони.

Службу очолює головний інженер (завідувач господарства), у підпо-рядкуванні якого перебувають технік-універсал (електрик-сантехнік), робіт-ник з комплексного обслуговування будівель і садівник-озеленювач. Сезонні пікові роботи (підготовка до сезону, обслуговування басейну) та вузькос-пеціалізовані роботи (ліфтове господарство, перевірка лічильників, обслуго-

ування холодильного обладнання) виконуються за договорами зі спеціалізованими організаціями. Така організація інженерно-експлуатаційної служби відповідає місткості, категорії та спеціалізації готелю: невеликий постійний штат забезпечує щоденну експлуатацію, а аутсорсинг - виконання складних регламентних робіт, що мінімізує постійні витрати без ризику для безпеки й комфорту гостей.

Таким чином, технологія й організація обслуговування в готелі «Enoterra Bessarabia» побудована за класичним чотириетапним циклом гостювального обслуговування з адаптацією структури служб до камерного бутік-формату: поєднання суміжних функцій, цілодобова робота СПіР, поверховий принцип роботи служби номерного фонду, компактні фінансово-комерційна та інженерно-експлуатаційна служби з частковим аутсорсингом. Це забезпечує відповідність сервісу вимогам категорії 4 зірки за раціональної чисельності персоналу.

2.5. Показники експлуатаційної програми готелю

Експлуатаційна програма готелю характеризує потенційний та плановий обсяг надання основної послуги - розміщення. Розрахунок показників виконано за алгоритмом, наведеним у методичних вказівках, для проєктного номерного фонду 20 номерів.

Одноразова місткість характеризує кількість інвентарних місць готелю та визначається за формулою (2.19):

$$O_m = \sum K_{но.м} \cdot \chi_{i,м} \quad (2.19)$$

де O_m - одноразова місткість; $K_{но.м}$ - кількість номерів кожної категорії; $\chi_{i,м}$ - число постійних (інвентарних) місць у кожному номері.

$$O_m = 1 \cdot 2 + 1 \cdot 2 + 2 \cdot 1 + 12 \cdot 2 + 4 \cdot 1 = 34 \text{ місця}$$

Можлива пропускна спроможність характеризує чисельність гостей, що можуть бути обслужені з урахуванням кількості інвентарних місць за відсутності простоїв, і визначається за формулою (2.20):

$$ПС_m = O_m \cdot \chi_{д,р} \quad (2.20)$$

де $ПС_m$ - можлива пропускна спроможність; $Ч_{д.р} = 365$ днів - кількість календарних днів роботи готелю (заклад працює цілорічно).

$$ПС_m = 34 \cdot 365 = 12\,410 \text{ людино-днів}$$

Пропускна спроможність ураховує простой, пов'язані з капітальним ремонтом і реконструкцією, та визначається за формулою (2.21):

$$ПС = ПС_m - K_{к.р} \quad (2.21)$$

де $K_{к.р}$ - кількість людино-днів перебування номерного фонду в капітальному ремонті та реконструкції (середній показник - 14 днів на рік):
 $K_{к.р} = 14 \cdot O_m = 14 \cdot 34 = 476$ людино-днів.

$$ПС = 12\,410 - 476 = 11\,934 \text{ людино-доби}$$

Планова пропускна спроможність ураховує планові простой з об'єктивних причин і визначається за формулою (2.22):

$$ПС_{ПЛ} = ПС - K_{п.р} - K_{с.о} - K_{ін} \quad (2.22)$$

де $K_{п.р}$ - простой під плановим ремонтом (4 доби): $K_{п.р} = 4 \cdot 34 = 136$ людино-днів; $K_{с.о}$ - простой з причин санітарної обробки номерів та підготовки їх до заселення (25 %): $K_{с.о} = 25 \cdot O_m = 850$ людино-днів; $K_{ін}$ - простой з інших об'єктивних причин (5 %): $K_{ін} = 5 \cdot O_m = 170$ людино-днів.

$$ПС_{ПЛ} = 11\,934 - 136 - 850 - 170 = 10\,778 \text{ людино-днів}$$

Середня місткість характеризує середню кількість інвентарних місць у готелі за рік і визначається за формулою (2.23):

$$\bar{M} = (M_n \cdot t_1 + M_k \cdot t_2) / T \quad (2.23)$$

де M_n, M_k - кількість місць в експлуатації відповідно на початок і кінець періоду; t_1, t_2 - термін перебування місць в експлуатації; $T = 365$ днів. Оскільки протягом року зміни номерного фонду не передбачено:

$$\bar{M} = 34 \cdot 365 / 365 = 34 \text{ місця}$$

Плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду визначено за формулою (2.24):

$$K_{з(пл)} = ПС_{ПЛ} / ПС \quad (2.24)$$

$$K_{з(пл)} = 10\,778 / 11\,934 = 0,90$$

Отже, з урахуванням усіх нормативних простоїв технічно досяжне максимальне завантаження номерного фонду становить 90 %.

Звітний коефіцієнт завантаження та рівень завантаження номерного фонду визначаються за формулами (2.25) і (2.25):

$$K_{з(зв)} = \Phi_{л/д} / ПС \quad (2.26)$$

$$P_z = \Phi_{л/д} : ПС \cdot 100 \quad (2.26)$$

де $\Phi_{л/д}$ - фактично надана кількість людино-діб (загальний час перебування гостей).

Для проекту прийнято поступове нарощування завантаження щодо інвентарної кількості ліжко-діб (12 410): 45 % у перший рік роботи (етап виходу на ринок), 58 % - у другий та 68 % - у третій рік.

Кількість наданих людино-діб становить відповідно: $\Phi_{л/д1} = 12\,410 \cdot 0,45 = 5\,584$; $\Phi_{л/д2} = 12\,410 \cdot 0,58 = 7\,198$; $\Phi_{л/д3} = 12\,410 \cdot 0,68 = 8\,439$ людино-діб.

Рівень використання пропускної спроможності за формулою (2.20) становить: $P_{з1} = 5\,584 : 11\,934 \cdot 100 = 46,8\%$; $P_{з2} = 7\,198 : 11\,934 \cdot 100 = 60,3\%$; $P_{з3} = 8\,439 : 11\,934 \cdot 100 = 70,7\%$, що не перевищує технічно досяжного рівня 90 %.

Середній тариф за ліжко-добу прийнято з поступовим зростанням: 3 500 грн у перший рік, 4 000 грн - у другий, 4 500 грн - у третій. Чистий дохід від реалізації ліжко-діб визначено як добуток кількості наданих людино-діб на середній тариф: $5\,584 \cdot 3\,500 = 19\,544,0$ тис. грн; $7\,198 \cdot 4\,000 = 28\,792,0$ тис. грн; $8\,439 \cdot 4\,500 = 37\,975,5$ тис. грн.

Як свідчать розрахунки, за рахунок диверсифікації послуг (енотуризм, енотерапія, ресторан, дегустації) та цілорічної моделі роботи готель досягає коефіцієнта завантаження 68 % уже на третій рік, а чистий дохід від реалізації ліжко-діб зростає з 19 544,0 тис. грн у перший рік до 37 975,5 тис. грн у третій. Без урахування доходів від супутніх послуг (SPA, виноробня, ресторан для зовнішніх відвідувачів), які у сегменті 4 зірки додають 50–70 % ви-

ручки, проєкт демонструє позитивну динаміку та інвестиційну привабливість. Результати розрахунків зведено у таблиці 2.17.

Таблиця 2.17

Аналіз показників виробничої програми готелю

№	Показники	1 рік	2 рік	3 рік
1	Одноразова місткість, місць	34	34	34
2	Кількість ліжко-діб в інвентарі, л-д	12 410	12 410	12 410
3	Кількість простоїв, л-д	6 826	5 212	3 971
4	Кількість л-д в експлуатації (наданих), л-д	5 584	7 198	8 439
5	Коефіцієнт завантаження, %	45	58	68
6	Рівень використання пропускної спроможності, %	46,8	60,3	70,7
7	Середній тариф, грн	3 500	4 000	4 500
8	Чистий дохід від реалізації ліжко-діб, тис. грн	19 544,0	28 792,0	37 975,5

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗДІЛ

3.1. Розробка раціональної організаційної структури управління та штатний розпис

Для винного готелю «Enoterra Bessarabia» обрано лінійно-функціональну організаційну структуру управління, яка є оптимальною для невеликого спеціалізованого засобу розміщення категорії 4 зірки. На чолі підприємства перебуває директор, якому безпосередньо підпорядковані функціональні служби: служба прийому та розміщення, служба експлуатації номерного фонду (поверховий персонал), служба харчування (ресторан «Грона» і бар), спеціалізований еногастрономічний блок (виноробня, дегустаційний центр, SPA-центр енотерапії), адміністративно-управлінська та інженерно-технічна служби. Така структура забезпечує чітку підпорядкованість, швидке ухвалення рішень та гнучкість, властиву бутік-форматам.

Кількість персоналу визначено виходячи з потужності готелю (20 номерів, 34 місця), наявності власного ресторану, виноробні, дегустаційного й SPA-центру, а також цілорічного режиму роботи. Чисельність поверхового персоналу (покоївок) розраховано за нормами обслуговування. Норму обслуговування одного працівника за зміну визначено за формулою (3.1):

$$H_o = T_{зм} / T_{но} \quad (3.1)$$

де $T_{зм} = 480$ хв - змінний фонд робочого часу (8 год); $T_{но} \approx 36$ хв - норма часу на обслуговування одного номера готелю категорії 4 зірки з урахуванням додаткових функцій.

$$H_o = T_{зм} / T_{но} = 480 / 36 \approx 13 \text{ номерів}$$

Явочна чисельність покоївок становить $Ч_я = 20 / 13 \approx 2$ особи за зміну. Облікову чисельність визначено за формулою (3.2):

$$Ч_{об} = Ч_я \cdot K_n \quad (3.2)$$

де $K_n = 1,4$ - коефіцієнт, що враховує заплановані невиходи (відпустки, лікарняні); з урахуванням графіка роботи 2/2 облікова чисельність покоївок

прийнята на рівні 4 осіб. Чисельність персоналу за іншими посадами визначено за категорією готелю та обсягом послуг.

$$Чоб = Чя \cdot Кн = 2 \cdot 1,4 \cdot 1,4 \approx 4 \text{ особи}$$

Рекомендоване співвідношення між категоріями працівників (адміністративно-управлінський - 10...15 %, виробничий - 60...65 %, допоміжний - 25...30 %) у проєкті дотримано: адміністративно-управлінський персонал - 5 осіб (12,5 %), виробничий (операційний) - 25 осіб (62,5 %), допоміжний - 10 осіб (25 %). Загальна чисельність персоналу - 40 осіб. Штатний розпис наведено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Штатний розпис працівників закладу

Посада (тарифний розряд)	Кількість посадових одиниць	Зайнятість (постійно / тимчасово)
Адміністративно-управлінський персонал		
Директор готелю	1	постійно
Заступник директора (менеджер готелю)	1	постійно
Менеджер з маркетингу та продажів	1	постійно
Бухгалтер	1	за сумісництвом
Менеджер з персоналу	1	постійно
Виробничий (операційний) персонал		
Адміністратор служби прийому та розміщення	4	постійно
Консьєрж	1	постійно
Покоївка	4	постійно
Шеф-кухар	1	постійно
Кухар	3	постійно
Офіціант	4	постійно
Бармен-сомельє	2	постійно
Сомельє-дегустатор	1	постійно

Продовження табл. 3.1

Посада (тарифний розряд)	Кількість посадових одиниць	Зайнятість (постійно / тимчасово)
Винороб-технолог	1	постійно
SPA-енотерапевт (майстер)	2	постійно
Масажист	2	постійно
Допоміжний персонал		
Інженер з експлуатації будівлі	1	постійно
Робітник пральні	1	постійно
Прибиральник громадських приміщень	2	постійно
Садівник-двірник	1	постійно
Охоронець	3	постійно
Водій-постачальник	1	постійно
Комірник (склад, виноробня)	1	постійно
Всього	40	

3.2. Розрахунок фонду оплати праці

На основі штатного розпису розраховано фонд оплати праці за день та за місяць. Тарифи заробітної плати прийнято відповідно до актуального рівня оплати праці у готельно-ресторанній сфері України станом на 2026 рік (з урахуванням даних спеціалізованих сайтів вакансій). Оскільки обслуговуючий персонал працює позмінно (графіки 2/2, 3/3, доба/три), розрахунок виконано на день із подальшим переведенням у місячний фонд (у середньому 30,5 робочих днів). Результати зведено у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Фонд оплати праці

№	Посада	Графік роботи	Кількість працівників, усього	Кількість за зміну	Заробітна плата за день, грн
1	Директор готелю	5/2	1	1	2 000,0
2	Заступник директора (менеджер готелю)	5/2	1	1	1 600,0
3	Менеджер з маркетингу та продажів	5/2	1	1	1 300,0

Продовження табл. 3.2

№	Посада	Графік роботи	Кількість працівників, усього	Кількість за зміну	Заробітна плата за день, грн
4	Бухгалтер	за потреби	1	1	1 200,0
5	Менеджер з персоналу	5/2	1	1	1 100,0
6	Адміністратор служби прийому та розміщення	2/2	4	2	1 100,0
7	Консьєрж	5/2	1	1	1 000,0
8	Покоївка	2/2	4	2	900,0
9	Шеф-кухар	5/2	1	1	1 800,0
10	Кухар	3/3	3	2	1 200,0
11	Офіціант	2/2	4	2	900,0
12	Бармен-сомельє	2/2	2	1	1 100,0
13	Сомельє-дегустатор	5/2	1	1	1 400,0
14	Винороб-технолог	5/2	1	1	1 700,0
15	SPA-енотерапевт (майстер)	2/2	2	1	1 200,0
16	Масажист	2/2	2	1	1 100,0
17	Інженер з експлуатації будівлі	5/2	1	1	1 300,0
18	Робітник пральні	5/2	1	1	800,0
19	Прибиральник громадських приміщень	2/2	2	1	750,0
20	Садівник-двірник	5/2	1	1	800,0
21	Охоронець	доба/три	3	1	900,0
22	Водій-постачальник	5/2	1	1	1 000,0
23	Комірник (склад, виноробня)	5/2	1	1	900,0
Всього заробітна плата за день, грн					31 150,0
Всього заробітна плата за місяць, грн (× 30,5)					950 075,0

Таким чином, денний фонд оплати праці становить 31 150,0 грн, а місячний фонд оплати праці - 950 075,0 грн. Бухгалтер залучається на умовах сумісництва (аутсорсинг), що дозволяє зменшити витрати.

3.3. Моделювання основних і додаткових послуг підприємства

Перелік послуг готелю сформовано з урахуванням категорії 4 зірки та еногастрономічної спеціалізації. Основні послуги (проживання, прийом і розміщення, сніданок, прибирання, Wi-Fi, зберігання багажу, паркінг) включено у вартість номера. Додаткові послуги - авторський ресторан «Грона», дегустації вина, винні тури та програми vendemmia, SPA-енотерапія, масаж, трансфер, оренда конференц-залу, продаж власних вин і винної косметики - формують суттєву частину доходу та підкреслюють унікальність концепції «від лози до келиха». Узагальнений перелік послуг наведено у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Перелік основних та додаткових послуг готелю

Назва послуги	Сплата	Час дії	Бронювання	Місце надання	Характеристика	Відповідальний персонал
Основні послуги						
Проживання	Включено	Цілодобово	Так	Номери	Розміщення в номері обраної категорії зі щоденним прибиранням	Прийом, покоївки
Прийом і розміщення	Включено	Цілодобово	Так	Ресепшн	Реєстрація, видача ключів, інформування гостей	Адміністратор
Сніданок	Включено	07:00–10:30	-	Ресторан «Грона»	Сніданок «шведський стіл» із локальних продуктів	Кухня, офіціанти
Wi-Fi	Включено	Цілодобово	-	Уся територія	Безкоштовний бездротовий інтернет	Інженер
Зберігання багажу	Включено	Цілодобово	-	Ресепшн	Камера схову для речей гостей	Адміністратор, комірник

1	2	3	5	6	7	8
Додаткові послуги						
Ресторан «Грона» (à la carte)	Платно	12:00–23:00	Так	Ресторан	Авторська еногастрономічна кухня з поєднанням вина та страв	Шеф-кухар, сомельє
Дегустації вина	Платно	11:00–20:00	Так	Дегустаційний центр	Дегустаційні сети «7 страв - 7 вин»	Сомельє-дегустатор
Винні тури / vendemmia	Платно	Сезонно	Так	Виноробня, виноградарки	Екскурсії, участь у зборі та переробці винограду	Винороб, менеджер
SPA-енотерапія	Платно	10:00–21:00	Так	SPA-центр	Винні ванни, обгортання, басейн, сауна	SPA-енотерапевт
Масаж	Платно	10:00–21:00	Так	SPA-центр	Лікувальний та релакс-масаж	Масажист
Трансфер	Платно	За запитом	Так	-	Трансфер з/до Одеси та аеропорту	Водій
Оренда конференц-залу	Платно	За запитом	Так	Конференц-зал	Зал на 30 місць для заходів і майстер-класів	Менеджер
Прання та прасування	Платно	09:00–18:00	-	Пральня	Прання та прасування речей гостя	Робітник пральні
Продаж вина та косметики	Платно	10:00–20:00	-	Винна крамниця	Авторські вина та лінія винної косметики	Сомельє, адміністратор

Деталізацію основних і додаткових послуг, узгоджену з матеріалами кваліфікаційної роботи та презентації проекту, наведено далі у вигляді відповідних меню, програм і прейскурантів [36].

Послуги харчування та ресторан «Грона». Основним закладом харчування є ресторан «Грона» на 50 місць із винним баром, що відповідає місткості готелю (34 інвентарних місця) з резервом для зовнішніх відвідувачів і

проведення заходів. Площу залу прийнято з розрахунку 1,8 м² на одне посадкове місце згідно з ДБН В.2.2-25:2009. Ресторан працює у форматі à la carte з авторською еногастрономічною кухнею південної Бессарабії та поєднанням вина та страв; сніданки подаються за системою «шведський стіл». Основу меню становлять сезонні локальні продукти (риба Дністровського лиману, бринза й овечий сир, овочі, виноград) у поєднанні з винами власного виробництва. Структуру та ціни меню ресторану наведено у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Меню ресторану «Грона»		
Страва / виріб	Порція	Ціна, грн
Фірмові страви		
Судак лиманний на грилі з білим вином і травами	250 г	380
Бараняче плече, томлене у вині «Odessa Black»	300 г	460
Різото з місцевими грибами та витримкою у Chardonnay	250 г	320
Качка, томлена з айвою та червоним вином	350 г	430
Холодні закуски		
Сирна тарілка бессарабська (бринза, овечий сир, мед, горіхи)	200 г	280
Асорті місцевих ковбас і в'яленого м'яса	180 г	320
Тартар із лиманної риби	120 г	290
Долма у виноградному листі	200 г	180
Брускета з печеними овочами та бринзою	150 г	160
Гарячі закуски		
Мідії у вершково-винному соусі	250 г	290
Креветки на грилі з часником і білим вином	180 г	340
Сирні кульки з бринзи у клярі	150 г	170
Печериці, фаршировані бринзою та травами	180 г	190
Перші страви		
Бессарабська юшка з лиманної риби	350 мл	220
Чорба по-бессарабськи	350 мл	180
Крем-суп із печеного перцю	300 мл	160
Другі страви		

Продовження табл. 3.4

Страва / виріб	Порція	Ціна, грн
Філе судака з овочами на грилі	280 г	350
Стейк зі свинини на грилі з винним соусом	300 г	360
Мамалига з бринзою та шкварками	300 г	190
Овочеve рагу з баклажанами (вегетаріанське)	300 г	180
Голубці бессарабські з виноградним листям	280 г	210
Десерти		
Груша, запечена у червоному вині	180 г	170
Тірамісу на місцевому вині	150 г	170
Панакота з виноградним соусом	150 г	150
Виноградний сорбет	120 г	130
Борошняні та кондитерські вироби		
Плацинда з бринзою (бессарабська)	200 г	120
Вертута з гарбузом	200 г	110
Домашній виноградний штрудель	180 г	140
Горіховий кранц	150 г	130
Кошик домашнього хліба та фокачі	150 г	90
Напої		
Свіжовичавлений виноградний сік	250 мл	90
Домашній лимонад	300 мл	90
Кава еспресо / капучино	60 / 180 мл	60 / 90
Трав'яний бессарабський чай	400 мл	80
Артезіанська вода (власне джерело)	500 мл	50

Дегустаційний центр і енотека «Смак Бессарабії» пропонують професійні дегустаційні сети під керівництвом сомельє, зокрема фірмовий формат «7 страв - 7 вин», сліпі дегустації та школу сомельє. Винна карта поєднує вина власної виноробні «Enoterra» (ігристі, білі, рожеві, червоні та десертні) з вибраними позиціями регіональних виробників (Колоніст, Villa Tinta, Шабо, Frumushika-Nova), що водночас формує додаткове джерело доходу та промує регіональні вина із захищеним географічним зазначенням. Винну карту дегустаційного центру наведено у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Винна карта дегустаційного центру готелю «Enoterra Bessarabia»

Вино (виробник)	Сорт / тип	Келих 150 мл, грн	Пляшка 750 мл, грн
Ігристі вина			
Шабо «Брют Класичний»	Chardonnay / Aligoté	160	720
Білі вина			
«Enoterra» Telti-Kuruk (власна ви- норобня)	Тельті-Курук	150	690
«Enoterra» Chardonnay (власна ви- норобня)	Chardonnay	160	740
Колоніст «Тельті-Курук»	Тельті-Курук	180	860
Villa Tinta «Riesling»	Riesling	150	700
Шабо «Сухолиманське»	Сухолиманське	140	650
Frumushika-Nova «Muscat»	Muscat	150	690
Рожеві вина			
«Enoterra» Rosé (власна винороб- ня)	Cabernet / Merlot	150	680
Колоніст «Rosé»	Merlot / Odessa Black	160	730
Червоні вина			
«Enoterra» Odessa Black (власна виноробня)	Одеський чорний	170	790
«Enoterra» Cabernet Reserve (влас- на виноробня)	Cabernet Sauvignon	210	990
Колоніст «Каберне»	Cabernet Sauvignon	190	920
Villa Tinta «Merlot»	Merlot	160	740
Frumushika-Nova «Saperavi»	Saperavi	180	860
Шабо «Каберне Резерв»	Cabernet Sauvignon	170	800
Десертні та кріплені вина			
«Enoterra» Muscat десертне (влас- на виноробня)	Muscat	160	740
Шабо «Мускат»	Muscat	150	690
Колоніст «Кагор»	Saperavi / Bastardo	170	820

Принципово новим для регіону елементом є SPA-центр енотерапії, концепція якого спирається на світовий досвід бренду Caudalie. Центр про-

понує винні ванни, обгортання й пілінги зі шротом виноградних кісточок, масажі з олією виноградних кісточок, енокосметологію на ресвератролі та поліфенолах, гідромасажний басейн з артезіанською водою і фінську сауну, а також комплексну програму «День енотерапії». Оскільки SPA-послуги не залежать від пляжного сезону, вони є ключовим інструментом зменшення сезонних коливань завантаження. Перелік SPA-послуг енотерапії з описом процедур і цінами наведено у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

SPA-послуги енотерапії готелю «Enoterra Bessarabia»

Послуга	Опис процедури	Ціна, грн
Винні ванни	Купіль із додаванням вина, виноградного суслу або екстракту кісточок винограду в теплу воду; покращує пружність шкіри, мікроциркуляцію та сприяє релаксації (40 хв).	900
Винні обгортання	Нанесення масок на основі вина, глини та виноградного масла з вираженим антиоксидантним та антивіковим ефектом (60 хв).	1 000
Пілінги та скраби	Делікатне відлущування зроговілих клітин подрібненими виноградними кісточками; вирівнює тон і текстуру шкіри (30 хв).	600
Масаж з олією виноградних кісточок	Релаксаційний або лікувальний масаж тіла з олією виноградних кісточок, багатою на поліфеноли (60 хв).	800
Догляд за обличчям (енокосметологія)	Очищення, маска та сироватки на основі екстракту винограду (ресвератрол) із антивіковою дією (50 хв).	750
Фінська сауна та парова	Прогрівання для детоксикації організму й підготовки шкіри перед процедурами (сеанс).	300
Гідромасажний басейн / джакузі	Водні процедури з мінеральною артезіанською водою; знімають м'язову напругу (45 хв).	400
SPA-програма «День енотерапії»	Комплекс: винна ванна, обгортання, масаж і догляд за обличчям (половина дня).	2 500

Програми енотуризму перетворюють гостя на співучасника виноробного процесу й охоплюють тематичні тури маршрутом «Дорога вина та смаку», авторські екскурсії, сезонний збір власного врожаю (vendemmia), винні фе-

стивалі, екостежки плавнями Нижньодністровського НПП та корпоративні події. Поєднання винної та екологічної складових формує унікальний для України продукт, що працює цілорічно та урізноманітнює джерела доходу. Перелік послуг енотуризму з описом і цінами наведено у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Послуги енотуризму готелю «Enoterra Bessarabia»

Тур / послуга	Опис	Ціна, грн
Тур «Дорога вина та смаку»	Гастрономічно-винний маршрут Бессарабією: відвідування виноградників і виноробень регіону, дегустації локальних вин у поєднанні із сирами, рибою лиману та місцевою кухнею (повний день).	1 500 / особа
Тур «День у Шабо»	Одноденна екскурсія до історичного винного центру Шабо: спадщина швейцарських колоністів, екскурсія виноробнею та підвалами, дегустація вин (день).	1 200 / особа
Тур «Вікенд Бессарабії»	Дводенний тур вихідного дня: Аккерманська фортеця, виноробні, гастрономія та проживання у готелі з винною програмою (2 дні).	4 500 / особа
Сезонний збір врожаю (vendemmia)	Участь у зборі та традиційному переробленні винограду: збір, давлення, дегустація молодого вина і свято врожаю (вересень–жовтень).	1 000 / особа
Винні фестивалі	Тематичні події - свято молодого вина, фестиваль бессарабської кухні - з дегустаціями, музикою та майстер-класами (вхідний квиток).	500 / особа
Екостежки плавнями	Екологічні маршрути та водні прогулянки (каяки, човни) плавнями Нижньодністровського НПП із гідом, спостереження за птахами (півдня).	800 / особа
Корпоративні події	Організація корпоративів, тимбілдингу та конференцій із винною програмою, дегустаціями й кейтерингом ресторану «Грона» (захід).	від 25 000 / захід

Узагальнені середні ціни на основні групи додаткових послуг, прийняті для подальших фінансових розрахунків, наведено у таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Середні ціни на додаткові послуги готелю «Enoterra Bessarabia»

Послуга	Одиниця	Середня ціна за 1 послугу, грн
Ресторан «Грона»	1 чек	750
SPA-процедури з енотерапії	1 процедура	800
Дегустації та школа сомельє	1 особа	500
Продаж крафтових вин	1 пляшка	450
Винні тури та сезонний збір врожаю	1 особа	800
корпоративні заходи, корпоративи, весілля	1 захід	26 000
Косметика на основі винограду (Caudalie, TANOYA)	1 одиниця	700
Кулінарні майстер-класи	1 особа	800
Трансфер або прокат човнів на день	1 поїздка	1 000

Перелік додаткових послуг сформовано так, щоб кожен напрям підсилював еногастрономічну спеціалізацію закладу, диверсифікував джерела доходу та мінімізував сезонність. Ресторан «Грона» з винними вечереми й авторська дегустаційна програма «7 страв - 7 вин» формують ядро гастрономічного продукту та залучають не лише гостей готелю, а й зовнішніх відвідувачів. SPA-центр енотерапії, масаж і водолікування на власній артезіанській воді створюють цілорічний попит на оздоровлення, незалежний від пляжного сезону. Винні тури, програми vendemmia та екскурсії виноробнею підвищують лояльність і середній чек. Продаж власних вин і винної косметики, оренда конференц-залу для корпоративних заходів і камерних весіль додатково приносять дохід інфраструктуру, а трансфер і прокат підвищують доступність віддаленої локації. Така структура додаткових послуг забезпечує близько 60 % товарообігу й робить пропозицію готелю унікальною для регіону.

Виробнича група ресторану включає гарячий, холодний, м'ясо-рибний, овочевий цехи, цех борошняних виробів, мийні кухонного й столового посуду та сервіс-бар. Складська група (охолоджувані камери, комори сухих про-

дуктів, овочів, винного асортименту, тари й інвентарю) розміщується на одному рівні з виробничими цехами, має окремий господарський вхід і забезпечує технологічний зв'язок «склад - цех - роздавальня - зал» без перетину потоків сировини, готових страв і відходів. Винний асортимент зберігається у власному винному підвалі (дві галереї, 100 м²) із природним температурним режимом. Роботу служби харчування організовано позмінно (графік 2/2) з дотриманням санітарно-гігієнічних вимог і принципів системи НАССР.

3.4. Організація охорони праці, безпеки та санітарно-гігієнічних умов

Загальне керівництво охороною праці у готелі здійснює директор, який наказом призначає відповідальних за стан охорони праці, протипожежної безпеки та електрогосподарства в кожному підрозділі. Для всіх категорій працівників розробляються посадові інструкції та інструкції з охорони праці; персонал проходить інструктаж та щорічний медичний профогляд. Параметри мікроклімату нормуються згідно з ДСН 3.3.6.042-99: у приміщеннях реєстрації та адміністративної групи дотримуються оптимальних значень температури повітря 22...24 °С, відносної вологості 40...60 % і швидкості руху повітря не більш як 0,1 м/с. Протипожежний захист забезпечується внутрішнім і зовнішнім водопостачанням, автоматичними установками пожежогасіння в зоні кухні, планами евакуації та знаками безпеки згідно з ДБН В.2.5-28 і ДСТУ ISO 6309.

Система управління охороною праці на підприємстві побудована відповідно до Закону України «Про охорону праці», Кодексу законів про працю України та чинних нормативно-правових актів з охорони праці (НПАОП). Особливу увагу приділено безпеці на потенційно небезпечних ділянках - кухні ресторану, виноробні (робота з ємностями під тиском, вуглекислим газом та електрообладнанням), SPA-центрі (поєднання електро- та водних процедур) і пральні. Працівники цих підрозділів забезпечуються засобами індивідуального захисту й спецодягом та проходять періодичні

медичні огляди. Електрогосподарство експлуатується відповідно до Правил улаштування електроустановок та НПАОП 40.1-1.21.

Пожежну безпеку забезпечено згідно з Кодексом цивільного захисту України, ДБН В.2.5-56 та ДБН В.1.1-7: будівлю обладнано системами пожежної сигналізації й оповіщення, автоматичними установками пожежогасіння в зоні кухні, первинними засобами пожежогасіння, аварійним освітленням, планами евакуації та знаками безпеки за ДСТУ ISO 6309. Передбачено навчання персоналу діям у разі пожежі та надзвичайних ситуацій, а також заходи цивільного захисту.

Норми штучного освітлення прийнято відповідно до ДБН В.2.5-28-2006 «Природне і штучне освітлення» (таблиця 3.9).

Таблиця 3.9

Найменша освітленість приміщень готелю штучним світлом

Приміщення	При лампах розжарювання, лк	При люмінесцентних лампах, лк	Поверхня, до якої відноситься норматив
Житлові приміщення (номери)	100	200	0,8 м від підлоги
Вестибюль	150	-	підлога
Загальні вітальні, холи, бари, дегустаційний зал	75	200	підлога
Бюро обслуговування, адміністративні приміщення	150	300	0,8 м від підлоги
Сходи, коридори, білизняна, майстерні, кімнати прасування	30 (50)	100	підлога
Загальні санвузли та санвузли в номерах	30	75	підлога
Загальні душові	50	-	підлога
Приміщення обслуговуючого персоналу	75	150	0,8 м від підлоги
Складські приміщення	20	-	0,8 м від підлоги
Технічні приміщення	30	-	підлога

Готель функціонує відповідно до вимог охорони навколишнього середовища (ДБН В.2.2-9, СанПіН 42-128-4690): передбачено систему санітарного очищення території, роздільне збирання та своєчасне вивезення відходів, утилізацію вторинної сировини виноробного виробництва, що узгоджується з екологічним образом закладу.

3.5. Інформаційне забезпечення організації роботи закладу

Для правильної організації роботи підприємства складено перелік необхідної інформації, що визначає організаційно-правові та функціональні параметри проєкту (таблиця 3.10).

Таблиця 3.10

Перелік необхідної інформації для організації роботи закладу

Тип інформації	Обраний тип	Примітки
1. Організаційно-правовий статус	ТОВ, спрощена система (III група єдиного податку, 5 %)	Оптимально для готелю з рестораном і виноробнею
2. Тип готельного підприємства	Спеціалізований винний (еногастрономічний) готель, 4 зірки	Бутік-формат, 20 номерів, 34 місця
3. Організаційна структура	Лінійно-функціональна	Директор → функціональні служби
4. Кількість номерів	20 номерів (34 місця)	5 категорій номерів
5. Кількість персоналу	40 осіб	12,5 % / 62,5 % / 25 % (адм. / опер. / допом.)
6. Відмінні особливості бізнес-ідеї	Власна виноробня, SPA-енотерапія, дегустаційний центр; модель «від лози до келиха»	Забезпечують цілорічну завантаженість

3.6. Фінансовий план проєкту

Для складання фінансового плану розраховано товарообіг закладу та його операційні витрати. Дохід від продажу номерів за тарифами категорії 4 зірки при 100 % завантаженні наведено у таблиці 3.11. Місячний дохід ро-

зраховано як добуток денного доходу на 30,5 робочих днів, річний - на 351 день (365 – 14 днів простою у зв'язку з генеральним прибиранням та святами).

Таблиця 3.11

Розрахунок доходу від продажу номерів при 100 % завантаженні

Назва номеру	К-ть номерів за день, шт	Ціна за добу, грн	У місяць (× 30,5), грн	За рік (351 день), грн
Номер І категорії одномісний	4	2 500,0	305 000,0	3 510 000,0
Номер І категорії двомісний	12	3 200,0	1 171 200,0	13 478 400,0
Напівлюкс	2	4 200,0	256 200,0	2 948 400,0
Люкс	1	5 500,0	167 750,0	1 930 500,0
Апартамент президентський	1	7 500,0	228 750,0	2 632 500,0
Разом з ПДВ			2 128 900,0	24 499 800,0
Разом без ПДВ (– 7 %)			1 989 626,2	22 897 009,3

Середньорічний коефіцієнт завантаження на етапі стабілізації прийнято на рівні 70 %, що відповідає виходу проєкту на проєктну потужність після триетапного нарощування завантаження (45 → 58 → 68 %), наведеного у розділі 2. Дохід від додаткових послуг змодельовано деталізовано за десятьма напрямками (ресторан «Грона» - 700 тис. грн/міс; SPA-енотерапія - 350; дегустації та школа сомельє - 250; продаж вин і енотека - 220; винні тури та vendemmia - 160; корпоративні заходи, корпоративи й весілля - 130; винна косметика - 120; кулінарні майстер-класи - 80; грязе- та водолікування - 60; трансфер і прокат - 30), сумарний дохід яких на етапі стабілізації становить близько 2 100 тис. грн на місяць. Завдяки моделі повного циклу з власною виноробнею, рестораном для зовнішніх відвідувачів, SPA-центром енотерапії та програмами енотуризму додаткові послуги формують близько 60 % товарообігу, а номерний фонд - близько 40 %, що забезпечує цілорічне завантаження незалежно від пляжного сезону. Операційні витрати (точку беззбитковості) за місяць наведено у таблиці 3.12.

Таблиця 3.12

Розрахунок операційних витрат за місяць

№	Види витрат	Сума за місяць, грн	Розрахунок
1	Заробітна плата персоналу	950 075,0	Табл. 3.2
2	Податки на заробітну плату (ПДФО 18 % + військовий збір 1,5 %)	185 264,6	19,5 % від ФОП
3	Єдиний податок (III група, 5 %)	174 636,9	5 % від товарообігу
4	Єдиний соціальний внесок (ЄСВ, 2 ФОП)	3 804,7	22 % × 8 647 грн × 2
5	Оренда приміщення	0,0	власна будівля - 0
6	Комунальні послуги, інтернет, охорона, пожежна безпека	69 854,8	2 % від товарообігу
7	Господарські товари, білизна, канцтовари	17 463,7	0,5 % від товарообігу
8	Поточний ремонт, амортизація обладнання	296 882,8	8,5 % від товарообігу
9	Різне	34 927,4	1 % від товарообігу
10	Реклама (операційні витрати)	69 854,8	2 % від товарообігу
11	Комісія за бронювання (Booking.com та ін.)	75 207,9	30 % номерів × 18 %
ВСЬОГО		1 877 972,5	

Підсумкові фінансові показники проекту наведено у таблиці 3.13.

Таблиця 3.13

Фінансові показники

№	Показник	За рік, грн
1	Товарообіг (виручка)	41 912 859,60
2	Точка беззбитковості (сума операційних витрат за рік, без єдиного податку)	20 440 027,20
3	Єдиний податок (III група, 5 %)	2 095 642,80
4	Чистий прибуток (рядок 1 – рядок 2 – рядок 3)	19 377 189,60
5	Термін окупності, років	4,7

Термін окупності проекту розраховано за формулою (3.3):

$$Ток = I_3 / (Чп \cdot 12) = 91\,064,7 / (1\,614,8 \cdot 12) \approx 4,7 \text{ року} \quad (3.3)$$

де $I_3 = 91\,064,7$ тис. грн - загальні інвестиції для реалізації концепції (розділ 2); $Чп$ - чистий прибуток за місяць ($1\,614\,765,8$ грн $\approx 1\,614,8$ тис. грн).

ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ

У кваліфікаційній роботі вирішено актуальне науково-практичне завдання - обґрунтовано концепцію та розроблено проект цілорічного високого рівня винного еко-готелю «Enoterra Bessarabia» категорії 4* на 20 номерів із власною виноробнею, дегустаційним центром, SPA-центром енотерапії та програмами енотуризму на узбережжі Дністровського лиману в Одеській області.

За результатами дослідження сформульовано такі висновки:

1. Досліджено теоретичні засади та сучасні тенденції розвитку закладів розміщення з винною тематикою. Установлено, що глобальний ринок винного туризму демонструє стійке зростання (CAGR близько 12,9 % у 2023–2030 рр.), а головним продуктом галузі залишаються дегустації та екскурсії (понад 57 % доходу). Аналіз конкурентного середовища Бессарабії - за критерієм наявності виноробної складової та за гостьовими оцінками платформи Booking.com - виявив подвійну незаповнену нішу: відсутність готелів повного циклу «від лози до келиха» з власною виноробнею на узбережжі та готельних SPA-центрів енотерапії. Бальна оцінка конкурентоспроможності підтвердила суттєву перевагу проектного закладу (75 із 80 балів проти 31–47 балів у регіональних конкурентів).

2. Розроблено концепцію та унікальну торгову пропозицію готелю на основі методики смислового проектування Я. Трофимова, обґрунтовано вибір локації (ділянка 1,3 га на першій лінії лиману, 55 км від Одеси, на маршруті «Дорога вина та смаку»). Сформовано систему основних (проживання, ресторан «Грона», дегустації, SPA-енотерапія) та додаткових (енотуризм, події, сервіс і продаж) послуг, орієнтовану на п'ять цільових сегментів. Проведений SWOT-аналіз засвідчив переважання сильних сторін і ринкових можливостей над слабкими сторонами та загрозами.

3. Обґрунтовано об'ємно-планувальні й технологічні рішення та матеріально-технічне забезпечення готелю. Визначено склад функціональних зон (номерний фонд, виноробня з винним підвалом, дегустаційний центр, ре-

сторан, SPA-центр енотерапії) і потребу в обладнанні. Загальний обсяг інвестицій у проект, з урахуванням придбання земельної ділянки та готових виробничих активів, становить близько 91,1 млн грн.

4. Розроблено лінійно-функціональну структуру управління та штатний розпис на 40 осіб, розраховано місячний фонд оплати праці (близько 950,1 тис. грн). Складено фінансовий план проекту: річний товарообіг становить близько 41,9 млн грн, чистий прибуток - близько 19,4 млн грн на рік, термін окупності - 4,7 року. Близько 60 % товарообігу формують додаткові послуги (виноробня, ресторан, SPA-енотерапія, енотуризм), що забезпечує цілорічне завантаження незалежно від пляжного сезону.

Отже, поставлену мету досягнуто, а завдання виконано повністю. Розроблений проект винного еко-готелю «Enoterra Bessarabia» є економічно доцільним і може бути використаний як готова бізнес-модель для потенційних інвесторів та реальних проектів засобів розміщення на маршруті «Дорога вина і смаку Української Бессарабії», а також у навчальному процесі підготовки фахівців галузі гостинності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ковешніков В. С., Матвієнко А. Т., Разметова О. Г. Організація готельно-ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2021. 564 с.
2. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2022. 424 с.
3. П'ятницька Н. О., Зубар Н. М. Проектування підприємств готельно-ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : КУТЕП, 2016. 407 с.
4. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : КНТЕУ, 2016. 537 с.
5. Готельна справа / Арпуль О. В., Абрамова А. Г., Мирошник Ю. А. Київ : Кондор, 2021. 300 с.
6. Трофимов Я. Сміслові проектування в ресторанному бізнесі. Київ, 2020. 192 с.
7. Hall C. M., Sharples L., Cambourne B., Macionis N. Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2020. 356 p.
8. Getz D., Brown G. Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. Tourism Management. 2006. Vol. 27, No. 1. P. 146–158.
9. Charters S., Ali-Knight J. Who is the wine tourist? Tourism Management. 2002. Vol. 23, No. 3. P. 311–319.
10. Johnson H., Robinson J. The World Atlas of Wine. 8th ed. London : Mitchell Beazley, 2019. 416 p.
11. Wine Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report, 2024–2030 / Grand View Research. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wine-tourism-market-report> (дата звернення: 10.04.2026).
12. Wine Tourism Market Outlook 2024–2034 / Future Market Insights. URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/wine-tourism-market> (дата звернення: 10.04.2026).
13. Дорога вина та смаку Української Бессарабії : еногастрономічний маршрут / Zruchno.Travel. URL:

<https://zruchno.travel/Tours/Entry?extId=c487196a-d2a3-56ae-a558-5cfe35ce1310>
(дата звернення: 10.04.2026).

14. «Дорога вина і смаку Української Бессарабії» - перший офіційний гастромашрут в Україні / Lowcost.ua. URL: <https://lowcost.ua/bessarabian-wine-and-taste-route/> (дата звернення: 10.04.2026).

15. Українські вина набули статусу географічного зазначення / Національний орган інтелектуальної власності (HOIB). URL: <https://nipo.gov.ua/ukrainski-vyna-status-hz/> (дата звернення: 10.04.2026).

16. Енотуризм (виноробство) / Одеський туристичний портал. URL: <https://www.odesatourism.site/en/tourist-locations/winemaking/> (дата звернення: 10.04.2026).

17. Нижньодністровський національний природний парк / Природно-заповідний фонд України, Міндовкілля. URL: <http://pzf.menr.gov.ua> (дата звернення: 10.04.2026).

18. Нижньодністровський національний природний парк / Енциклопедія Сучасної України. URL: <https://esu.com.ua/article-72113> (дата звернення: 10.04.2026).

19. Центр етнографічного, зеленого та сільського туризму «Фрумуши-ка-Нова». Офіційний сайт. URL: <https://frumushika.com> (дата звернення: 10.04.2026).

20. Сімейна виноробня «Колоніст». Офіційний сайт. URL: <https://kolonist.com.ua> (дата звернення: 12.04.2026).

21. Винзавод та Центр культури вина «SHABO». Офіційний сайт. URL: <https://shabo.ua> (дата звернення: 12.04.2026).

22. Виноробня «Villa Tinta» («Винхол Оксамитне»). Офіційний сайт. URL: <https://villatinta.com.ua> (дата звернення: 12.04.2026).

23. Крафтова виноробня «VINOPION» (Ю. Греков), с. Лошинівка : сторінки у соціальних мережах (Facebook, Instagram) (дата звернення: 12.04.2026).

24. Сімейна виноробня органічних вин «V.Petrov», с. Струмок : сторінки у соціальних мережах (Facebook, Instagram) (дата звернення: 14.04.2026).

25. Фермерська виноробня СФГ «Стоянов», м. Кілія : винний гід України, сторінка у Facebook (дата звернення: 14.04.2026).

26. Caudalie Vinothérapie : концепція винотерапії. Офіційний сайт. URL: <https://www.caudalie.com> (дата звернення: 14.04.2026).

27. Les Sources de Caudalie, Bordeaux-Martillac. Official website. URL: <https://www.sources-caudalie.com> (дата звернення: 14.04.2026).

28. Hotel Marqués de Riscal, a Luxury Collection Hotel, Elciego. Official website. URL: <https://www.hotel-marquesderiscal.com> (дата звернення: 14.04.2026).

29. Rosewood Castiglion del Bosco, Montalcino. Official website. URL: <https://www.rosewoodhotels.com/castiglion-del-bosco> (дата звернення: 14.04.2026).

30. Auberge du Soleil, Napa Valley / Auberge Resorts Collection. URL: <https://aubergeresorts.com/aubergedusoleil> (дата звернення: 14.04.2026).

31. Abadía Retuerta LeDomaine, Sardón de Duero. Official website. URL: <https://www.ledomaine.es> (дата звернення: 16.04.2026).

32. Booking.com : система онлайн-бронювання засобів розміщення. URL: <https://www.booking.com> (дата звернення: 16.04.2026).

33. TripAdvisor : міжнародний туристичний портал відгуків. URL: <https://www.tripadvisor.com> (дата звернення: 16.04.2026).

34. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Київ : Держспоживстандарт, 2004. 18 с.

35. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. Київ : Держспоживстандарт, 2004. 13 с.

36. Sigala M., Robinson R. N. S. Management and Marketing of Wine Tourism Business: Theory, Practice, and Cases. Cham : Palgrave Macmillan, 2019. 345 р.

37. Green Key : міжнародна екологічна сертифікація засобів розміщення. URL: <https://www.greenkey.global> (дата звернення: 10.04.2026).

38. Угода про асоціацію між Україною та ЄС: підтримка системи географічних зазначень в Україні / Представництво ЄС в Україні. URL: <https://eeas.europa.eu> (дата звернення: 17.04.2026).

39. Готель «Alarus Luxe», смт Затока : сторінка засобу розміщення на Booking.com. URL: <https://www.booking.com> (дата звернення: 17.04.2026).

40. Готель «Villa Bianca», смт Затока : сторінка засобу розміщення на Booking.com. URL: <https://www.booking.com> (дата звернення: 17.04.2026).

41. Еко-садиба «Затишна садиба», Одеська область : сторінка засобу розміщення на Booking.com. URL: <https://www.booking.com> (дата звернення: 17.04.2026).

42. TANOYA : український виробник натуральної виноградної косметики та засобів для винотерапії. Офіційний сайт. URL: <https://tanoya.ua> (дата звернення: 12.04.2026).

43. Сучасний стан та перспективи розвитку еко-готелів в Україні / Механізм регулювання економіки (Mechanism of Economic Regulation). 2024. URL: <http://mer-journal.sumy.ua> (дата звернення: 12.04.2026).

Концепція винного еко-готелю «Enoterra Bessarabia» на 20 номерів (4*) в Одеській області

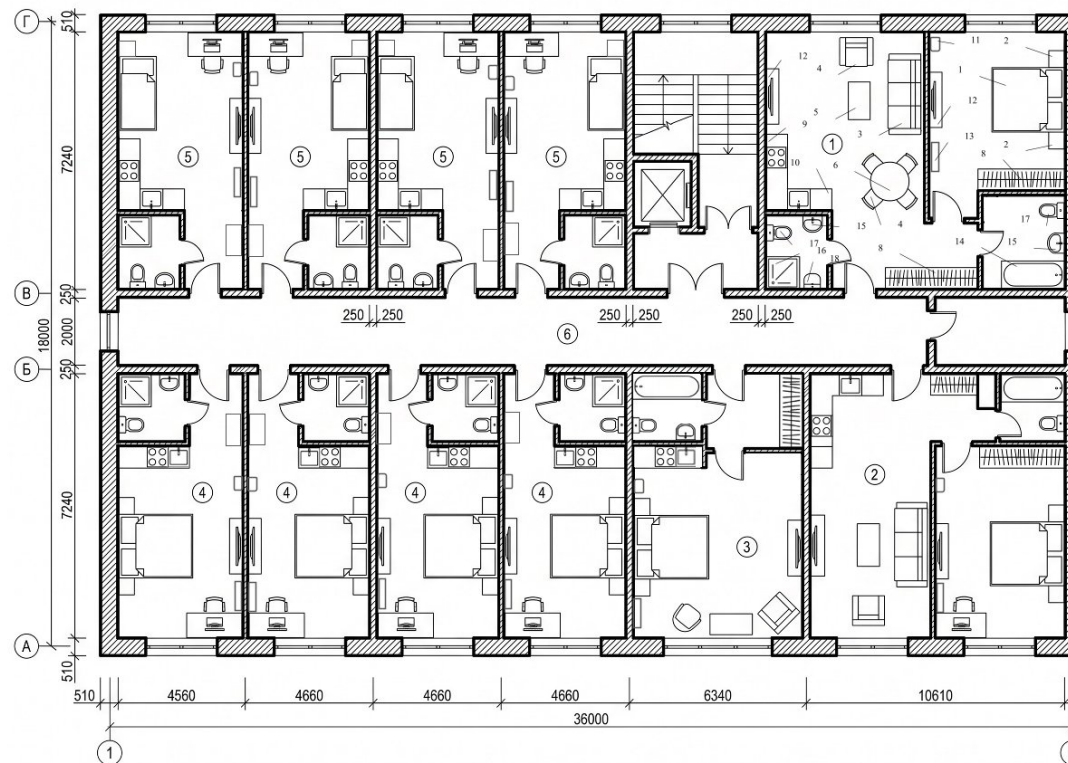
Основні конкурентні переваги

- Готові виробничі активи: власна виноробня з винним погрібом, виноградник, артезіанська свердловина, пляж, причал і човни
- Повний замкнений цикл «від лози до келиха» з власним вином у кожній послугі
- Унікальна SPA-енотерапія на поліфенолах власного винограду та лікувальній артезіанській воді
- Зручна локація — лише 55 км від Одеси, ідеально для вікендів і корпоративів
- Насичена розважальна програма — прогулянки на човнах, риболовля, еногастрономічні екскурсії, майстер-класи
- Послідовні екопідходи — органічне виноробство, безвідходний цикл, натуральні екологічно чисті матеріали
- Оздоровчий потенціал — лікувальна артезіанська вода та енотерапія

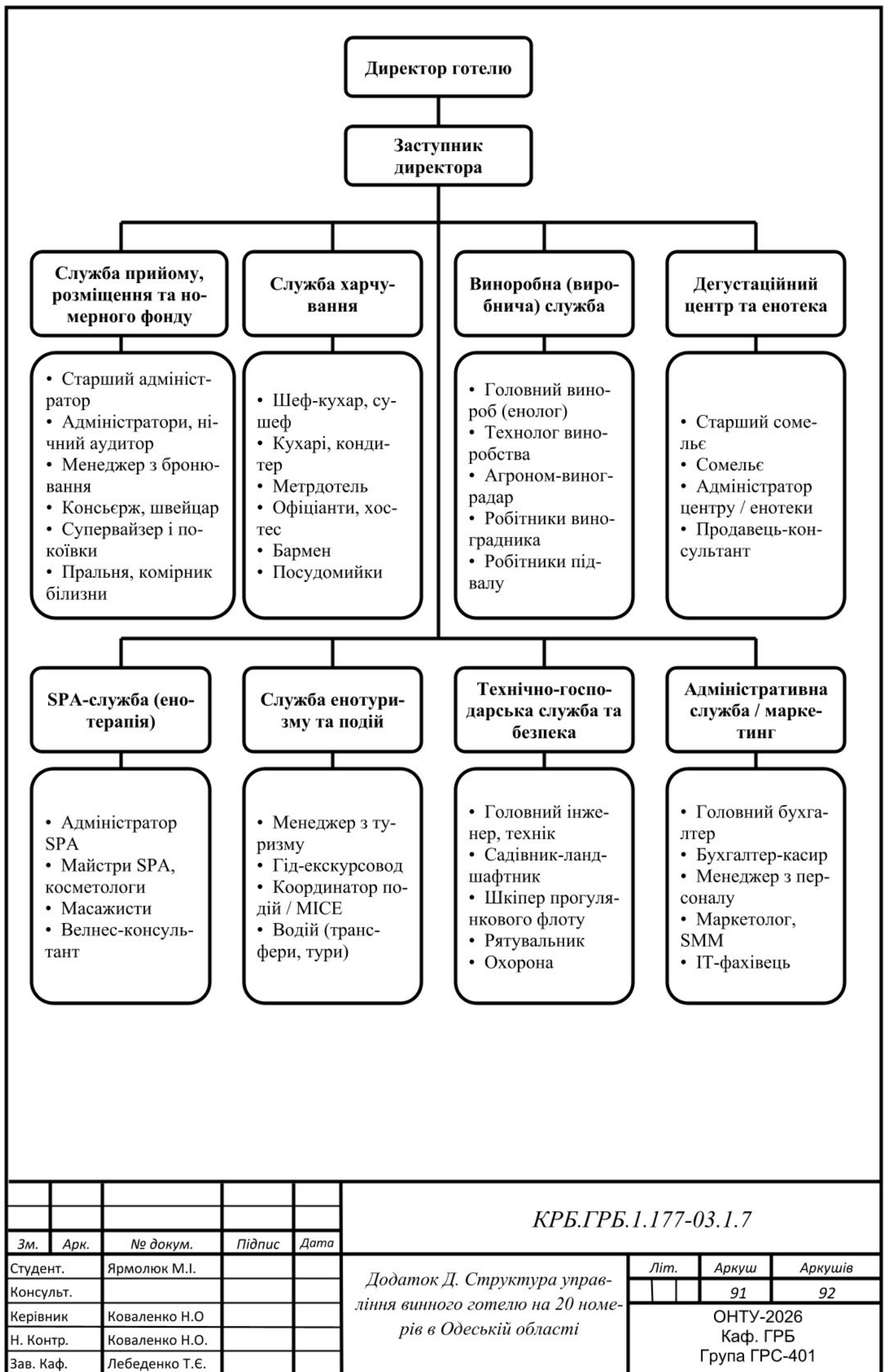
Етапи впровадження

1. Підготовчі роботи, які охоплюють придбання активів, комплексну перевірку, бізнес-план, отримання дозволів та узгодження з національним природним парком
2. Проектні роботи, які охоплюють архітектурний проєкт, екологічні рішення та концепцію інтер'єрів
3. Будівельні роботи, які охоплюють реконструкцію будинків, встановлення сонячних панелей, систему збору дощової води та благоустрій
4. Облаштування винного центру і SPA, яке охоплює виноробню, дегустаційний центр, підвал та зону енотерапії
5. Запуск, який охоплює набір персоналу, маркетинг, відкриття

					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.7					
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата						
Студент.		Ярмолюк М.І.			Додаток А. Концепція винного готелю на 20 номерів в Одеській області			Літ.	Аркуш	Аркушів
Консульт.										
Керівник		Коваленко Н.О.						ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401		
Н. Контр.		Коваленко Н.О.								
Зав. Каф.		Лебеденко Т.Є.								



						КРБ.ГРБ.1.177-03.1.7				
						Розробка концепції винного готелю на 20 номерів з дегустаційним центром і програмами енотуризму в Одеській області				
Зм	Кіл	Арк	Льдодк	Підпис	Дата	Додаток Б. План приміщень закладу готельного господарства		Стад.	Аркуш	Аркушів
Студент		Ярмолюк М.І.								
Консульт.								88	92	
Н. контр.		Коваленко Н.О.								
Керівник		Коваленко Н.О.								
Завід.						План 2 поверху готелю М 1:200		ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401		
кафедри		Лебеденко Т.С.								



ПОСЛУГИ ВИННОГО ЕКО-ГО-ТЕЛЮ «ENOTERRA BESSARABIA»

ОСНОВНІ ПОСЛУГИ

ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ

Проживання

- Розміщення у номері обраної категорії (20 номерів):
- Номер 1 категорії 1 місний
- Номер 1 категорії 1 місний
- Люкс 2-хмісний
- Напівлюкс 2-хмісний
- Апартамент 2-х місний

Включено у вартість

- Сніданок «шведський стіл»
- Безкоштовний Wi-Fi на всій території
- Паркінг
- Зберігання багажу

Ресторан і дегустації

- Ресторан «Грона» (à la carte, винні пейринги)
- Дегустації вина «7 страв - 7 вин»

SPA-енотерапія та масаж

- Винні ванни, обгортання, басейн, сауна
- Лікувальний та релакс-масаж

Енотуризм

- Винні тури та сезонні збори врожаю
- Оренда конференц-залу на 30 місць (майстер-класи)

Сервіс і продаж

- Трансфер з/до Одеси та аеропорту
- Прання та прасування
- Продаж вина та винної косметики

КРБ.ГРБ.1.177-03.1.7

Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата
Студент.		Ярмолюк М.І.		
Консульт.				
Керівник		Коваленко Н.О.		
Н. Контр.		Коваленко Н.О.		
Зав. Каф.		Лебеденко Т.Є.		

Додаток Е. Послуги винного готелю на 20 номерів в Одеській області

Літ.	Аркуш	Аркушів
	92	92
ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401		