

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 міського готелю бізнес формату на 60 номерів з інтегрованими коворкінг-просторами в м. Одеса**

(назва кваліфікаційної роботи згідно наказу ОНТУ)

Здобувача (ки) Грицишина К.В.
(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

Грицишиної Катерини Віталіївни

1. Тема роботи Розробка концепції міського готелю бізнес-формату на 60 номерів з інтегрованими коворкінг-просторами в м. Одеса

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 Міський бізнес-готель на 60 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 _____ Грицишина К.В.

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>	19.06.2026	

Здобувач-дипломник _____ Грицишина К.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Коваленко Н.О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

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

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

Здобувач-дипломник _____ Грицишина К.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи на тему:

«Розробка концепції міського готелю бізнес-формату на 60 номерів з інтегрованими коворкінг-просторами в м. Одеса»

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 міського готелю бізнес-формату на 60 номерів з інтегрованими коворкінг-просторами в м. Одеса.

«Synergy Hub Hotel» - міський бізнес-готель категорії 4* на 60 номерів з інтегрованими коворкінг-просторами, конференц-центром та рестораном у центральній частині м. Одеса. Основна ідея проекту - поєднання комфортного проживання, робочої інфраструктури 24/7 та майданчика для нетворкінгу в єдиній бізнес-екосистемі, що забезпечує цілорічний попит і знижує сезонність.

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

Кваліфікаційна робота бакалавра містить:

Текстової частини – 89 стор.

Таблиць – 40,

Рисунків – 5,

Додатків – 6, з них графічних аркушів – 1.

Літературних джерел – 34 найменування.

ANNOTATION

to qualification work on the topic:

«Development of a business-format city hotel concept for 60 rooms with integrated coworking spaces in Odesa»

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, a description and analysis of the hotel services market in the region and similar establishments in the world, the results of demand research and an analysis of competitors are given. Based on these studies, a concept was developed and a unique sales offer was formed for a city hotel of a business format for 60 rooms with integrated coworking spaces in the city of Odessa.

«Synergy Hub Hotel» is a city business hotel of the 4* category for 60 rooms with integrated coworking spaces, a conference center and a restaurant in the central part of the city of Odesa. The main idea of the project is to combine comfortable accommodation, 24/7 working infrastructure and a platform for networking in a single business ecosystem, which ensures year-round demand and reduces seasonality.

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 конкурентоздатності підприємства, що проектується	9
1.2. Розробка концепції та формування унікальної торгової пропозиції	22
Розділ 2. Технологічний розділ	32
2.1. Моделювання інфраструктурної складової проекту	32
2.2. Проектування окремих функціональних елементів готелю	42
2.2.1. Проектування житлової групи приміщень	42
2.2.2. Проектування приймально-вестибюльної групи приміщень	44
2.2.3. Проектування поверху готелю	45
2.2.4. Проектування приміщень закладу ресторанного господарства готелю	46
2.2.5. Проектування адміністративно-побутових приміщень	50
2.2.6. Проектування приміщень культурно-дозвільного і спортивно-рекреаційного призначення	53
2.2.7. Пропозиції щодо дизайну закладу	55
2.2.8. Розрахунок загальної площі об'єкта та поверховості будівлі	57
2.3. Розрахунок інвестиційних витрат	59
2.4. Технологія і організація обслуговування на готельних підприємствах ..	61
2.4.1. Технологія і організація обслуговування гостей службою СПіР і бронювання	61
2.4.2. Технологія і організація функціонування служби номерного фонду ...	62
2.4.3. Організація і функції фінансово-комерційної та інженерно-експлуатаційної служб у готелі	63
2.5. Показники експлуатаційної програми підприємства	63
Розділ 3. Організаційний розділ	66
3.1. Розробка та характеристика раціональної організаційної структури управління підприємства готельного господарства	66
3.2. Штатний розпис та розрахунок оплати праці	68
3.3. Моделювання основних і додаткових послуг підприємства	72
3.4. Організація охорони праці персоналу, протипожежної системи безпеки, цивільної оборони	76
3.5. Організація охорони навколишнього середовища	78
3.6. Організація роботи та розробка фінансової моделі підприємства	79
Висновки і рекомендації	84
Список літератури	86
Додатки	90

					<i>КРБ.ГРБ.1.177-03.1.3</i>			
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата				
Студент.	Грицишина К.В.				<i>Розробка концепції міського готелю бізнес формату на 60 номерів з інтегрованими коворкінг-просторами в м. Одеса</i>	Літ.	Аркуш	Аркушів
Консульт.							5	95
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 потребою ділового сегмента готельного ринку м. Одеса у поєднанні якісного проживання з повноцінною робочою інфраструктурою. В умовах післявоєнного відновлення України, переорієнтації туристичних потоків на внутрішній ринок та цифрової трансформації економіки створення сучасних конкурентоспроможних засобів розміщення набуває особливого значення. Розвиток ІТ-сектору, віддаленої роботи та цифрових професій формує стійкий попит на гнучкі робочі простори, який на готельному ринку Одеси майже не задоволений. Концепція міського бізнес-готелю з інтегрованим коворкінгом дозволяє водночас задовольнити цей попит і знизити залежність підприємства від сезонних коливань.

Додаткової актуальності темі надає специфіка одеського ринку: будучи традиційним курортним центром, місто водночас є великим діловим вузлом Півдня України, проте якісних бізнес-готелів із сучасною робочою інфраструктурою тут бракує. Поєднання курортної привабливості з діловою функцією створює сприятливі умови для формату, що однаково ефективно працює і в туристичний сезон, і в періоди ділової активності. У світовій практиці гібридні формати «готель + коворкінг» (Moxu, Selina, The Social Hub) демонструють стійке зростання, проте на українському, і зокрема одеському, ринку залишаються майже не представленими, що відкриває вікно можливостей для першопрохідця.

Об'єктом дослідження обрано процес створення та функціонування міського бізнес-готелю на 60 номерів з інтегрованими коворкінг-просторами в м. Одеса.

Предметом дослідження є сукупність організаційно-технологічних, архітектурно-планувальних та економічних рішень, що забезпечують конкурентоспроможність проектного закладу.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у розробці науково обґрунтованої концепції та проекту конкурентоспроможного міського бізнес-готелю бі-

знес-формату на 60 номерів з інтегрованими коворкінг-просторами в м. Одеса.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- дослідити кон'юнктуру готельного ринку м. Одеса та оцінити конкурентоздатність підприємства, що проектується;
- розробити концепцію закладу та сформувати унікальну торгову пропозицію;
- змодельовати інфраструктурну складову проєкту та виконати технологічні розрахунки приміщень і номерного фонду;
- обґрунтувати інвестиційні витрати та розробити експлуатаційну програму готелю;
- розробити раціональну організаційну структуру управління та штатний розпис;
- сформувати фінансову модель підприємства й оцінити ефективність проєкту;
- розробити заходи з охорони праці, протипожежної безпеки та охорони навколишнього середовища.

Методи дослідження використовувались такі: статистичний аналіз, конкурентний бенчмаркінг, метод бальної оцінки, SWOT-аналіз, технологічний та техніко-економічний розрахунок.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в адаптації світового формату гібридної гостинності «hotel + coworking» до умов регіонального ринку м. Одеса та в обґрунтуванні антисезонної бізнес-моделі готелю, що поєднує проживання, коворкінг, конференц-послуги та ресторан як диверсифіковані джерела доходу.

Практична значимість кваліфікаційної роботи полягає у можливості використання розробленої концепції як основи бізнес-плану для створення реального готельного підприємства в м. Одеса.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку літератури. Загальний зміст викладено на 89 друкованих аркушах. Робота містить 40 таблиць, 5 рисунків та 6 додатків. Список літературних джерел складає 34 найменування.

Ключові слова: бізнес-готель, коворкінг, готельно-ресторанний бізнес, конференц-послуги.

РОЗДІЛ 1. ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ НА ОСНОВІ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

1.1. Аналіз конкурентоздатності підприємства, що проектується

Обґрунтування доцільності створення міського бізнес-готелю на 60 номерів у м. Одеса потребує системного дослідження кон'юнктури регіонального ринку засобів розміщення за шістьма ключовими складовими: ціни; конкуренція; попит і пропозиція; сезонні коливання; рівень державного регулювання; перспективи розвитку послуг об'єктів розміщення [6; 7]. Окрему увагу приділено конкурентній складовій як визначальній для формування концепції закладу, а саме: кількості готельних об'єктів, які функціонують поруч; профілю потенційного гостя; потенційний попит на ринку закладів розміщення.

Актуальність проекту визначається трансформацією готельного попиту. Поширення дистанційної та гібридної моделей зайнятості, розвиток ІТ-сектору та зростання ділової мобільності сформували нового споживача готельних послуг, якому потрібен не лише комфортний номер, а й швидкісний інтернет, повноцінні робочі місця, переговорні кімнати та цифрові сервіси. Діловий гість дедалі частіше поєднує відрядження з віддаленою роботою (формат *bleisure*), а тривалість перебування зростає від однієї-двох діб до кількох тижнів [28; 29].

Водночас пропозиція ринку м. Одеса лишається переважно класичною: у місті функціонує близько 240 закладів розміщення, і впродовж 2024–2026 рр. заявлено створення нових готельних комплексів, проте жоден з наявних чи аносованих об'єктів не пропонує інтегрованого коворкінг-простору як частини готельного продукту. Саме це протиріччя між новою структурою попиту та традиційною структурою пропозиції визначає актуальність розробки концепції міського бізнес-готелю на 60 номерів з коворкінг-просторами, що працюють у режимі 24/7, та інтернетом зі швидкістю до 1 Гбіт/с.

Готельний ринок України, попри виклики пандемії та повномасштабної війни, демонструє стійкість і поступове відновлення. Станом на середину 2024 р. в країні функціонувало близько 2017 готелів та аналогічних засобів розміщення; за рік кількість готелів зросла на 9,1 %, мотелів - на 10,7 %, хостелів - на 28,7 % [1; 21]. У структурі ринку домінують незалежні готелі (80,3 %), тоді як на мережеві об'єкти припадає лише 6,2 % [1]. Ключовим драйвером галузі став внутрішній туризм: середня завантаженість номерного фонду в середині 2024 р. стабілізувалася в діапазоні 34–38 %, а в окремих західних регіонах перевищувала 60–70 % [1; 20].

Наявний номерний фонд оцінюється як недостатній: за прогнозами, після завершення війни кількість туристів може зрости до 14,5 млн осіб, що потребуватиме збільшення фонду щонайменше на 30–40 % [14; 15]. Структура операторів засвідчує домінування національних мереж: «Optima Hotels» (64 заклади), «Ribas Hotels» (20), «Premier Hotels and Resorts» (11); серед міжнародних - «Accor» (9) та «Radisson» (5) [1]. У 2025 р. галузь перерахувала до бюджетів близько 4,4 млрд грн податків, а туристичний збір склав 359 млн грн [17].

Структура операторів ринку засвідчує домінування національних готельних мереж, тоді як міжнародні бренди представлені обмежено, що залишає простір для нових концептуальних проєктів. Спостерігається також зміщення інвестиційного інтересу у бік апарт-готелів та мікс-форматів, які поєднують проживання з додатковими функціями (коворкінг, SPA, рекреація). Ця тенденція підтверджує перспективність гібридного формату, покладеного в основу проєктованого закладу.

Одеса історично є одним із провідних центрів гостинності Півдня України, що поєднує функції морського курорту, культурної дестинації та ділового центру. У місті зосереджено близько 240 закладів розміщення різних категорій і форматів. Орієнтовну структуру пропозиції наведено в табл. 1.1.

Орієнтовна структура засобів розміщення м. Одеса за категоріями

Категорія засобу розміщення	К-сть (оц.)	Частка, %	Профіль гостя
Готелі 5*	8	3,3	преміум, MICE
Готелі 4*	35	14,6	бізнес, туристи
Готелі 3* та без категорії	90	37,5	масовий сегмент
Апарт- і міні-готелі	67	27,9	середній сегмент
Хостели	40	16,7	бюджетний
Разом	240	100	

Принциповою особливістю ринку є мінімальне міжнародне мережеве проникнення: у місті працює лише 2 транснаціональні готелі, що складає близько 9 % мережевих об'єктів країни [1]. Повноцінний коворкінг-простір як інтегрована частина готельного продукту фактично відсутній, що формує незаповнену ринкову нішу.

Ємність цільового сегмента можна оцінити укрупнено: за наявності близько 35 готелів категорії 4* із середнім фондом ≈ 40 номерів сукупна пропозиція сегмента становить орієнтовно 1400 номерів. Проектований готель на 60 номерів формує близько 4–5 % цього сегмента.

У 2024 р. середня завантаженість готелів Одеси за перші дев'ять місяців сягнула 40 % проти 24 % у 2023 р., а пікове серпнєве значення зросло з 35 % до 76 % [19; 20]. Середній тариф у пік збільшився приблизно на 40 % і становив близько 3 800 грн [2; 19]. Попри зростання ADR, річний RevPAR залишається помірним через глибокий міжсезонний спад, що підкреслює критичність управління сезонністю: ключовим резервом дохідності є рівномірність завантаження впродовж року - завдання, яке вирішує концепція проєктованого закладу.

Цінову сегментацію ринку наведено в табл. 1.2; цільовим для проєкту є бізнес-сегмент (2200–3500 грн), у якому середньозважений тариф (ADR) становить близько 3277 грн. Саме на цей рівень орієнтовано цінове позиціонування проєктованого закладу: тарифна сітка охоплює діапазон від 2200

грн за одномісний стандарт до 6200 грн за люкс, тобто розташована у верхній частині бізнес-сегмента 4* з частковим входженням у нижню межу преміального сегмента.

Таблиця 1.2

Цінова сегментація готельного ринку м. Одеса, 2025 р.

Ціновий сегмент	Діапазон, грн	Типові представники	Категорія
Економ	до 1500	хостели, міні-готелі	1–2*
Середній	1500–2200	Alarus, Wall Street, Continental	3–4*
Бізнес (цільовий)	2200–3500	Ayvazovsky, «Моцарт», Frederic Koklen	4*
Преміум	3500–7000+	Hotel de Paris, Bristol	5*

Обрана стратегія цінового позиціонування передбачає динамічне ціноутворення: тариф коригується залежно від сезону, дня тижня, поточної заповнюваності та подієвого календаря міста. Такий підхід дозволяє максимізувати дохід у пікові періоди та стимулювати попит у міжсезоння через пакетні пропозиції, що поєднують проживання з діловими послугами (коворкінг, переговорні кімнати), яких немає у конкурентів. Для корпоративних клієнтів і довгострокового проживання застосовуються спеціальні договірні тарифи, що додатково стабілізує завантаження у низький сезон.

На рівень цін у сегменті впливають такі чинники як локація, категорія та бренд, склад включених послуг (сніданок, паркінг, доступ до ділової інфраструктури), а також подієвий календар міста, який створює короткострокові цінові піки. Для проєктованого закладу це означає, що додаткова цінність формується за рахунок базового доступу до коворкінгу та цифрових сервісів, включеного у тариф, що дозволяє обґрунтовано утримувати ціну у без ризику цінової конкуренції з класичними готелями.

Відповідно до методики бенчмаркінгу, до конкурентної групи доцільно включати 4–10 закладів, подібних за категорією, локацією, ціною та обсягом фонду [22]. Доцільно розрізняти прямих конкурентів (міські бізнес-готелі 4–5* центральної Одеси) та непрямих (апартаменти й оренда квартир через

Booking і Airbnb, що формують до 55,7 % попиту [1]). Слід враховувати, що конкурентами готелю є не лише заклади, розташовані поблизу: для бізнес-готелю категорії 4* конкурентне поле охоплює всі заклади 4–5* міста, здатні обслуговувати ділового гостя. За допомогою систем Booking.com і Google Maps відібрано вісім найсильніших прямих конкурентів (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Порівняльна характеристика готелів-конкурентів м. Одеса

Назва готелю	Розташування	Кат. номерів	Кількість номерів	Ціна за номер, грн	Тип готелю, послуги
Hotel de Paris MGallery	вул. Катерининська, 4/1	5*	51	від 3500	мережевий lifestyle; ресторан, SPA, конференц-зали
Bristol Hotel	вул. Італійська, 15	5*	113	від 5000	історичний luxury; SPA, ball-room, 3 конференц-зали
Continental Hotel	вул. Дерибасівська, 5	4*	54	від 1900	класичний бізнес; SPA, фітнес, бізнес-центр
Frederic Koklen	пров. Отонівський, 7	4*	17	від 3594	бутік; авторський дизайн, конференц-сервіс
Ayvazovsky Hotel	вул. Буніна, 19	4*	29	від 2000	класичний; ресторан, бар, конференц-зал, трансфер
Alarus Luxe Hotel	вул. В. Арнаутська, 82А	4*	26	від 1500	міський бізнес; ресторан, конференц-зал, паркінг
Wall Street – Maestro	пров. Івана Луценка, 12	4*	26	від 1800	бізнес-готель; бізнес-центр, конференц-зал
Готель «Моцарт»	вул. Ланжеронівська, 13	4*	42	від 2600	класичний центр; 4 конференц-зали, ресторан

Узагальнюючи дані щодо конкурентів, можна зазначити таке:

1. У центральній частині Одеси в сегменті готелів категорії 4–5 зірок працює близько 8–12 закладів, загальний номерний фонд яких становить близько 360 номерів.

2. Основними гостями конкурентів є бізнес-туристи, учасники ділових заходів, заможні туристи та представники преміального сегмента. Готелі мають високі оцінки за розташування, чистоту, комфорт і якість обслуговування.

3. У літній період завантаження готелів становить 76–90 %. У міжсезоння цей показник знижується до 21–35 %. Узимку центральні бізнес-готелі зберігають завантаження на рівні 45–57 % завдяки стабільному діловому попиту.

4. На ринку переважають історичні готелі класу luxury, зокрема Bristol, Hotel de Paris і Frederic Koklen, а також класичні міські бізнес-готелі, серед яких Continental, Alarus, Wall Street, «Моцарт» та Ayvazovsky. Більшість закладів працює за традиційною моделлю, яка поєднує номерний фонд, ресторан і конференц-зал.

5. Готелі відрізняються категорією, місткістю, вартістю проживання та масштабом конференц-інфраструктури. Їхня місткість становить від 17 до 113 номерів. Вартість проживання коливається від 1500 до понад 5000 грн. Водночас концептуальні відмінності між закладами є незначними.

6. Жоден із розглянутих готелів не пропонує повноцінного коворкінгу, який працює цілодобово. У закладах відсутня комплексна система фокус-кабін, переговорних кімнат і резидентських пакетів. Цифрові сервіси використовуються окремо та не об'єднані в єдину платформу.

7. Гостям бракує можливості одночасно проживати й продуктивно працювати в одному просторі. Вони змушені додатково шукати офіс або сторонній коворкінг. Також недостатньо розвинені сучасні технологічні послуги, зокрема швидка цифрова реєстрація, стабільний гігабітний інтернет і зручний доступ до переговорних кімнат.

Для аналізу конкурентів застосовано метод бальної оцінки. Кожен заклад оцінено за п'ятьма базовими критеріями якості (розташування, чистота, співвідношення «ціна/якість», комфорт, персонал за даними рейтингів Booking.com) та чотирма спеціальними критеріями, що відображають

відповідність продукту потребам сучасного ділового гостя: бізнес-інфраструктура, технологічність, унікальність концепції та цифрові сервіси. Кожен критерій оцінювався за десятибальною шкалою; максимальна сума - 90 балів. Для порівняння в оцінку включено і проєктований заклад (табл. 1.4), а результати рейтингу наведено на рис. 1.1.

Таблиця 1.4

Бальна оцінка конкурентоспроможності готелів-конкурентів

Готель	Базові критерії (макс. 50)	Бізнес-інфраструктура (10)	Технологічність (10)	Унікальність концепції (10)	Цифрові сервіси (10)	Разом (90)
Bristol	45	8	6	4	4	67
Hotel de Paris	45	7	6	4	4	66
Готель «Моцарт»	44	7	5	4	5	65
Continental	44	7	6	3	4	64
Frederic Koklen	44	5	5	7	3	64
Ayvazovsky	43	6	5	4	4	62
Wall Street – Maestro	42	7	5	3	4	61
Alarus Luxe	42	6	5	3	4	60
Synergy Hub (проєкт)	44	10	9	9	7	79

Конкурентна група набрала від 60 до 67 балів, а саме провідні заклади - *Bristol, Hotel de Paris, «Моцарт», Continental i Frederic Koklen.*

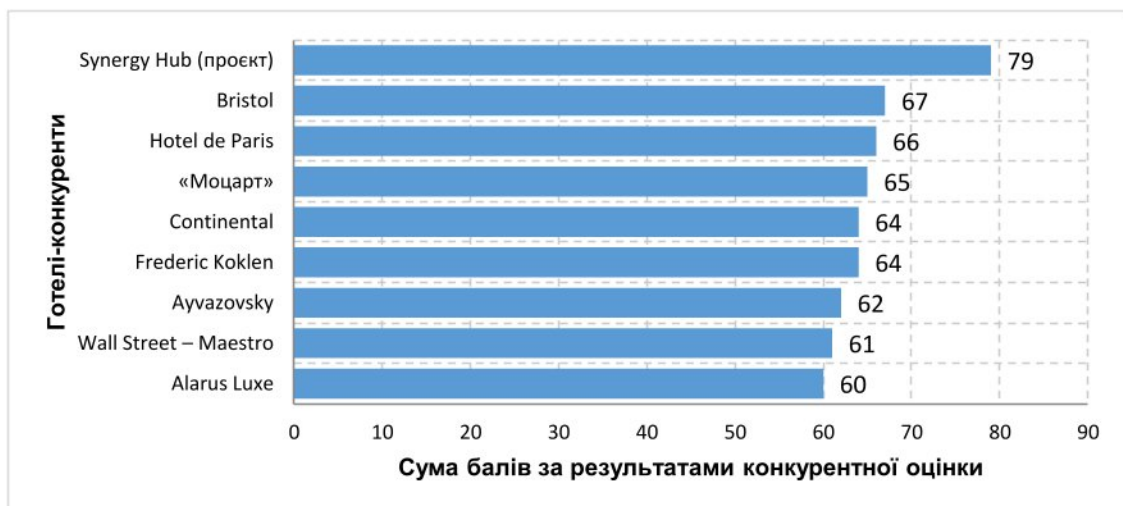


Рис. 1.1. Рейтинг конкурентоспроможності готелів за бальною оцінкою

Всі заклади без винятку отримали низькі оцінки за критеріями «бізнес-інфраструктура», «технологічність», «унікальність концепції» та «цифрові сервіси» - саме ці параметри становлять зону диференціації для нового проєкту. Проєктований «Synergy Hub Hotel», поступаючись новим брендом за базовими критеріями (відсутність накопиченої репутації), за рахунок спеціальних критеріїв отримує інтегральну оцінку 79 балів - на 12 балів вище за найсильнішого конкурента.

Для глибшого розуміння конкурентного середовища доцільно стисло охарактеризувати кожного з ключових конкурентів.

Hotel de Paris MGallery (5)* - мережевий lifestyle-готель під управлінням Ассор, розташований у самому серці міста. Сильні сторони - впізнаваний бренд, ресторан і SPA, конференц-зали; орієнтований на преміум-сегмент і ділових гостей вищого рівня. Робоча інфраструктура для тривалого перебування відсутня.

Bristol Hotel (5)* - історичний luxury-готель із найбільшим номерним фондом (113 номерів), SPA, бальною залою та трьома конференц-залами. Лідер преміум-сегмента, проте з класичним продуктом без коворкінг-складової.

Continental Hotel (4)* - класичний бізнес-готель на Дерибасівській із SPA, фітнесом і бізнес-центром; конкурує ціною та локацією, але технологічно й концептуально не диференційований.

Frederic Koklen (бутик, 4)* - найменший заклад (17 номерів) з авторським дизайном та високою якістю сервісу; завдяки унікальності отримав найвищі серед конкурентів оцінки за критерієм концепції, проте малий фонд обмежує його роль на ринку MICE.

Ayvazovsky Hotel (4)* - класичний міський готель із рестораном, баром, конференц-залом і трансфером; орієнтований на туристів і ділових гостей середнього рівня.

Alarus Luxe Hotel (4)* - міський бізнес-готель із власним паркінгом і конференц-залом; конкурентною перевагою є співвідношення ціни та якості.

Wall Street – Maestro (4)* - бізнес-готель із бізнес-центром і конференц-залом, орієнтований на ділового гостя, проте без сучасних гнучких робочих просторів.

Готель «Моцарт» (4)* - класичний центральний готель біля Оперного театру з чотирма конференц-залами та рестораном; сильний у MICE-сегменті, але без коворкінгу та цифрових сервісів.

Окремо слід оцінити непряму конкуренцію з боку апартаментів та короткострокової оренди житла (Booking, Airbnb), які формують до 55,7 % попиту на розміщення в місті [1]. Цей сегмент конкурує ціною та «домашнім» форматом, проте не забезпечує ділового сервісу: у ньому відсутні гарантований стандарт якості, цілодобова рецепція, робоча інфраструктура, конференц-можливості та корпоративна звітність, необхідна для оформлення відряджень. Для цільового ділового сегмента апартаменти є лише частковим заміником, а для сегмента діджитал-номадів проєктований заклад пропонує пряму альтернативу - резидентські пакети тривалого проживання з включеним коворкінгом за порівнянної місячної вартості.

Асортимент додаткових послуг конкурентів є типовим для класичної моделі: ресторан або бар, конференц-зал, іноді SPA чи фітнес, трансфер і пральня.

Спільним для всіх конкурентів є відсутність інтегрованого коворкінгу, обмежений набір цифрових сервісів та класична модель «номер + конференц-зал». Ця ринкова прогалина - інтегрований коворкінг 24/7, резидентські пакети, фокус-кабіни та комплекс цифрових сервісів - визначає конкурентну нішу проєктованого закладу та є основою для формування його унікальної торгової пропозиції.

Аналіз попиту засвідчує його переорієнтацію на внутрішній ринок: понад 92 % опитаних планували відпочинок, з яких майже 70 % обирали Україну [2]. Окремим стійким сегментом є діловий туризм (MICE - Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), що має слабку залежність від сезону.

Попит на коворкінги стабільно зростає, проте на готельному ринку міста майже не задоволений [27].

Структуру цільового попиту проектного закладу наведено в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Сегментація цільового попиту проектного бізнес-готелю

Сегмент попиту	Частка, %	Сезонність	Ключові потреби
Бізнес-туристи	≈ 35	цілорічна	робоча зона, інтернет, швидка реєстрація
ІТ-фахівці та діджитал-номади	≈ 25	цілорічна	коворкінг, тиша, тривале проживання
Учасники конференцій	≈ 15	подієва	конференц-зали, кейтеринг, AV-обладнання
Підприємці та стартап-команди	≈ 10	цілорічна	переговорні, нетворкінг, гнучкі тарифи
Туристи	≈ 10	літо, вихідні	локація, комфорт, дизайн
Резиденти коворкінгу (зовнішні)	≈ 5	цілорічна	абонементи, фокус-кабіни, принт-центр

Близько двох третин цільового попиту (бізнес-туристи, ІТ-фахівці, підприємці та резиденти коворкінгу - сукупно 75 %) має цілорічний характер, а з урахуванням подієвого сегмента учасників конференцій (15 %), пік активності якого припадає саме на міжсезоння, до 90 % цільового попиту не прив'язано до курортного сезону. З боку пропозиції ринок характеризується дефіцитом якісного брендованого бізнес-продукту (потреба у розширенні фонду на 30–40 %) та відсутністю формату «готель + коворкінг» [14; 15]. Альтернативні засоби розміщення (Booking, Airbnb) не забезпечують бізнес-сервісу, тому для ділового сегмента є лише частковим замінником.

Узагальнюючи співвідношення попиту та пропозиції, можна констатувати наявність структурного дисбалансу: попит на якісний бізнес-продукт із робочою інфраструктурою зростає, тоді як пропозиція представлена переважно класичними готелями без коворкінгу та сучасних цифрових сервісів.

Саме цей дисбаланс визначає ринкову нішу для проєктованого закладу та обґрунтовує його конкурентоспроможність.

Окремої уваги заслуговує сегмент MICE (ділові заходи, конференції, тренінги), який в Одесі обслуговується фрагментарно та переважно великими готелями. Поєднання конференц-центру з коворкінгом і проживанням створює замкнений цикл, що є рідкісною пропозицією на ринку.

Зростання IT-сектору та кількості діджитал-номадів додатково підсилюють попит на гнучкі робочі простори з можливістю тривалого проживання, який наразі майже не задоволений.

Драйверами ділового попиту в Одесі є кілька процесів, що діють одночасно. По-перше, часткова релокація бізнесу та поява нових компаній формують потік відряджень і робочих візитів, не пов'язаний із курортним сезоном. По-друге, відновлення ділових зв'язків, ярмарків, галузевих подій і освітніх програм повертає до міста подієвий попит. По-третє, розвиток регіонального IT-кластера та фрілансу створює локальний попит на якісні робочі простори, який сьогодні задовольняється переважно окремими міськими коворкінгами без готельного сервісу. Проєктований заклад об'єднає ці потоки в межах однієї бізнес-екосистеми.

Важливо підкреслити, що коворкінг у складі готелю обслуговує два потоки попиту одночасно: внутрішній (гості готелю, для яких базовий доступ до робочого простору включено у вартість проживання) та зовнішній (мешканці міста й приїжджі, які купують погодинні, денні або місячні абонементи).

Зовнішні резиденти формують стабільний передбачуваний дохід, не пов'язаний із завантаженням номерного фонду, та водночас створюють живу професійну спільноту, яка підвищує цінність закладу для ділових гостей.

Сезонність є головним викликом курортної Одеси та визначальним ризиком операційної моделі готелю. Помісячний розподіл завантаженості наведено в табл. 1.6, а порівняння характерних сезонних рівнів ринку з цільовими показниками проєктованого закладу - на рис. 1.2.

Помісячна завантаженість та коефіцієнт сезонності готелів Одеси, 2024 р.

Місяць	Завантаженість, %	Коеф. сезонності
Січень	22	0,52
Лютий	25	0,59
Березень	28	0,66
Квітень	30	0,70
Травень	38	0,89
Червень	52	1,22
Липень	70	1,64
Серпень	76	1,78
Вересень	63	1,48
Жовтень	40	0,94
Листопад	33	0,77
Грудень	35	0,82

Середньорічна завантаженість 2024 р. становила близько 43 %. Коефіцієнт сезонності коливається від 0,52 узимку до 1,78 у серпні. У сприятливі літні періоди завантаженість може сягати 80–90 %, тоді як узимку опускається до 25–35 % - саме такий «профіль» ринку відображено на рис. 1.2, де для кожного сезону наведено характерний рівень завантаженості ринку та цільовий рівень проєктованого закладу.

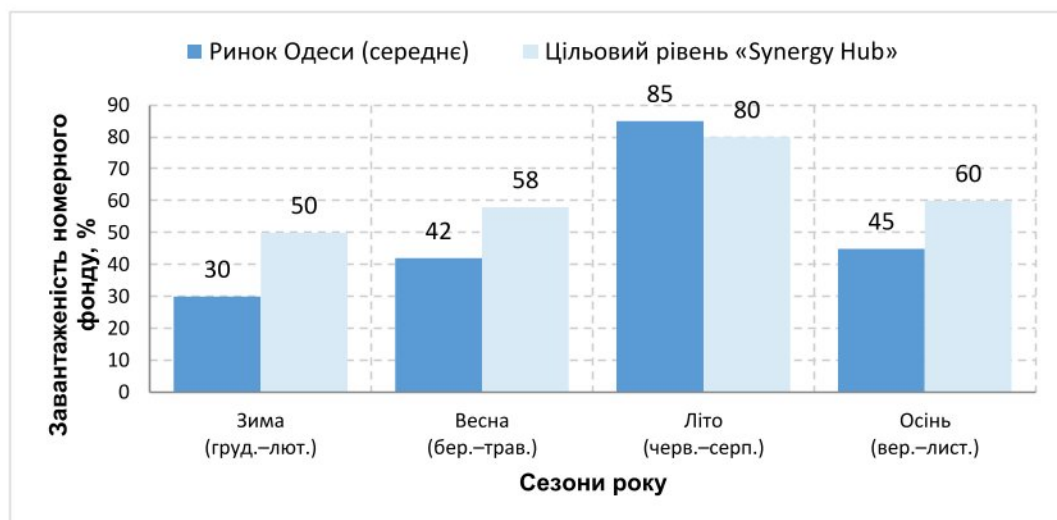


Рис. 1.2. Характерні рівні завантаженості готелів Одеси за сезонами та цільові показники для «Synergy Hub Hotel»

Безпекові та економічні ризики, притаманні регіону, у проєкті мінімізуються комплексом заходів: облаштуванням укриття в цокольному рівні, системою оповіщення, резервними каналами зв'язку та енергоживлення, страхуванням майна, гнучкою тарифною політикою, а головне - диверсифікацією джерел доходу (проживання, коворкінг, конференц-послуги, ресторан), яка підвищує стійкість бізнес-моделі до коливань окремих сегментів попиту. Узагальнення результатів аналізу шести складових кон'юнктури подано в табл. 1.7.

Таблиця 1.7

Зведена оцінка кон'юнктури готельного ринку м. Одеса
для проєктованого закладу

Складова кон'юнктури	Оцінка впливу	Ключовий висновок
Ціни	Сприятливий	Зростання ADR (+40 % у пік); цільовий бізнес-сегмент 2200–3500 грн
Конкуренція	Сприятливий	8 конкурентів із класичним сервісом; вільна ніша «готель + коворкінг»
Попит і пропозиція	Сприятливий	Відновлення попиту; дефіцит фонду 30–40 %; потреба у робочих просторах
Сезонні коливання	Ризиковий	Розмах до 3,5 раз; згладжується діловою моделлю та диверсифікацією
Держрегулювання	Нейтральний	Помірне; безпекові вимоги однакові для всіх гравців
Перспективи розвитку	Сприятливий	Тренд на мікс-продукти та MICE; вікно можливостей для Одеси

Як видно з табл.1.7, чотири з шести складових кон'юнктури мають сприятливий вплив, одна - нейтральний, і лише сезонність становить керований ризик, що нейтралізується концепцією закладу.

Отже, ринок Одеси характеризується відновлювальним, але виразно сезонним попитом, зростанням цінових показників та дефіцитом сучасного брендованого бізнес-продукту. Прямі конкуренти (8 закладів 4–5*) за більшою оцінкою набрали від 60 до 67 балів і поступаються за критеріями бізнес-інфраструктури, технологічності, унікальності концепції та цифрових

сервісів. Виявлений ринковий розрив обґрунтовує конкурентоздатність створення міського бізнес-готелю на 60 номерів з інтегрованими коворкінг-просторами.

1.2. Розробка концепції та формування унікальної торгової пропозиції

На основі результатів аналізу п. 1.1 сформовано концепцію закладу. Вибір формату «готель + коворкінг» безпосередньо впливає з виявленого структурного дисбалансу (дефіцит робочої інфраструктури за зростаючого ділового попиту) та антисезонної стійкості ділового сегмента. Концепцію сформульовано так:

«Synergy Hub Hotel» - перший в Одесі міський бізнес-готель формату «hotel + coworking», що поєднує комфортне проживання рівня 4, робочу інфраструктуру 24/7 та майданчик для конференцій і нетворкінгу в єдиній бізнес-екосистемі.*

Ключова ідея проєкту - створення єдиної бізнес-екосистеми, у якій чотири функціональні блоки (проживання, коворкінг, конференц-центр, ресторан) працюють як взаємопов'язані та взаємопідсилювальні елементи (рис. 1.3).

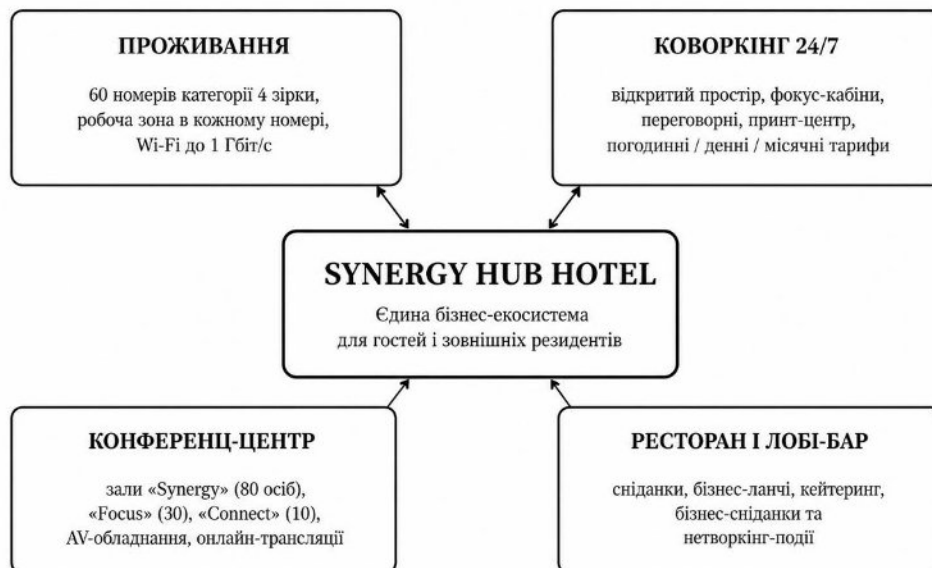


Рис. 1.3. Схема бізнес-екосистеми «Synergy Hub Hotel»

В основу бізнес-моделі закладу покладено принцип диверсифікації джерел доходу: проживання, коворкінг, конференц-послуги та ресторан формують взаємодоповнювані потоки виручки, що знижують залежність від сезонності та підвищують стійкість підприємства. Гості готелю отримують доступ до коворкінгу 24/7, переговорних кімнат, інтернету швидкістю до 1 Гбіт/с та можливість працювати без пошуку окремого офісу. Зовнішнім резидентам пропонуються погодинні, денні й місячні тарифи, фокус-кабіни, командні зони, принт-центр і нетворкінг-події. Такий підхід розширює цільову аудиторію далеко за межі класичного готельного гостя та формує додаткові, незалежні від сезону джерела доходу. Структуру концепції наведено в табл. 1.8.

Таблиця 1.8

Структура концепції готелю «Synergy Hub Hotel»

Розділ	Характеристика
Тип закладу	Міський бізнес-готель з інтегрованими коворкінг-просторами
Категорія і тематика	4*; гібридний формат «hotel + coworking», tech-мінімалізм
Місткість	60 номерів п'яти категорій; коворкінг $\approx 400 \text{ м}^2$; 3 конференц-зали («Synergy» - 80, «Focus» - 30, «Connect» - 10 осіб)
Форми обслуговування	Цифрова реєстрація, смарт-ключі, цифровий консьєрж; погодинна/денна/місячна оренда робочих місць
Відмінні особливості	Коворкінг 24/7 для гостей і резидентів; нетворкінг як сервіс; диверсифікація доходів; зниження сезонності
Основні споживачі	Бізнес-туристи; ІТ-фахівці; учасники конференцій; підприємці; туристи нового покоління; гості коворкінгу
Спектр послуг	Основні: проживання, сніданок, Wi-Fi 1 Гбіт/с, базовий коворкінг, зберігання багажу, цифровий консьєрж. Додаткові: переговорні, конференц-зали, ресторан, лобі-бар, фітнес, трансфер, друк матеріалів, події
Програма просування	Digital-маркетинг, SMM, OTA, корпоративні договори, програми лояльності, партнерства з бізнес-спільнотами
Етапи впровадження	1) передпроектна підготовка; 2) проектування; 3) будівельно-ремонтні роботи; 4) оснащення; 5) набір персоналу; 6) відкриття

Реалізацію концепції передбачено у шість послідовних етапів. На етапі передпроектної підготовки уточнюються ринкові параметри, юридичні умови та джерела фінансування; етап проектування охоплює розробку архітектурно-планувальних і технологічних рішень відповідно до чинних ДБН та ДСТУ; далі виконуються будівельно-ремонтні роботи, оснащення закладу меблями, обладнанням та ІТ-мережею. Завершальні етапи - набір і навчання персоналу, а також soft-opening із запуском маркетингової кампанії, що дозволяє відпрацювати сервісні процеси на обмеженому потоці гостей до офіційного відкриття.

Особливістю впровадження саме гібридного формату є пріоритетність ІТ-інфраструктури: резервовані канали інтернету, Wi-Fi покриття корпоративного класу, система управління готелем (PMS), платформа бронювання робочих місць і переговорних мають бути введені в експлуатацію та протестовані до відкриття, оскільки становлять ядро унікальної торгової пропозиції.

Для розміщення закладу обрано центральну частину Одеси, а саме район вулиць Грецька та Рішельєвська, що є осередком ділової, культурної й туристичної активності міста. Перевагами розташування є центральна локація, пішохідна доступність визначних пам'яток, близькість бізнес-центрів, банківських установ та офісів. Розвинена інфраструктура, зручний зв'язок із транспортними вузлами та високий пішохідний трафік сприяють впізнаваності закладу. Водночас необхідно враховувати дефіцит паркувальних місць, високу вартість нерухомості, міський шум і щільну забудову.

Характеристика цільової аудиторії

Концепція орієнтована на цілорічний діловий попит. За результатами сегментації виокремлено шість ключових сегментів цільової:

– *бізнес-туристи* (30–50 років, цінують ефективність, цифрові сервіси та робочу інфраструктуру);

– *ІТ-фахівці та діджитал-номади* (24–40 років, потребують швидкого інтернету, тихих робочих зон, проживання від кількох днів до місяця);

- *учасники конференцій* (гості форумів, тренінгів, корпоративних та ІТ-заходів, що проводяться у конференц-центрі закладу та в місті);
- *підприємці та стартап-команди* (25–45 років, орієнтовані на партнерства, інвесторів і нетворкінг);
- *туристи* (відвідувачі культурних подій та мандрівники, які обирають сучасний дизайн і центральну локацію);
- *резиденти коворкінгу* (зовнішні клієнти робочих просторів, що формують стабільний цілорічний дохід та професійну спільноту закладу).



Рис. 1.4. Структура цільової аудиторії «Synergy Hub Hotel» за сегментами

Детальний портрет основного сегмента наведено в табл. 1.9.

Таблиця 1.9

Портрет цільової аудиторії проєктованого готелю

Критерій	Характеристика
Демографія	Чоловіки та жінки 30–50 років; вища освіта; керівні та експертні посади
Рівень доходу	Середній та вище середнього; витрати оплачує роботодавець або власний бізнес
Мета візиту	Відрядження, переговори, участь у заходах, bleisure

1	2
Поведінка	Раннє бронювання, лояльність до брендів, користування цифровими сервісами
Очікування	Швидка реєстрація, стабільний інтернет, тиха робоча зона, близькість до ділових об'єктів
Канали бронювання	Корпоративні договори, ОТА (Booking), власний сайт та застосунок

Унікальна торгова пропозиція (УТП)

Унікальна торгова пропозиція закладу формулюється так: можливість проживати, працювати, проводити переговори й організовувати заходи в одному технологічному просторі в центрі Одеси.

Унікальність торгової пропозиції полягає у конкретних відмінностях, відсутніх у конкурентів:

- інтегрований коворкінг 24/7 для гостей та зовнішніх резидентів - формат, відсутній у конкурентів Одеси;
- переговорні кімнати, конференц-зали, принт-центр і бізнес-лаунж під одним дахом;
- smart-номери з повноцінною робочою зоною та інтернетом до 1 Гбіт/с;
- центральна локація поряд із діловою та культурною інфраструктурою міста;
- нетворкінг як сервіс: бізнес-сніданки, лекції, зустрічі професійної спільноти;
- диверсифікація доходів (проживання, коворкінг, конференції, ресторан), що знижує залежність від сезону.

Комерційне ядро УТП складають ділові сервіси з прозорою тарифікацією: денний доступ до коворкінгу - орієнтовно 700 грн, місячний резидентський пакет - 5500 грн; окремо тарифікуються фокус-кабіни та переговорні кімнати. Конференц-центр включає зали «Connect» (до 10 осіб), «Focus» (до 30 осіб) та «Synergy» (до 80 осіб) з AV-обладнанням, мож-

ливістю відеоконференцій та онлайн-трансляцій, технічним супроводом, кава-брейками та бізнес-ланчами від власного ресторану.

Для різних сценаріїв споживання УТП конкретизовано у пакетних пропозиціях, що поєднують проживання, робоче місце, харчування, переговорні й технічні послуги (табл. 1.10). Пакетування спрощує вибір для клієнта, збільшує середній чек і стимулює повторні звернення корпоративних замовників.

Таблиця 1.10

Пакетні пропозиції «Synergy Hub Hotel»

Пакет	Цільовий сценарій	Склад пакета
Work Day	робочий день у місті без проживання	робоче місце в коворкінгу, кава-пойнт, бізнес-ланч
Business Trip	класичне відрядження 1–3 доби	проживання, сніданок, коворкінг, година переговорної
Nomad Stay	тривале проживання діджитал-номада	проживання від 7 діб, резидентський доступ до коворкінгу, знижка на харчування
Team Sprint	виїзна робота команди / стартапа	блок номерів, командна зона коворкінгу, переговорна, кейтеринг
Conference Lite	невеликий захід до 30 осіб	зал «Focus», AV-обладнання, кава-брейк
Conference Pro	конференція до 80 осіб	зал «Synergy», технічний супровід, трансляція, кава-брейки, бізнес-ланч, блок номерів зі знижкою

Сервісна модель готелю будується на принципі «технології замість черг»: цифрова реєстрація дозволяє гостю оминати стійку рецепції, смарт-ключі в мобільному застосунку відкривають номер і робочі зони, а цифровий консьєрж бере на себе типові запити - від замовлення трансферу до бронювання переговорної кімнати. Персонал при цьому не заміщується, а вивільняється для персоналізованого сервісу та вирішення нестандартних ситуацій. Для ділового гостя, який цінує час, швидкість і передбачуваність кожної операції є самостійними цінностями та критеріями вибору закладу.

Візуальне позиціонування бренду реалізується через інтер'єрну концепцію tech-мінімалізму з нейтральною кольоровою гамою із синіми акцентами, максимумом природного освітлення, ергономічними меблями, акустичними панелями та прозорими перегородками у громадських зонах. Такий дизайн підтримує концентрацію та продуктивність, які є ключовими цінностями цільової аудиторії.

Назва готелю «Synergy Hub» передає сутність концепції - синергія проживання, роботи та спілкування в єдиному хабі.

Узагальнення внутрішніх та зовнішніх чинників розвитку закладу наведено у формі SWOT-аналізу (табл. 1.11). Сильні сторони проєкту концентруються навколо унікальної концепції та цілодобової бізнес-інфраструктури; слабкі сторони є типовими для нового гравця ринку; можливості пов'язані з макротрендами віддаленої роботи та розвитку ІТ-сектору; загрози - переважно зовнішні, безпекового та макроекономічного характеру.

Таблиця 1.11

SWOT-аналіз проєктованого готелю «Synergy Hub Hotel»

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
– унікальна концепція «готель + коворкінг»; – tech-мінімалізм і сучасний дизайн; – бізнес-інфраструктура 24/7; – інтернет 1 Гбіт/с і цифрові сервіси; – конференц-зали з AV-обладнанням; – гнучка система тарифів	– новий бренд без сталої репутації; – високі стартові інвестиції; – потреба в ІТ-фахівцях; – обмеженість паркування у центрі; – відсутність SPA-зони та басейну; – залежність від стабільного інтернету
Можливості (O)	Загрози (T)
– зростання попиту на коворкінги; – розвиток ІТ-сектору Одеси; – партнерства з бізнес-спільнотами; – організація конференцій, хакатонів, подій; – програми лояльності для корпоративних клієнтів	– безпекова та економічна нестабільність; – воєнні ризики для ділового туризму; – конкуренція мережевих готелів; – зростання собівартості послуг; – коливання курсу валют та інфляція

Стратегічна логіка роботи з результатами SWOT-аналізу полягає у використанні сильних сторін для реалізації можливостей (унікальна концепція + зростання попиту на коворкінги = швидке захоплення вільної ніші) та у нейтралізації загроз через внутрішні ресурси (диверсифікація доходів і гнучкі тарифи проти економічної нестабільності; укриття, система оповіщення та резервні канали зв'язку проти безпекових ризиків). Слабкі сторони компенсуються активним digital-просуванням нового бренду та поетапним інвестуванням.

Для обґрунтування стійкості концепції у зовнішньому середовищі виконано PEST-аналіз - оцінку політичних, економічних, соціальних і технологічних чинників, що впливають на проєкт (табл. 1.12).

Таблиця 1.12

PEST-аналіз середовища проєктованого закладу

Чинник	Вплив на проєкт
Політичні (P)	Воєнний стан і безпекові ризики; державна підтримка туризму та відновлення; стабільне, помірне регулювання галузі
Економічні (E)	Інфляція та коливання курсу; поступове відновлення економіки; зростання інвестицій у гостинність; зростання ADR
Соціальні (S)	Переорієнтація на внутрішній туризм; розвиток IT-сектору; поширення віддаленої та гібридної роботи; попит на нетворкінг
Технологічні (T)	Цифровізація сервісу (PMS, смарт-ключі, застосунки); поширення коворкінг-форматів; автоматизація обслуговування

PEST-аналіз засвідчує, що, попри безпекові та економічні ризики, соціальні й технологічні тренди (віддалена робота, цифровізація, попит на гнучкі простори) є потужними драйверами саме для формату «готель + коворкінг», що підтверджує своєчасність концепції.

Актуальність концепції «Synergy Hub Hotel» визначається тим, що вона поєднує сучасні світові тенденції розвитку гібридної гостинності з реальними потребами готельного ринку Одеси. У міжнародній практиці дедалі більшого

поширення набувають формати, у яких готель перестає бути лише місцем тимчасового проживання та перетворюється на багатофункціональний простір для роботи, навчання, ділового спілкування, проведення заходів і формування професійних зв'язків. Зокрема, бренди «Моху by Marriott», «JO&JOE», «Selina» та «The Social Hub» демонструють ефективність поєднання номерного фонду з коворкінгами, переговорними кімнатами, гнучкими громадськими зонами, навчальними просторами та регулярними подіями для гостей. Такий підхід дає змогу залучати не лише традиційних туристів, а й бізнес-мандрівників, підприємців, учасників конференцій, фахівців ІТ-сфери, діджитал-номадів і гостей, які потребують умов для тривалого проживання та віддаленої роботи.

Водночас концепція «Synergy Hub Hotel» не копіює закордонні аналогії, а адаптує їхні найкращі рішення до особливостей місцевого ринку. Під час її формування враховано структуру ділового попиту в Одесі, менший масштаб міста порівняно з великими європейськими центрами, потреби української професійної спільноти, сезонність туристичних потоків, а також сучасний безпековий контекст. Тому в проєкті передбачено не лише готельні номери та коворкінг, а й конференц-центр, переговорні кімнати, ресторан, лобі-бар, стабільний доступ до швидкісного інтернету, резервні джерела живлення, укриття та гнучкі умови скасування бронювання. Крім того, поєднання різних функціональних зон у межах одного комплексу дає змогу гостям одночасно проживати, працювати, проводити зустрічі, брати участь у заходах і користуватися ресторанними послугами без необхідності переміщення місцем.

Важливим чинником актуальності концепції є наявність незаповненої ринкової ніші. Проведений конкурентний аналіз показав, що більшість готелів Одеси пропонують якісне проживання, харчування та окремі конференц-послуги, проте не мають повністю інтегрованої робочої інфраструктури, розрахованої як на гостей готелю, так і на зовнішніх резидентів. Саме тому «Synergy Hub Hotel» позиціонується як бізнес-готель категорії 4 зірки у фор-

маті «hotel + coworking», де коворкінг є не додатковою послугою, а одним із головних елементів концепції. Таке позиціонування створює чітку відмінність від конкурентів і формує зрозумілу унікальну торгову пропозицію для цільової аудиторії.

Крім того, концепція має потенціал для забезпечення більш стабільного цілорічного попиту. Якщо традиційні туристичні готелі Одеси значною мірою залежать від літнього сезону, то бізнес-мандрівники, учасники конференцій, підприємці, ІТ-фахівці та резиденти коворкінгу можуть користуватися послугами закладу протягом усього року. Проведення ділових заходів, робочих зустрічей, тренінгів, бізнес-сніданків і нетворкінг-подій у міжсезоння сприятиме завантаженню номерного фонду та громадських просторів. Водночас пакетні пропозиції, які поєднують проживання, робоче місце, харчування та участь у заходах, роблять продукт більш зрозумілим і зручним для різних груп споживачів.

Отже, актуальність «Synergy Hub Hotel» підтверджується одночасно кількома чинниками: поширенням гібридних форматів у світовій готельній практиці, зміною потреб сучасних гостей, розвитком віддаленої роботи, наявністю локального ділового попиту та відсутністю в Одесі повноцінного комплексного формату, що поєднує готель і коворкінг. Адаптація міжнародного досвіду до умов регіонального ринку формує наукову новизну проєкту, а чітке позиціонування, визначена цільова аудиторія, антисезонна структура попиту та інтегрована інфраструктура створюють стійкі конкурентні переваги. Таким чином, результати аналізу ринку, конкурентного середовища й міжнародних практик свідчать про обґрунтованість і життєздатність обраної концепції та формують основу для подальшого технологічного проєктування готелю.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗДІЛ

2.1. Моделювання інфраструктурної складової проекту

У технологічному розділі відповідно до методичних вказівок [6] виконано моделювання інфраструктурної складової проекту, проектування окремих функціональних елементів готелю, розрахунок загальної площі та поверховості будівлі, обґрунтування інвестиційних витрат, опис технології обслуговування та визначення показників експлуатаційної програми. Усі розрахунки ґрунтуються на чинних нормативних документах: ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», ДБН В.2.2-20:2008 «Готелі», ДБН В.2.2-25:2009 «Підприємства харчування» [11; 12; 13].

Готель «Synergy Hub Hotel» проектується в центральній (Приморській) частині м. Одеса, у районі вулиць Грецька - Рішельєвська, що є осередком ділової, культурної та туристичної активності міста. Вибір локації обґрунтовано в п. 1.2 позиціонуванням закладу як бізнес-готелю: тут зосереджено офіси, бізнес-центри, банківські установи, заклади харчування та культурні об'єкти, що формують цільовий потік ділових гостей упродовж усього року. Містобудівний аналіз земельної ділянки наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Містобудівна характеристика земельної ділянки

Характеристика	Значення
Місце розташування	Приморський район, перетин вул. Грецька - Рішельєвська
Площа ділянки	0,12 га
Рельєф	Рівнинний, придатний для забудови без значних земляних робіт
Транспортна доступність	5–7 хв пішки до вул. Дерибасівської; 10 хв до Оперного театру; 1,5 км до залізничного вокзалу; $\approx$ 8 км до аеропорту «Одеса»; 3 км до морвокзалу
Під'їзні шляхи	Вулиці з твердим покриттям, громадський транспорт у пішій доступності
Прилегла інфраструктура	Бізнес-центри, банки, ресторани, музеї, Оперний театр, набережна

1	2
Інженерні мережі	Централізоване водо-, тепло-, електро- та газопостачання, каналізація, оптичний інтернет
Паркування	Власний паркінг на 14 машино-місць ($\approx 23\%$ фонду); договори з паркінгами поблизу

Розміщення в центрі міста накладає обмеження на площу ділянки, що зумовлює багатоповерхове компактне рішення будівлі. Транспортна та пішохідна доступність ділянки оцінюється як висока. У радіусі 10 хвилин пішки розташовані основні ділові, культурні та розважальні об'єкти центру Одеси, що дозволяє гостям обходитися без особистого транспорту.

Склад інфраструктури готелю обґрунтовано згідно зі спеціалізацією (бізнес-форматом), цільовою аудиторією, категорією 4*. Відповідно до рекомендацій методики, у некурортному сегменті основний акцент інфраструктури бізнес-готелю робиться на конференц-складовій, коворкінгу та банкетних зонах. До інфраструктури входять житловий, громадський, діловий (коворкінг та конференц-центр) і службово-господарський блоки. Склад інфраструктури наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Склад інфраструктури готельного підприємства

Об'єкт інфраструктури	Опис об'єкта інфраструктури
Приймально-вестибюльна група	Рецепція (служба СПіР), лобі, зона очікування, гардероб, камера схову, санвузли
Житлова група	60 номерів п'яти категорій; поверхові холи, ліфтовий вузол
Коворкінг-простір	Open space на 40 робочих місць, 4 фокус-кабіни, командні зони, принт-центр (2 поверх), режим 24/7
Конференц-центр	Зали «Synergy» (80 осіб), «Focus» (30), «Connect» (10), фойє, зона кава-брейків (3 поверх)
Заклад ресторанного господарства	Ресторан вищого класу на 100 місць, лобі-бар на 25 місць
Спортивно-рекреаційний блок	Фітнес-зал з роздягальнями

1	2
Адміністративно-побутові приміщення	Кабінети адміністрації, бухгалтерії, відділу продажів, кімнати персоналу
Службово-господарські приміщення	Пральня, інвентарні, технічні приміщення, серверна, склади, паркінг, укриття (цоколь)

Основою формування номерного фонду є спеціалізація та категорія готелю [6]. Для бізнес-готелю 4* передбачено п'ять типів номерів з обов'язковою робочою зоною, що відрізняє продукт від конкурентів, де робоче місце в номері не є стандартом. Розрахунок місткості готелю виконано з розбивкою номерів за типами та кількістю місць (табл. 2.3). [6]

Таблиця 2.3

Розрахунок місткості готелю на 60 номерів

Назва номерів	К-сть місць в 1 номері	% номерів кожного типу	Кількість номерів	Загальна кількість місць
Номер І категорії (Стандарт) одномісний	1	20	12	12
Номер І категорії (Стандарт) двомісний	2	75	45	90
Напівлюкс	1	1	1	1
Люкс	2	2	1	2
Апартамент	2	2	1	2
Всього		100	60	107

Одноразова місткість готелю становить 107 інвентарних місць.

Частка номерів підвищеної комфортності (апартаментів, напівлюксів та люксів) становить 5 %, частка номерів І категорії одно- і двомісних - 95% [6].

Наповнення номерів кожного типу визначено за загальними вимогами до готелів категорії 4* (ДСТУ 4269:2003) і наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Розрахунок обладнання і меблів номерів готелю «Synergy Hub Hotel»

Найменування	Кількість у номері (норматив)	Кількість номерів	Необхідна закупка, од.
Номер І категорії (Стандарт) одномісний - 12 номерів			
Ліжко односпальне 90×200 см	1	12	12
Тумбочка приліжкова	1	12	12
Робочий стіл	1	12	12
Крісло ергономічне	1	12	12
Стілець	1	12	12
Шафа з поличкою	1	12	12
Дзеркало	1	12	12
Килим	1	12	12
Світильники	3	12	36
Телевізор (smart-TV)	1	12	12
Телефон	1	12	12
Міні-сейф	1	12	12
Кондиціонер	1	12	12
Вішалка для верхнього одягу	1	12	12
Комплект постільної білизни	2	12	24
Рушники	4	12	48
Електричні розетки	6	12	72
Санвузол (душ, умивальник, унітаз)	1	12	12
Номер І категорії (Стандарт) двомісний - 45 номерів			
Ліжко двоспальне 160×200 см (або два односпальні 90×200 см)	1	45	45
Тумбочка приліжкова	2	45	90
Робочий стіл	1	45	45
Крісло ергономічне	1	45	45
Стілець	1	45	45
Шафа з поличкою	1	45	45
Дзеркало	1	45	45
Килим	1	45	45
Світильники	4	45	180

Продовження табл.2.4

Телевізор (smart-TV)	1	45	45
Міні-холодильник	1	45	45
Телефон	1	45	45
Міні-сейф	1	45	45
Кондиціонер	1	45	45
Вішалка для верхнього одягу	1	45	45
Комплект постільної білизни	2	45	90
Рушники	8	45	360
Електричні розетки	6	45	270
Санвузол (душ, умивальник, унітаз)	1	45	45
Напівлюкс одномісний- 1 номер			
Ліжко двоспальне 160×200 см	1	1	1
Тумбочка приліжкова	1	1	1
Робочий стіл (розширена робоча зона)	1	1	1
Крісло ергономічне	1	1	1
Стілець	1	1	1
Диван	1	1	1
Журнальний столик	1	1	1
Шафа з поличкою	1	1	1
Міні-бар	1	1	1
Телевізор (smart-TV)	1	1	1
Дзеркало	1	1	1
Килим	1	1	1
Світильники	4	1	4
Електричні розетки	8	1	8
Рушники	4	1	4
Комплект постільної білизни	2	1	2
Кондиціонер	1	1	1
Телефон	1	1	1
Міні-сейф	1	1	1
Вішалка для верхнього одягу	1	1	1
Санвузол (душ, умивальник, унітаз)	1	1	1

Люкс двомісний- 1 номер			
Ліжко двоспальне 160×200 см	1	1	1
Диван	1	1	1
Крісла	2	1	2
Тумбочка приліжкова	2	1	2
Робочий стіл	1	1	1
Крісло ергономічне	1	1	1
Журнальний столик	1	1	1
Шафа з поличкою	1	1	1
Міні-бар	1	1	1
Холодильник	1	1	1
Міні-сейф	1	1	1
Телевізор (smart-TV)	1	1	1
Дзеркало	1	1	1
Світильники	5	1	5
Електричні розетки	8	1	8
Жалюзі або завіси	1	1	1
Комплект постільної білизни	2	1	2
Вішалка для верхнього одягу	1	1	1
Килими	2	1	2
Рушники	8	1	8
Кондиціонер	1	1	1
Телефон	1	1	1
Санвузол з ванною (ванна, умивальник, унітаз)	1	1	1
Апартамент двомісний - 1 номер			
Ліжко двоспальне 160×200 см	1	1	1
Диван	1	1	1
Крісла	2	1	2
Стіл переговорний	1	1	1
Стільці	4	1	4
Тумбочка приліжкова	2	1	2
Робочий стіл	1	1	1
Крісло ергономічне	1	1	1
Журнальний столик	1	1	1

Продовження табл.2.4

Шафа з поличкою	1	1	1
Міні-бар	1	1	1
Холодильник	1	1	1
Міні-сейф	1	1	1
Телевізор (smart-TV)	1	1	1
Дзеркало	1	1	1
Світильники	6	1	6
Електричні розетки	10	1	10
Жалюзі або завіси	1	1	1
Комплект постільної білизни	2	1	2
Вішалка для верхнього одягу	1	1	1
Килими	2	1	2
Рушники	8	1	8
Кондиціонери	2	1	2
Телефон	1	1	1
Повний санвузол (ванна, душ, умивальник, унітаз)	1	1	1

Таблиця 2.5

Загальна таблиця кількості нових меблів і інвентарю

Тип номера	Найменування меблів та інвентарю	Загальна кількість, од.
Номер I категорії (Стандарт) од-номісний - 12 номерів	ліжко односпальне 90×200 см	12
	тумбочка приліжкова	12
	робочий стіл	12
	крісло ергономічне	12
	стілець	12
	шафа з поличкою	12
	дзеркало	12
	килим	12
	світильники	36
	телевізор (smart-TV)	12
	телефон	12
	міні-сейф	12
	кондиціонер	12

	вішалка для верхнього одягу	12
	комплект постільної білизни	24
	рушники	48
	електричні розетки	72
	санвузол (душ, умивальник, унітаз)	12
Номер I категорії (Стандарт) двомісний - 45 номерів	ліжко двоспальне 160×200 см	45
	тумбочка приліжкова	90
	робочий стіл	45
	крісло ергономічне	45
	стілець	45
	шафа з поличкою	45
	дзеркало	45
	килим	45
	світильники	180
	телевізор (smart-TV)	45
	міні-холодильник	45
	телефон	45
	міні-сейф	45
	кондиціонер	45
	вішалка для верхнього одягу	45
	комплект постільної білизни	90
	рушники	360
	електричні розетки	270
	санвузол (душ, умивальник, унітаз)	45
Напівлюкс одномісний- 1 номер	ліжко двоспальне 160×200 см	1
	тумбочка приліжкова	1
	робочий стіл (розширена робоча зона)	1
	крісло ергономічне	1
	стілець	1
	диван	1
	; журнальний столик	1
	шафа з поличкою	1
	міні-бар	1
	телевізор (smart-TV)	1

Продовження табл.2.5

	дзеркало	1
	килим	1
	світильники	4
	електричні розетки	8
	рушники	4
	комплект постільної білизни	2
	кондиціонер	1
	телефон	1
	міні-сейф	1
	вішалка для верхнього одягу	1
	санвузол (душ, умивальник, унітаз)	1
Люкс двомісний- 1 номер	ліжко двоспальне 160×200 см	1
	диван	1
	крісла	2
	тумбочка приліжкова	2
	робочий стіл	1
	крісло ергономічне	1
	журнальний столик	1
	шафа з поличкою	1
	міні-бар	1
	холодильник	1
	міні-сейф	1
	телевізор (smart-TV)	1
	дзеркало	1
	світильники	5
	електричні розетки	8
	жалюзі або завіси	1
	комплект постільної білизни	2
	вішалка для верхнього одягу	1
	килими	2
	рушники	8
	кондиціонер	1
	телефон	1
	санвузол з ванною (ванна, умивальник, унітаз)	1

Апартамент двомісний - 1 номер	ліжко двоспальне 160×200 см	1
	диван	1
	крісла	2
	стіл переговорний	1
	стілці	4
	тумбочка приліжкова	2
	робочий стіл	1
	крісло ергономічне	1
	журнальний столик	1
	шафа з поличкою	1
	міні-бар	1
	холодильник	1
	міні-сейф	1
	телевізор (smart-TV)	1
	дзеркало	1
	повний санвузол (ванна, душ, умивальник, унітаз)	1
	світильники	6
	електричні розетки	10
	жалюзі або завіси	1
	комплект постільної білизни	2
	вішалка для верхнього одягу	1
	рушники	8
	кондиціонери	2
	телефон	1

Інженерне забезпечення готелю проектується з урахуванням підвищених вимог бізнес-формату, насамперед до безперебійності електроживлення та інтернет-зв'язку, критичних для роботи коворкінгу 24/7.

В готелі планується облаштування сучасних систем електро- і водопостачання, опалення, вентиляції, кондиціонування та пожежної безпеки. Також передбачено високошвидкісний Wi-Fi, відеоспостереження, контроль доступу, пасажирський і службовий ліфти.

Особливу увагу приділено системі безперебійного живлення та резервному інтернет-каналу: для бізнес-готелю з коворкінгом стабільність цих систем є частиною продукту і прямо впливає на лояльність ділових гостей.

Резервне електроживлення (дизель-генератор і джерела безперебійного живлення) гарантує безперервну роботу рецепції, серверної та коворкінгу під час відключень, що в умовах нестабільного енергопостачання є суттєвою конкурентною перевагою.

2.2. Проектування окремих функціональних елементів готелю

2.2.1. Проектування житлової групи приміщень

Житлова група є основним функціональним елементом готелю: на приміщення житлової групи припадає 54–70 % площі житлової частини будівлі, на коридори - 13–22 % [6].

Площі та оснащення номерів запроектовано відповідно до загальних вимог до готелів категорії 4* (ДСТУ 4269:2003, додатки 1, 2) та методичних вказівок [6]: мінімальна площа одномісного номера - не менше 14 м², обов'язковими є санвузол у кожному номері, кондиціонування, засоби зв'язку та доступ до Інтернету. Розрахунок площі номерного фонду наведено в табл. 2.6.

Сумарна площа номерів становить 1201 м². Площа кожного номера з санвузлом складається із суми площ житлової кімнати, санітарного вузла та передпокою [6]; простір кімнати поділяється на функціональні зони: до 70 % загальної площі належить до житлової зони, 12–15 % - до передпокою, 13–22 % - до санвузла.

Планувальне рішення номерів «Synergy Hub Hotel» передбачає чітке зонування: вхідна зона з гардеробом, санвузол, спальна зона та повноцінна робоча зона. Саме виокремлена робоча зона з ергономічним столом, кріслом, достатньою кількістю розеток і якісним освітленням є відмінною рисою концепції, безпосередньо адресованою потребам цільової аудиторії.

Розрахунок площі номерного фонду

Тип номера	К-сть, од.	Прийняті площі, м ²	Місць	Сумарна площа, м ²
Номер І категорії (Стандарт) одномісний	12	15	12	180
Номер І категорії (Стандарт) двомісний	45	20	90	900
Напівлюкс (Superior)	1	26	1	26
Люкс (Deluxe)	1	40	2	40
Апартамент	1	55	2	55
Разом	60	-	107	1201

Стандартні номери (одно- та двомісні) орієнтовані на короткострокові ділові візити та забезпечують усе необхідне для роботи й відпочинку. Напівлюкс із розширеною робочою зоною призначений для гостей, які поєднують проживання з інтенсивною роботою або тривалим перебуванням (сегмент ІТ-фахівців і діджитал-номадів). Люкс та апартамент з окремою вітальною і переговорним столом орієнтовані на топ-менеджмент і передбачають можливість проведення невеликих переговорів безпосередньо в номері. Категорії номерів відрізняються площею та складом функціональних зон, а більша площа номерів підвищеної комфортності дозволяє комфортно працювати під час тривалого проживання. При розміщенні меблів дотримано нормативи проходів [6]: мінімум 60 см для однієї особи, 110 см - для двох, відстань від стіни до пристінкових меблів 54–55 см.

Прийняті площі є мінімальними розрахунковими за [6]; фактичні площі номерів за планувальними рішеннями житлових поверхів більші (Додаток В).

Усі номери обладнано смарт-замками, системою клімат-контролю та інтернетом до 1 Гбіт/с, що відповідає технологічному позиціонуванню закладу. Приклад специфікації меблів та обладнання в номері Стандарт 2-х місний наведено в Додатку Г.

2.2.2. Проектування приймально-вестибюльної групи приміщень

Приймально-вестибюльна група розташована на першому поверсі та виконує функції приймання, розміщення, інформування й первинного обслуговування гостей. Функціональний взаємозв'язок зон і приміщень вестибюльної групи виключає перетин людських потоків; у вестибюлі виокремлено зони інтенсивного пішохідного руху (до ліфтів і сходів), екстенсивного руху (гардероб, рецепція), рекреаційну та допоміжну [6]. Площу вестибюля розраховано за нормою 0,74 м² на одне місце готелю. Склад і площі приміщень групи згідно з ДБН В.2.2-20:2008 наведено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Склад і площі приймально-вестибюльної групи приміщень

№ пп	Приміщення	Площа, м ²	Перелік меблів і їх кількість
1	Коридор (вхідний там- бур)	4	Автоматичні розсувні двері - 1 компл., брудозахисне покриття, урна - 1
2	Вестибюль із зоною рецепції (СПіР)	70	Стійка рецепції - 1, термінали self-check-in - 2, ПК з PMS - 2, POS-термінали - 2, енкодер карт-ключів - 1, багажні візки - 2
3	Хол (лобі, зона очікування)	18	Дивани - 3, крісла - 4, журнальні столики - 4, стійка консьєржа - 1
4	Камера схову багажу	6	Стелажі - 3, депозитарій (сейфові комірки) - 1, багажний візок - 1
5	Пост охорони	4	Стіл - 1, стілець - 1, монітори відеоспостереження - 1 компл.
6	Гардероб	4	Вішала пересувні - 2, стійка видачі - 1
7	Вендінг-зона (аналог торго- вельних кіосків)	2	Вендінгові апарати (напої, снеки) - 2
8	Сервіс-центр	8	Столи - 2, ПК - 1, БФП - 1, стільці - 2, інформаційна панель - 1
9	Санвузли для гостей	4	Сантехнічні комплекти - 4, дзеркала - 2, сушарки для рук - 2
	Корисна площа приміщень S _к =	120	

Просторове рішення зони приймання передбачає відкриту стійку реєстрації з можливістю обслуговування кількох гостей одночасно, зону самостійної реєстрації (self-check-in) з терміналами видачі смарт-ключів та лаунж-зону з можливістю роботи. Технологія обслуговування орієнтована на швидкість: цифрова реєстрація, попереднє онлайн-заселення та цифровий консьєрж скорочують час оформлення ділового гостя до кількох хвилин. Лобі поєднано з лобі-баром, що створює неформальний простір для зустрічей і нетворкінгу. Технологічне оснащення служби приймання включає стійку реєстрації з PMS, термінал self-check-in, енкодер смарт-ключів, POS-термінал, депозитарій та стійку консьєржа.

2.2.3. Проектування поверху готелю

Для житлової частини будівлі обрано коридорну планувальну структуру [6] з двобічним розташуванням номерів уздовж центрального коридору, що оптимізує використання площі та спрощує обслуговування. Кількість номерів кожного типу на поверсі визначено за формулами методичних вказівок [6]. Кількість місць на поверсі пов'язана з кількістю та структурою номерів співвідношенням:

$$N = (b_1 \cdot c_1 + b_2 \cdot c_2) \cdot n / 100 \quad (2.1)$$

де N - кількість місць на поверсі; b_1, b_2 - відсоток номерів даного типу (одно- та двомісних); c_1, c_2 - місткість номера ($c_1 = 1, c_2 = 2$); n - кількість номерів на поверсі. Кількість номерів кожного типу на поверсі:

$$n_1 = n \cdot b_1 / 100; \quad n_2 = n \cdot b_2 / 100 \quad (2.2)$$

На типовому житловому поверсі розміщено $n = 12$ номерів. За структурою фонду (табл. 2.3) частка одномісних номерів (стандарт одномісний та напівлюкс) $b_1 = 21,7 \%$, номерів на два місця (двомісні стандарти, люкс, апартамент) $b_2 = 78,3 \%$. Тоді $n_1 = 12 \cdot 0,217 \approx 3$ одномісні номери, $n_2 = 12 \cdot 0,783 \approx 9$ номерів на два місця, а кількість місць на поверсі за формулою (2.1): $N = 3 \cdot 1 + 9 \cdot 2 = 21$ місце. Розрахунок за формулами (2.1)–(2.2) дає усереднену структуру типового поверху. Фактичне поповерхове розміщення номерів

враховує положення сходово-ліфтового вузла: на 4 поверсі розташовано 11 двомісних номерів I категорії (22 місця), (Додаток Б) на 5–8 поверхах - по 12-13 номерів, включно з одномісними та номерами підвищеної комфортності, що в сумі дає 60 номерів і 107 місць.

Приміщення поповерхового обслуговування розташовано єдиним блоком на поверсі з розрахунку один блок на 40 місць для категорії 4* [6], що за 21-22 місця на поверсі виконується із запасом. Таке рішення забезпечує чітке розділення гостьових і службових потоків, зручну навігацію та безпечну евакуацію. Склад приміщень типового поверху наведено в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Склад приміщень типового житлового поверху

Приміщення	Призначення	Площа, м ²
Номери (12 од.)	житлове	280
Коридори, ліфтовий хол	комунікаційне	60
Кімната покоївок, інвентарна	службове	20
Разом (на поверх)	-	360

Склад приміщень наведено усереднено для житлових поверхів 4-8, а фактичний склад 4 поверху показано на плані поверху та експлікації приміщень (Додатку Б). Основний блок поповерхового обслуговування (кімната покоївок з інвентарною) розміщено на 5 поверсі; на 4 поверсі передбачено комору прибирального інвентарю з умивальником.

2.2.4. Проектування приміщень закладу ресторанного господарства готелю

Заклад ресторанного господарства представлений рестораном вищого класу на 100 місць та цілодобовим лобі-баром на 25 місць. Концепція ресторану відповідає бізнес-формату закладу: швидке та якісне обслуговування ділової аудиторії, сніданки, бізнес-ланчі, легкі й гарячі страви, напої та кейтерингові пропозиції для конференц-центру. Сніданок за системою «шведський стіл» включено у вартість проживання. Також служба харчування забез-

печує послугу «Room service». Середній ціновий рівень відповідає категорії готелю. Площі приміщень визначено за нормативною документацією та методичними вказівками [6] (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Площі приміщень ресторану на 100 місць

Найменування приміщень	Призначення	Площа, м ²
Приміщення для відвідувачів		
Вестибюль разом із гардеробом, умивальними та вбиральнями	Приймання відвідувачів, зберігання верхнього одягу та санітарно-гігієнічне обслуговування	45
Аванзал	Очікування, зустріч і короточасний відпочинок відвідувачів	15
Зал ресторану без роздавальної	Обслуговування відвідувачів і споживання ресторанної продукції	180
Приміщення офіціантів	Організація роботи офіціантів та зберігання робочого інвентарю	6
Разом приміщення для відвідувачів		246
Виробничі приміщення		
Буфет	Зберігання та відпуск напоїв, закупних товарів і готової продукції	20
Гарячий цех	Теплова обробка продуктів і приготування гарячих страв	56
Холодний цех	Приготування холодних страв, закусок і десертів	18
Приміщення для нарізання хліба	Нарізання, порціонування та короточасне зберігання хліба	7
Цех доробки напівфабрикатів	Підготовка та доробка м'ясних і рибних напівфабрикатів перед тепловою обробкою	10
Цех обробки зелені	Миття, очищення та підготовка зелені	7
Приміщення завідувача виробництва	Організація та контроль виробничого процесу	6
Мийна столового посуду	Миття, сушіння та санітарна обробка столового посуду	24
Сервізна	Зберігання чистого столового посуду, приборів і предметів сервірування	9

Мийна кухонного посуду	Миття та санітарна обробка кухонного посуду й інвентарю	8
Мийна та комора тари напівфабрикатів	Миття та тимчасове зберігання тари, у якій надходять напівфабрикати	6
Роздавальна	Комплектування та передавання готових страв офіціантам	22
Разом виробничі приміщення		193
Складські приміщення		
Охолоджувальна камера м'ясних і рибних напівфабрикатів	Зберігання м'ясних і рибних напівфабрикатів за нормативної температури	5
Охолоджувальна камера овочевих напівфабрикатів	Зберігання очищених і підготовлених овочевих напівфабрикатів	7
Охолоджувальна камера молочних продуктів, жирів і гастрономії	Зберігання молочної та гастрономічної продукції	11
Охолоджувальна камера фруктів, ягід, напоїв і овочів	Зберігання свіжих фруктів, ягід, овочів і напоїв	9
Охолоджувальна камера харчових відходів	Тимчасове ізольоване зберігання харчових відходів	8
Комора сухих продуктів	Зберігання круп, борошна, цукру, спецій та інших сухих продуктів	10
Комора винно-горілчаних виробів	Зберігання алкогольних і безалкогольних напоїв	6
Комора та мийна тари	Зберігання, миття та санітарна обробка тари	11
Комора інвентарю	Зберігання господарського і виробничого інвентарю	6
Завантажувальна	Приймання продуктів, напівфабрикатів і матеріальних цінностей	18
Разом складські приміщення		91
Адміністративні та побутові приміщення		
Кабінет директора	Адміністративне управління діяльністю ресторану	6
Контора	Ведення облікової, фінансової та адміністративної документації	12

Приміщення персоналу	Відпочинок і приймання їжі працівниками	6
Гардероб для офіціантів	Зберігання особистого і спеціального одягу офіціантів	6
Гардероб для виробничого персоналу ресторану на напівфабрикатах	Переодягання та зберігання особистого і санітарного одягу працівників	19
Душові, вбиральні та кабіна особистої гігієни жінок	Санітарно-побутове обслуговування персоналу	9
Білизняна	Зберігання чистої та використаної столової і виробничої білизни	6
Разом адміністративні та побутові приміщення		64
Усього приміщень ресторану на напівфабрикатах		594
Технічні приміщення	Розміщення вентиляційного, електротехнічного, сантехнічного та іншого інженерного обладнання	84
Загальна нормативна площа ресторану		678

Орієнтовна виробнича програма ресторану за добу (за планової завантаженості готелю 70 %): сніданки - 90 порцій (коефіцієнт споживання 0,85 від числа гостей), бізнес-ланчі - 70, страви à la carte - 60, кейтеринг для заходів - 40, напої лобі-бару - 120 порцій. Пропускна здатність зали за оборотності місця 2,5 раза на добу становить 150 осіб, що покриває потреби гостей готелю, учасників заходів та зовнішніх відвідувачів коворкінгу. Штат виробничого персоналу кухні з урахуванням змінності сформовано з 1 шеф-кухаря та 4 кухарів. Рациональна організація виробничого процесу передбачає послідовне розміщення приміщень за технологічним потоком: складські - заготівельні - доготівельні цехи - роздавальна - зала, що мінімізує перетин потоків сировини, готової продукції та брудного посуду відповідно до санітарних вимог.

При готелі передбачається також лобі-бар на 25 місць загальною площею 60 м². До його складу входять зал для відвідувачів площею 40 м², барна стійка з робочою зоною - 7 м², підсобне приміщення бару - 8 м² та кімната бармена - 5 м².

2.2.5. Проектування адміністративно-побутових приміщень

Адміністративні приміщення запроектовано за нормативом методичних вказівок [6]: 6 м² на одного працівника для робочого місця, обладнаного комп'ютером, та 4 м² - без комп'ютера; блок побутових і господарських приміщень - за нормою 0,33–0,39 м² на одне ліжко-місце, гардеробні шафи персоналу - 0,05–0,07 м² на особу згідно з ДБН В.2.2-20:2008. Адміністративні приміщення розміщено в надземних поверхах із природним освітленням відповідно до санітарних вимог. Склад і площі приміщень наведено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Склад і площа адміністративно-побутових приміщень

Приміщення	Площа, м ²	Перелік меблів
Кабінет директора	16	Стіл, крісла, шафа, зона прийому
Кабінет заступника	12	Стіл, крісло, шафа, ПК
Бухгалтерія	14	Столи, ПК, сейф, металева шафа
Відділ продажів і маркетингу	14	Столи, ПК, стелажі
Кімната відпочинку персоналу	16	Столи, стільці, кухонна зона
Гардеробні, душові, санвузли персоналу	18	Шафи, лави, душові кабінки
Корисна площа приміщень	90	

Пральня готелю «Synergy Hub Hotel» розміщується на цокольному поверсі у складі службово-господарської зони та працює за замкненим технологічним циклом: сортування - прання - сушіння - прасування - ремонт - зберігання. Відповідно до технологічного процесу приміщення пральні поділяється на зони: зона сортування (умивальник, ваги, стіл для сортування, візки для брудної білизни), пральний цех (шафа для зберігання хімічних засобів, пральні машини, візки для вологої білизни), сушильно-прасувальний цех (сушильні машини, прасувальний каландр, прасувальний стіл, стіл для складання, стелажі), ділянка ремонту (стіл і швацька машина) та приміщення зберігання чистої білизни.

Необхідну продуктивність пральні за зміну визначено за методикою [6, формули (6.9)–(6.17)]. Вихідні дані: місткість готелю $P = 107$ осіб; категорія 4*, норма білизни $N = 2,5$ кг на особу, частка бавовняної білизни $M = 50$ % (табл. 6.10 [6]); частота зміни постільної білизни - 1 раз на 2 доби, тобто $Ч = 0,5$ (табл. 6.11 [6]); середній коефіцієнт завантаження готелю $K = 0,7$; пральня працює щоденно ($РД = 7$), одна 8-годинна зміна.

Продуктивність за постільною білизною:

$$Пп = P \cdot N \cdot Ч \cdot K \cdot 7 / РД \quad (2.1)$$

$$Пп = 107 \cdot 2,5 \cdot 0,5 \cdot 0,7 \cdot 7/7 \approx 93,6 \text{ кг/зміну.}$$

Продуктивність за бавовняною білизною:

$$Пх/б = Пп \cdot M / 100 \quad (2.2)$$

$$Пх/б = 93,6 \cdot 50/100 \approx 46,8 \text{ кг/зміну.}$$

Продуктивність за махровою білизною (з урахуванням $P_x = 15$ гостей, що користуються фітнес-залом і отримують додаткові рушники та халати):

$$Пм = (Пп - Пх/б) + 1,2 \cdot P_x \quad (2.3)$$

$$Пм = 46,8 + 1,2 \cdot 15 \approx 64,8 \text{ кг/зміну.}$$

Продуктивність за столовою білизною ресторану ($C = 15$ столів, норма $N_c = 1,0$ кг на стіл):

$$Пс = C \cdot N_c \quad (2.4)$$

$$Пс = 15 \cdot 1,0 = 15,0 \text{ кг/зміну.}$$

Продуктивність за уніформною персоналу ($A = 48$ особи, норма $N_y = 0,3$ кг на працівника за зміну):

$$Пу = A \cdot N_y \quad (2.5)$$

$$Пу = 48 \cdot 0,3 \approx 14,4 \text{ кг/зміну.}$$

Необхідна продуктивність пральні за зміну:

$$П = Пх/б + 1,25 \cdot Пм + Пс + Пу \quad (2.6)$$

$П = 46,8 + 1,25 \cdot 64,8 + 15,0 + 14,4 \approx 157 \text{ кг/зміну}$, що відповідає близько 4,7 т білизни на місяць. За 8-годинної зміни виконується $Ц = 6$ повних циклів прання, отже годинна продуктивність:

$$Пч = П / Ц \quad (2.7)$$

$$Пч = 157 / 6 \approx 26,0 \text{ кг/год.}$$

Необхідне разове завантаження пральних машин з урахуванням коефіцієнта неповного завантаження ($3 \approx 1,3-1,4$):

$$G = Пч \cdot 3 \quad (2.8)$$

$$G = 26,0 \cdot 1,35 \approx 35 \text{ кг,}$$

Розрахунковий об'єм барабанів (для бавовняної білизни, щільність $\rho = 10 \text{ л/кг}$): $V = 26,0 \cdot 1,3 \cdot 10 \approx 338 \text{ л.}$

Отже, приймаємо дві професійні пральні машини із завантаженням по 18 кг (об'єм барабана $\approx 180 \text{ л}$ кожна). Склад прийнятого устаткування пральні наведено в таблиці нижче.

Таблиця 2.11

Склад устаткування пральні

Устаткування	Кількість, од.	Зона	Площа, м ²
Пральна машина (завантаження 18 кг)	2	пральний цех	1,8
Сушильна машина (18 кг)	2	сушильно-прасувальний цех	1,6
Прасувальний каландр (пряма білизна)	1	сушильно-прасувальний цех	1,3
Прасувальний стіл з парогенератором (фасонна білизна, уніформа)	1	сушильно-прасувальний цех	0,7
Стіл для сортування, ваги, умивальник	1 компл.	зона сортування	0,8
Стіл для складання білизни	1	сушильно-прасувальний цех	0,8
Візки для білизни (брудна/волога/чиста)	4	усі зони	1,2
Шафа для зберігання хімічних засобів	1	пральний цех	0,4
Стелажі для чистої білизни	2	приміщення зберігання	0,9
Швацька машина зі столом	1	ділянка ремонту	0,65
Разом площа устаткування			9,8

Площу приміщень пральні визначено з урахуванням площі всього прийнятого устаткування та коефіцієнта використання площі 0,25 [6]:

$$S_{\text{пр}} = S_{\text{уст}} / 0,25 \quad (2.9)$$

$$S_{\text{пр}} = 9,8 / 0,25 \approx 40 \text{ м}^2.$$

Прийнята площа пральні 40 м² входить до складу службово-господарських приміщень цокольного поверху готелю. При розміщенні устаткування витримано нормативні відстані: між пральними машинами - 30–50 см, між сушильними - 10 см, від стіни до задньої стінки машин - 50–100 см [6].

2.2.6. Проектування приміщень культурно-дозвільного і спортивно-рекреаційного призначення

Розширений діловий та рекреаційний блок є ключовою конкурентною перевагою закладу, що безпосередньо реалізує концепцію проєкту. Коворкінг-простір (другий поверх) площею 400 м² запроєктований як гнучке середовище: відкритий простір (open space) на 40 робочих місць, чотири шумоізовані фокус-кабіни для індивідуальної роботи та дзвінків, командні зони, переговорні кімнати та принт-центр. Простір працює в режимі 24/7 і доступний як гостям готелю, так і зовнішнім резидентам за погодинними, денними та місячними тарифами.

Конференц-центр (третій поверх) складається з трьох трансформовних залів - «Synergy» (до 80 осіб), «Focus» (до 30) та «Connect» (до 10). Площі залів визначено за нормативом [6] для залів конференцій: 1–1,2 м² на місце при устаткуванні кріслами та 2–2,5 м² - при устаткуванні столами.

Зал «Synergy» (80 осіб, крісла з можливістю трансформації) - 130 м²; зал «Focus» (30 осіб, змішане розсадження) - 50 м²; переговорний зал «Connect» (10 осіб, стіл) - 20 м².

Практика експлуатації готелів показує, що зали багатоцільового призначення з розсувними перегородками є найбільш раціональним способом використання площ [6], тому зали «Synergy» і «Focus» об'єднуються трансфор-

мованою перегородкою для заходів до 110 осіб. Зали обладнані AV-технікою: проєктори, LED-екрани, звукопідсилення, система відеоконференцз'язку для гібридних заходів та онлайн-трансляцій.

Спортивно-рекреаційний блок представлений фітнес-залом площею 80 м² з роздягальнями (норматив - не менше 10 % місткості готелю [6]: 107 × 0,75 м² ≈ 80 м²). Площі приміщень блоку наведено в табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Склад і площа приміщень культурно-оздоровчого призначення готелю

№ пп	Приміщення	Площа, м ²	Перелік меблів, обладнання і їх кількість
1	Конференц-зали («Synergy» до 80 осіб - 130 м ² ; «Focus» до 30 осіб - 50 м ²)	180	Складані столи - 40, стільці - 110, трибуна - 1, проєктори - 2, LED-екрани - 2, звукопідсилення з мікрофонами - 2 компл., система відеоконференцз'язку - 2 компл.
2	Зали для нарад (переговорні кімнати - 3 од.; зал «Connect» до 10 осіб)	80	Переговорні столи - 4, крісла - 26, інтерактивні дисплеї - 4, маркерні дошки - 4
3	Виставкові зали (трансформоване фойє конференц-центру із зоною кавабрейків)	80	Мобільні виставкові стенди - 6, коктейльні столи - 8, стійка кавабрейків - 1, банкетки - 6
4	Фітнес-зал з роздягальнями	80	Кардіотренажери - 4, силові тренажери - 6, гантельний ряд - 1 компл., лави - 2, дзеркала - 4, шафки роздягалень - 12, душові кабінки - 2
5	Коворкінг open space (24/7)	280	Ергономічні робочі станції - 40, крісла ергономічні - 40, акустичні панелі - 20, локери - 40, зона командної роботи - 2 компл.
6	Фокус-кабінки звукоізолювані	40	Кабінки - 4 (стіл, крісло, вентиляція, розетки, освітлення в кожній)
7	Принт-центр	20	БФП професійні - 2, ПК - 2, стіл - 2, стелаж витратних матеріалів - 1
	Корисна площа приміщень S _к =	760	

Технічне оснащення ділового блоку є визначальним для якості послуг: ергономічні робочі станції, звукоізольовані кабінки, Wi-Fi до 1 Гбіт/с із дублюванням каналів, мережеві та силові розетки на кожному робочому місці, багатофункціональний принт-центр та онлайн-система бронювання робочих місць і залів, інтегрована з PMS готелю. Саме ця інтеграція дозволяє гостю керувати проживанням і робочими сервісами через єдиний цифровий інтерфейс.

2.2.7. Пропозиції щодо дизайну закладу

Основною дизайнерською ідеєю «Synergy Hub Hotel» є tech-мінімалізм, якому підпорядковано архітектуру будівлі, оформлення громадських і житлових приміщень, меблі, технічне оснащення, уніформу персоналу та рекламні засоби. Дизайн спрямований на створення комфортного середовища, що сприяє концентрації, роботі та повноцінному відпочинку гостей.

Восьмиповерхову будівлю готелю запроєктовано в лаконічному сучасному стилі. Панорамне скління перших трьох поверхів відкриває громадські простори та виконує функцію природної вітрини. Фасад оформлено у світло-сірих і графітових відтінках із використанням алюмінієвих вітражних систем та фірмових синіх акцентів у вхідній групі й логотипі.

Вестибюль і лобі виконано в поєднанні білого, світло-сірого кольорів і натурального дерева. Акцентами є сині м'які меблі, елементи навігації та стійка рецепції з LED-підсвічуванням і логотипом. Коворкінг запроєктовано як відкритий світлий простір із природним освітленням, акустичними панелями та скляними перегородками переговорних кімнат і фокус-кабін. Конференц-зали обладнано трансформованими перегородками й зональним освітленням. В інтер'єрі ресторану поєднано світлі поверхні, дерев'яні фактури, графітові металеві деталі та м'яке підвісне освітлення.

У номерах переважають білий і світло-сірий кольори із синіми акцентами в текстилі та оформленні узголів'я ліжка. Для підлоги використовується ламінат 33 класу або кварц-вініл із фактурою дерева, а в робочій зоні перед-

бачено акустичні панелі. Меблі з ДСП або МДФ у графітових і деревних від-
тінках доповнюються металевими елементами, графічними постерами та жи-
вими рослинами.

Уніформа персоналу відповідатиме діловому повсякденному стилю та
фірмовій кольоровій гамі. Для працівників рецепції передбачено графітові
штани або спідниці, білі сорочки та сині жилети з логотипом. Персонал ково-
ркінгу й ІТ-служби носитиме поло, а кухарі та технічні працівники - спеціа-
льний одяг відповідно до санітарних вимог.

На фасаді буде встановлено об'ємну вивіску з LED-підсвічуванням, бі-
ля входу - інформаційний пілон, а всередині - навігаційні таблички єдиного
стилю. Фірмове оформлення базуватиметься на графітовому, білому та си-
ньому кольорах, зокрема синьому Pantone 2935 C, і сучасному шрифті без
засічок.

Територію готелю передбачено облаштувати протиковзною тротуар-
ною плиткою, декоративним огородженням, контейнерним і вертикальним
озелененням. Також буде встановлено LED-освітлення, лави, урни, велопар-
ковку, навіс над входом і пандус для маломобільних гостей.

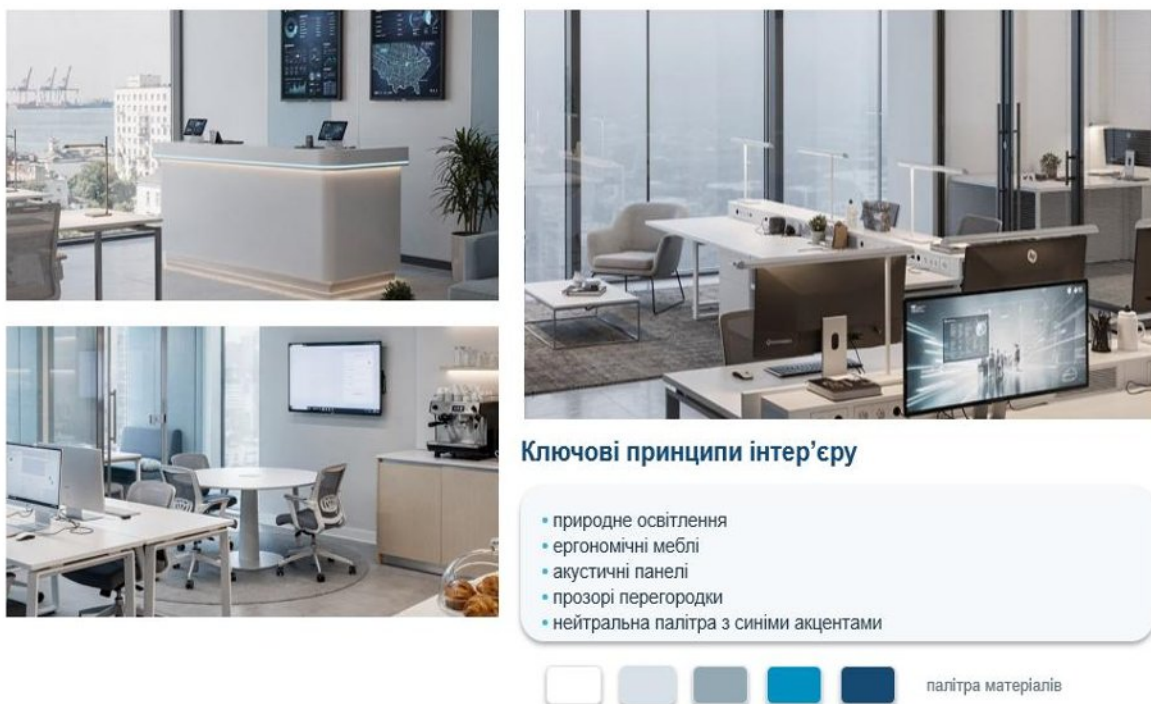


Рис.2.1. Приклад дизайну приміщень готелю «Synergy Hub Hotel»

2.2.8. Розрахунок загальної площі об'єкта та поверховості будівлі

Корисну площу готелю S_k визначають як суму площ усіх приміщень для забезпечення сервісно-виробничого процесу (за винятком технічних). Для врахування площі коридорів і технічних приміщень обчислюють робочу площу, а для врахування конструктивних елементів - загальну площу за формулами методичних вказівок [6]:

$$S_p = S_k \cdot K_1 \quad (2.10)$$

де S_p - робоча площа; K_1 - коефіцієнт збільшення площі ($K_1 = 1,10$ – $1,25$; для закладу високого класу приймаємо $K_1 = 1,13$);

$$S_{zag} = S_p \cdot K_2 \quad (2.11)$$

де S_{zag} - загальна площа; K_2 - коефіцієнт врахування конструктивних елементів - сходів, вентиляційних шахт, ліфтів ($K_2 = 1,03$ – $1,15$; приймаємо $K_2 = 1,035$);

$$S_{пов} = S_{zag} / n; \quad a \cdot b = S_{пов} \quad (2.12)$$

де $S_{пов}$ - площа поверху; n - кількість поверхів; a , b - довжина та ширина будівлі, м.

Підставивши значення у формули (2.10)–(2.12), отримуємо:

$$S_p = 3648 \cdot 1,13 \approx 4122 \text{ м}^2;$$

$$S_{zag} = 4122 \cdot 1,035 \approx 4266 \approx 4270 \text{ м}^2;$$

$$S_{пов} = 4266 / 8 \approx 533 \text{ м}^2.$$

Після визначення конфігурації та поверховості виконано функціональне зонування приміщень [6]: зона обслуговування (вестибюль, ресторан, коворкінг, конференц-центр, фітнес) - 1638 м^2 ; житлова зона - 1800 м^2 ; адміністративно-побутова - 90 м^2 ; складсько-господарська - 120 м^2 .

Площа зони обслуговування (1638 м^2) разом із житловою зоною домінує у структурі.

Зведену експлікацію приміщень (корисну площу за функціональними групами) наведено в табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Зведена експлікація приміщень (корисна площа)

Функціональна група	Поверх	Площа, м ²
Приймально-вестибюльна група	1	120
Торговельні приміщення ресторану (зала, аванзал, вестибюль) та лобі-бар	1	306
Адміністративно-побутові приміщення ресторану	1	64
Виробничі, складські та технічні приміщення ресторану	цок.	368
Коворкінг-простір	2	400
Фітнес-зал	2	80
Конференц-центр	3	300
Адміністративно-побутові приміщення готелю	3	90
Службово-господарські приміщення	цок.	120
Житлова група (5 поверхів × 360 м ²)	4–8	1800
Корисна площа Sk	-	3648

Розбивку приміщень за поверхами наведено в табл. 2.14.

Таблиця 2.14

Розподіл приміщень готелю по поверхах

Поверх	Приміщення	Площа, м ²
Цокольний	Виробничі, складські й технічні приміщення ресторану; службово-господарські приміщення (пральня, склади, серверна), укриття, паркінг	488
1	Вестибюль, рецепція, зала ресторану, лобі-бар, побутові приміщення персоналу ресторану	490
2	Коворкінг, фокус-кабіни, переговорні, принт-центр, фітнес-зал	480
3	Конференц-зали, фойє, зона кава-брейків, адміністративні приміщення готелю	390
4–8	Житлові поверхи (60 номерів, 5 × 360 м ²)	1800

Отже, приміщення рівномірно розподілено між цокольним, 1-м, 2-м і 3-м поверхами (корисна площа 390–490 м² на поверх), а виробничі, складські й технічні приміщення ресторану винесено на цокольний поверх.

Будівельно-технічні показники проєкту готелю: загальна площа - 4270 м²; корисна площа 3648 м²; поверховість - 8 надземних поверхів + цокольний; габарити будівлі - орієнтовно 28 × 19 м; номерний фонд 60 номерів / 107 місць; конструктивна схема - монолітний залізобетонний каркас; 2 ліфти (пасажирський і службовий); 14 паркомісць.

2.3. Розрахунок інвестиційних витрат

Суму інвестицій у будівництво визначено за формулою методичних вказівок [6]:

$$ІБ = В \cdot П \quad (2.13)$$

де В - вартість 1 м² будівництва підприємства, грн; П - площа об'єкта будівництва, м².

Для будівництва 4-зіркового готелю рекомендована розрахункову вартість в межах 700–1000 у.о./м² [6]. Приймаємо В = 800 у.о./м і при курсі =41,5 грн/у.о. це становить ≈ 33 200 грн/м². Тоді ІБ = 33 200 · 4270 ≈ 141,8 млн грн. Деталізовану структуру інвестиційних витрат наведено в табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Структура інвестиційних витрат проєкту

Стаття інвестиційних витрат	Од.	Сума
Будівельно-монтажні роботи (4270 м ²)	тис. грн	83 600
Інженерні системи (ОВК, електро-, водопостачання)	тис. грн	18 000
Меблі та обладнання номерного фонду	тис. грн	10 800
Обладнання коворкінгу, конференц-центру, ІТ-мережа	тис. грн	8 000
Обладнання ресторану та кухні	тис. грн	6 000
Обладнання фітнес-залу	тис. грн	1 500
Проектування та дозвільні процедури	тис. грн	5 000
Інвестиції в рекламу та маркетинг	тис. грн	3 000

1	2	3
Оборотні кошти (стартові)	тис. грн	6 000
Усього інвестицій	тис. грн	141 900

Вартість монтажу устаткування (10 % від його вартості) та транспортних витрат (5 %) [6] враховано у відповідних статтях оснащення. Суму інвестицій у рекламу та маркетинг сформовано виходячи зі стратегії просування закладу та орієнтовних вартостей [6] і наведено у табл. 2.16.

Таблиця 2.16

Інвестиції в рекламу та маркетинг

Найменування заходу	Вартість заходу, тис. грн
Брендбук та айдентика «Synergy Hub Hotel»	80
Дизайн інтер'єру ($178 \text{ грн/м}^2 \times 4270 \text{ м}^2$)	760
Розробка промо-сайту та мобільного застосунку	600
SEO-оптимізація сайту	60
Контекстна реклама (запуск)	300
Реклама в соціальних мережах (запуск)	400
Дизайн і друк поліграфії	100
PR-кампанія відкриття, колаборації з інфлюенсерами, події	700
Всього	3 000

Загальний обсяг інвестицій становить близько 141,9 млн грн, що відповідає ринковим показникам для міського бізнес-готелю категорії 4. Структурно найбільшу частку становлять будівельно-монтажні роботи (59 %) та інженерні системи (13 %). Джерелами фінансування є власний капітал інвестора та залучені кошти партнерів.

2.4. Технологія і організація обслуговування на готельних підприємствах

Головна функція готельного підприємства - надання тимчасового житла, тому організація обслуговування спрямовується на максимальне задоволення потреб клієнтів і має чітку структуру [6]. У готелі функціонує обов'язковий набір служб: адміністративно-управлінська, служба управління номерним фондом, інженерно-технічна, служба організації харчування, комерційна (маркетинг і продажі), допоміжні та додаткові служби; їх характеристики та організаційну структуру наведено в розділі 3. Технологічний цикл обслуговування гостя складається з чотирьох етапів [6]: бронювання (Reservation), прибуття та розміщення (Arrival, Accommodation), проживання й обслуговування (Staying), виїзд і остаточна оплата (Departure).

2.4.1. Технологія і організація обслуговування гостей службою СПіР і бронювання

Служба приймання та розміщення (СПіР) є центральним підрозділом готелю, що забезпечує повний гостьовий цикл відповідно до «Правил користування готелями і аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг». Технологічний процес обслуговування гостя складається з послідовних етапів, кожен з яких підтримується цифровими сервісами закладу (табл. 2.17).

У готелі використовуються всі основні організаційні форми бронювання: гарантоване (з передоплатою або кредитною картою), негарантоване (з утриманням номера до визначеної години) та корпоративне за договорами. Бронювання здійснюється через систему управління готелем (PMS), інтегровану з каналами продажу та модулем коворкінгу. Структура каналів бронювання: власний сайт і застосунок - 35 %, ОТА (Booking, Expedia) - 30 %, корпоративні договори - 25 %, телефон і на місці - 10 %; пріоритет прямих продажів знижує комісійні витрати. Технологія self-check-in зі смарт-ключами

скорочує час реєстрації ділового гостя до кількох хвилин і розвантажує рецепцію в години пік.

Таблиця 2.17

Структурно-технологічна схема обслуговування гостя

Етап	Зміст та технологія
1. Бронювання	Власний сайт/застосунок, ОТА, корпоративні договори; гарантоване та негарантоване бронювання; підтвердження й оплата онлайн через PMS
2. Передзаселення	Онлайн-реєстрація, вибір номера, замовлення додаткових послуг і робочого місця в коворкінгу
3. Заселення (check-in)	Self-check-in або рецепція; заповнення реєстраційної документації в цифровій формі; видача смарт-ключа; активація доступу до коворкінгу
4. Проживання	Цифровий консьєрж, обслуговування номерів, бронювання переговорних, послуги ресторану та конференц-центру
5. Виїзд (check-out)	Експрес-виїзд через застосунок, автоматичний розрахунок, електронний рахунок
6. Постобслуговування	Збір відгуків, нарахування бонусів лояльності, ремаркетинг

2.4.2. Технологія і організація функціонування служби номерного фонду

Служба номерного фонду є найчисельнішою службою готелю [6] і відповідає за прибирання та утримання номерів і громадських приміщень, роботу пральні та поверховий сервіс. Технологія передбачає поточне (щоденне), генеральне прибирання та прибирання після виїзду за встановленими стандартами з чек-листами; норма обслуговування - 12–14 номерів на покоївку за зміну (розрахунок чисельності за формулами наведено в п. 3.2). Статус кожного номера («чистий», «зайнятий», «на прибиранні») оновлюється покоївками через мобільні термінали в PMS у режимі реального часу, що синхронізує роботу служби з СПіР, мінімізує час підготовки номера між гостями та підвищує оборотність фонду. За замовленням гостей надаються прання й

хімчистка та позачергове прибирання. Пральня працює за замкненим технологічним циклом: сортування - прання - сушіння - прасування - зберігання.

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

Фінансово-комерційна служба здійснює бухгалтерський облік, фінансове планування, тарифоутворення (revenue management), роботу з корпоративними клієнтами та маркетинг; застосування динамічного ціноутворення дозволяє максимізувати дохід з огляду на сезонність і попит (п. 1.1.1). Інженерно-експлуатаційна служба забезпечує безперебійну роботу інженерних систем (опалення, вентиляція, кондиціонування, водопостачання, електро- та IT-мережі), планове технічне обслуговування й безпеку будівлі, у тому числі функціонування серверної та системи безперебійного живлення, критично важливих для коворкінгу. Взаємодія всіх служб організована на основі єдиної інформаційної системи (PMS/CRM), що інтегрує бронювання, обслуговування, облік та аналітику і є технологічною основою конкурентоспроможності закладу.

2.5. Показники експлуатаційної програми підприємства

1. Одноразова місткість (формула 6.24) характеризує кількість інвентарних місць готелю:

$$O_m = \sum (K_{ном} \cdot \text{Ч}_{\text{пост}}) \quad (2.14)$$

$$O_m = 12 \cdot 1 + 45 \cdot 2 + 1 \cdot 1 + 1 \cdot 2 + 1 \cdot 2 = 107 \text{ місць.}$$

2. Можлива пропускна спроможність (формула 6.25) - чисельність гостей, що можуть бути обслужені за рік за відсутності простоїв:

$$P_{см} = O_m \cdot \text{Ч}_{\text{др}} \quad (2.15)$$

$$P_{см} = 107 \cdot 365 = 39\,055 \text{ людино-діб.}$$

3. Пропускна спроможність (формула 6.26) враховує простой, пов'язані з капітальним ремонтом і реконструкцією. Оскільки заклад є новим будів-

ництвом і в перші роки експлуатації капітальний ремонт номерного фонду не планується, $N_{к.р} = 0$, отже:

$$ПС = ПС_{м} - N_{к.р} \quad (2.16)$$

$$ПС = 39\,055 - 0 = 39\,055 \text{ людино-дiб.}$$

4. Планова пропускна спроможність (формула 6.27) враховує планові простої з об'єктивних причин: плановий ремонт номерів (4 доби на рік на кожне місце: $N_{пл.р} = 4 \cdot 107 = 428$ л-д), санітарну обробку та підготовку номерів до заселення (25 % від $N_{пл.р}$: $N_{с.о} = 0,25 \cdot 428 = 107$ л-д) та простої з інших об'єктивних причин (5 % від $N_{пл.р}$: $N_{ін} = 0,05 \cdot 428 \approx 21$ л-д):

$$ПС_{пл} = ПС - N_{пл.р} - N_{с.о} - N_{ін} \quad (2.17)$$

$$ПС_{пл} = 39\,055 - 428 - 107 - 21 = 38\,499 \text{ людино-дiб.}$$

5. Середня місткість (формула 6.28). Оскільки кількість інвентарних місць протягом року не змінюється (введення та виведення номерів з експлуатації не планується), середня місткість дорівнює одноразовій: $\bar{M} = 107$ інвентарних місць.

6. Плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду (формула 6.29) характеризує технічно можливий ступінь використання фонду за планом:

$$K_{з(пл)} = ПС_{пл} / ПС \quad (2.18)$$

$$K_{з(пл)} = 38\,499 / 39\,055 = 0,986.$$

7. Звітний коефіцієнт завантаження та рівень завантаження (формули 6.30–6.31). Планова фактично надана кількість людино-дiб першого року за комерційного завантаження 70 %:

$$\Phi_{л-д} = ПС \cdot 0,70 \quad (2.19)$$

$$\Phi_{л-д} = 39\,055 \cdot 0,70 \approx 27\,339 \text{ людино-доби;}$$

$$K_{з} = \Phi_{л-д} / ПС \quad (2.20)$$

$$K_{з} = 27\,339 / 39\,055 = 0,70;$$

$$P_{з} = \Phi_{л-д} / ПС \cdot 100 \quad (2.21)$$

$$P_{з} = 27\,339 / 39\,055 \cdot 100 = 70 \text{ \%}.$$

Зведені результати розрахунку наведено в таблиці 2.18.

Таблиця 2.18

Аналіз показників виробничої програми готелю «Synergy Hub Hotel»

№	Показники	1 рік	2 рік	3 рік
1.	Одноразова місткість, місць	107	107	107
2.	Кількість ліжко-діб в інвентарі (107 × 365), л-д	39 055	39 055	39 055
3.	Кількість простоїв (плановий ремонт, санітарна обробка, інші об'єктивні причини), л-д	556	556	556
4.	Кількість л-д в експлуатації, л-д	38 499	38 499	38 499
5.	Коефіцієнт завантаження, %	70	72	74
6.	Кількість ліжко-діб наданих, л-д	27 339	28 120	28 901
7.	Середній тариф (за ліжко-добу), грн	1 838	1 930	2 026
8.	Чистий дохід від реалізації ліжко-діб, тис. грн	50 239	54 265	58 550

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗДІЛ

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

В організаційному розділі відповідно до методичних вказівок [6] розроблено раціональну організаційну структуру управління, штатний розпис та систему оплати праці, змодельовано основні й додаткові послуги, опрацьовано заходи з охорони праці та довкілля, а також сформовано фінансову модель підприємства з оцінкою ефективності інвестицій. Таблиці розділу складено за формами методичних вказівок [6]. Організаційні рішення розділу забезпечують реалізацію концепції розділу 1 та експлуатацію технологічних рішень розділу 2.

Для управління готелем «Synergy Hub Hotel» обрано лінійно-функціональну організаційну структуру, що поєднує переваги єдиноначальності (чітка вертикаль підпорядкування) із функціональною спеціалізацією підрозділів [6]. Такий тип структури є оптимальним для готелю середньої місткості: він забезпечує керованість, чіткий розподіл відповідальності та водночас гнучкість у роботі функціональних служб - саме це обґрунтування наведено й у відповідях на питання захисту. На чолі підприємства - директор готелю, який здійснює стратегічне управління та представляє інтереси власника; операційне керівництво забезпечує заступник директора. Структуру, склад служб визначено виходячи з потужності готельного комплексу, його особливостей, місця розташування та фактору сезонності [6]. Схему організаційної структури наведено у Додатку Д.

У підпорядкуванні заступника директора перебувають шість функціональних служб: приймання та номерного фонду; коворкінгу і конференцій; харчування; ІТ та цифрових сервісів; технічна і безпеки; адміністрація, маркетинг і продажі. Заклад має всі обов'язкові служби готельного підприємства за методичними вказівками [6]: службу прийому і розміщення, експлуатації номерного фонду, службу харчування, адміністративну, інженерно-технічну,

допоміжні та додаткові служби. Особливістю структури, що відрізняє її від типового готелю, є виокремлення служби коворкінгу і конференцій та посиленої ІТ-служби, що прямо впливає з бізнес-концепції закладу: діловий блок є самостійним центром доходу і потребує окремого операційного управління. Перелік функціональних служб та їхні завдання наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Функціональні служби та їхні завдання

Служба	Основні завдання
Приймання і номерний фонд	Бронювання, реєстрація, прибирання, поверховий сервіс, обслуговування гостей
Коворкінг і конференції	Управління коворкінгом і резидентами, організація подій, технічний супровід заходів, гардероб конференц-центру
Служба харчування	Виробництво продукції, обслуговування ресторану, бару та кейтерингу
ІТ та цифрові сервіси	PMS/CRM, Wi-Fi, смарт-ключі, цифровий консьєрж, кібербезпека
Технічна служба і безпека	Експлуатація інженерних систем, охорона, пожежна безпека, цивільний захист
Адміністрація і маркетинг	Бухгалтерія, HR, продажі, SMM, корпоративні клієнти

Рациональність організаційної структури забезпечується дотриманням норми керованості - оптимальної кількості підлеглих у безпосередньому підпорядкуванні одного керівника (5–7 осіб), чітким розподілом повноважень і відповідальності, єдністю розпорядництва, функціональною спеціалізацією та делегуванням оперативних рішень керівникам служб. У директора в безпосередньому підпорядкуванні - заступник і керівники ключових напрямів (до 7 осіб), у керівників служб - від 4 до 7 виконавців, що відповідає нормі керованості. Гнучкість структури забезпечує можливість перерозподілу персоналу між службами у пікові періоди (заходи конференц-центру, високий сезон).

3.2. Штатний розпис та розрахунок оплати праці

Чисельність працівників посад із безперервним режимом роботи визначено за формулою:

$$Чн = Рм \cdot (Гр + Гп.з.о) / Фрч \quad (3.1)$$

де Чн - наявна чисельність; Рм - кількість робочих місць; Гр - час роботи підприємства за тиждень; Гп.з.о - час підготовчо-заключних операцій; Фрч - нормативний фонд робочого часу працівника на тиждень. Для цілодобової рецепції (Рм = 1; Гр = 168 год/тиждень) за фонду 40 год потрібно $168/40 \approx 4,2$ - потрібно 4 адміністратори за змінним графіком.

Чисельність покоївок розраховано за нормами обслуговування методичних вказівок [6]. Норма часу обслуговування одного номера:

$$Тно = (Тн1 + Тн2 + ... + Тнн) \cdot К \quad (3.2)$$

де Тні - час, витрачений на виконання окремих робіт у номері; К - коефіцієнт витрат часу на додаткові функції, відпочинок та особисті потреби, $K = 1 + (a_1 + a_2)/100 = 1 + (10 + 5)/100 = 1,15$. За хронометражними нормативами середній оперативний час прибирання номера становить 30 хв, отже $Тно = 30 \cdot 1,15 \approx 34,5$ хв. Норма обслуговування за зміну:

$$Но = Тзм / Тно = 480 / 34,5 \approx 14 \text{ номерів} \quad (3.3)$$

Явочна чисельність покоївок першої зміни для 60 номерів: $Чя = 60/14 \approx 4,3 \rightarrow 5$ покоївок; додатково передбачено 2 покоївки другої зміни (вечірній сервіс, прибирання після пізніх виїздів) та 1 чергову. Облікова чисельність з урахуванням коефіцієнта запланованих невиходів (відпустки, хвороби):

$$Чоб = Чя \cdot Кн = 7 \cdot 1,15 \approx 8 \text{ покоївок} \quad (3.4)$$

Оскільки заклад є бізнес-готелем із конференц-центром для гардероба конференц-центру місткістю до 100 місць норматив явочної чисельності становить 0,92 робітника в зміну. Гардероб працює лише під час заходів, тому окрема штатна одиниця не вводиться - функції гардеробника під час заходів виконує персонал служби коворкінгу і конференцій, що враховано в її чисельності.

Загальна чисельність персоналу становить 48 осіб (табл. 3.2.)

Штатний розпис працівників закладу

Посада, тарифний розряд	Кількість посадових одиниць	Зайнятість
Адміністративно-управлінський персонал:		
Директор готелю	1	постійно
Заступник директора	1	постійно
Бухгалтер	1	постійно
Менеджер з персоналу (HR)	1	постійно
Менеджер з продажів/SMM	2	постійно
Разом	6	
Працівники виробництва:		
Шеф-кухар	1	постійно
Кухар	4	постійно
Посудомийка	2	постійно
Прибиральниця	2	постійно
Разом	9	
Торговий, обслуговуючий персонал:		
Менеджер служби приймання	1	постійно
Адміністратор рецепції	4	постійно
Менеджер бронювання	1	постійно
Покоївка	8	постійно
Менеджер коворкінгу	1	постійно
Координатор подій	1	постійно
Офіціант	4	постійно
Бариста/бармен	2	постійно
Разом	22	
Допоміжний (інженерно-технічний) персонал:		
Технік IT/AV	2	постійно
Інженер-технік	1	постійно
Технік	2	постійно
Охоронець	4	постійно
Прибиральник території	2	постійно
Разом	11	
РАЗОМ по закладу	48	

На основі штатного розпису розраховано фонд оплати праці за день та за місяць . Рівні заробітних плат прийнято за актуальними даними ринку праці (work.ua) для м. Одеса, а графіки роботи враховують понаднормовий характер роботи обслуговуючого персоналу готелів (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Фонд оплати праці

№	Посада	Графік роботи	К-сть працівників всього	К-сть працівників за зміну	З/п за день, грн
1	Директор готелю	5/2, 8 год	1	1	1 967
2	Заступник директора	5/2, 8 год	1	1	1 475
3	Менеджер служби приймання	5/2, 8 год	1	1	1 148
4	Адміністратор рецепції	доба/дві	4	1	3 079
5	Менеджер бронювання	5/2, 8 год	1	1	918
6	Покоївка	5/2, 8 год	8	5	4 746
7	Менеджер коворкінгу	2/2, 12 год	1	1	1 148
8	Координатор подій	5/2, 8 год	1	1	984
9	Технік IT/AV	2/2, 12 год	2	1	1 767
10	Шеф-кухар	5/2, 8 год	1	1	1 639
11	Кухар	2/2, 11 год	4	2	3 172
12	Посудомийка	2/2, 11 год	2	1	1 000
13	Прибиральниця	2/2, 8 год	2	1	1 000
14	Офіціант	2/2, 11 год	4	2	2 585
15	Бариста/бармен	2/2, 11 год	2	1	1 508
16	Інженер-технік	5/2, 8 год	1	1	1 148
17	Технік	1/2, 12 год	2	1	1 639
18	Охоронець	1/2, 12 год	4	1–2	2 848
19	Бухгалтер	5/2, 8 год	1	1	1 148
20	Менеджер з персоналу (HR)	5/2, 8 год	1	1	1 049
21	Менеджер з продажів/SMM	5/2, 8 год	2	2	1 967
22	Прибиральник території	2/2, 8 год	2	1	1 180
Всього заробітна плата за день, грн					39 115
Всього заробітна плата за місяць, грн					1 193 000

Місячний фонд оплати праці становить 1 193 000 грн (39 115 грн/день × 30,5 дня). Структура персоналу за категоріями відповідає рекомендованим співвідношенням методичних вказівок [6] (адміністративно-управлінський персонал - 10–15 %, виробничий (операційний) - 60–65 %, допоміжний - 25–30 %): до операційної категорії належать працівники виробництва разом із торговим та обслуговуючим персоналом. Плановий річний фонд оплати праці з нарахуваннями єдиного соціального внеску (22 %) наведено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Планування фонду оплати праці за категоріями персоналу

Категорія персоналу	Чисельність	Частка, %	Місячний ФОП, грн	Річний ФОП з ЄСВ, тис. грн
Адміністративно-управлінський	6	12,5	232 000	3 396
Виробничий (операційний): виробництво + торговий, обслуговуючий	31	64,6	699 000	10 233
Допоміжний (інженерно-технічний)	11	22,9	262 000	3 836
Разом	48	100	1 193 000	17 465

Річний фонд оплати праці з урахуванням ЄСВ становить близько 17,5 млн грн. Частина функцій (SMM, юридичний супровід, IT-підтримка другої лінії) може виконуватися на умовах аутсорсингу [6].

Система матеріального стимулювання включає посадовий оклад, премію до 15 % окладу за виконання КРІ завантаженості та якості сервісу, доплати за високі оцінки гостей, командні бонуси за виконання планів продажів коворкінгу і заходів, а також нематеріальні стимули (навчання, кар'єрне зростання, гнучкий графік).

Стимулювання прив'язане до ключових показників бізнес-моделі - завантаженості номерного фонду, доходів ділового блоку та рейтингів сервісу.

3.3. Моделювання основних і додаткових послуг підприємства

Послуги закладу поділено на основні та додаткові. Найбільшу увагу приділено новим для ринку Одеси діловим послугам (коворкінг 24/7, фокус-кабіни, конференц-сервіс), які обґрунтовано виявленою в розділі 1 ринковою прогалиною та формують ключовий диференціатор закладу. Послугам харчування приділено особливу увагу в п. 2.2.4 (зала на 100 місць, цехи, склад, характеристика сніданків і меню). Характеристику основних та додаткових послуг за формою методичних вказівок [6] наведено в табл. 3.5, а схему послуг - в обов'язковому графічному додатку.

Таблиця 3.5

Перелік основних та додаткових послуг готелю

Назва послуги	Наявність сплати	Час дії послуги	Можливість бронювання	Місце надання послуги	Характеристика послуги	Відповідальний персонал
Основні послуги						
Проживання	платна	цілодобово	так	номерний фонд, 4–8 пов.	60 номерів 5 категорій з робочою зоною; тарифи 2200–6500 грн/добу, динамічне ціноутворення	СПіР
Сніданок	включено	7:00–10:30	-	ресторан, 1 пов.	«Шведський стіл», включено у вартість проживання	служба харчування
Wi-Fi, цифровий консьерж	включено	цілодобово	-	уся будівля, застосунок	До 1 Гбіт/с, два незалежні канали; смарт-ключі, онлайн-сервіс	ІТ-служба

Коворкінг для гос- тей	вклю- чено	24/7	так	2 по- верх	Базовий до- ступ до орен- дари для гостей готе- лю	служба ко- воркінгу
Додаткові послуги						
Коворкінг для резиде- нтів	платна	24/7	так	2 по- верх	150 грн/год; 700 грн/день; місячний пакет 5500 грн	служба ко- воркінгу
Фокус- кабіни, перегово- рні	платна	24/7	так	2 по- верх	250 грн/год (кабіна); 600 грн/год (пе- реговорна)	служба ко- воркінгу
Конфере- нц-зали	платна	за захо- дами	так	3 по- верх	«Connect»/« Focus»/«Syn- ergy» - 900/1500/28 00 грн/год, AV-техніка, кава-брейки	координа- тор подій
Ресторан, кейтеринг	платна	10:30– 23:00	так	1 по- верх	À la carte; бізнес-ланч 350 грн; кейтеринг заходів	служба ха- рчування
Фітнес- зал	платна	6:00– 23:00	-	1 по- верх	250 грн/день, для гостей - пільгові умови	СПіР
Трансфер, друк, по- дії	платна	за запи- том	так	принт- центр, зовн.	Трансфер від 600 грн; принт- центр; не- творкінг- події	відповідні служби

У готелі передбачається комплекс основних і додаткових послуг, орієнтований на бізнес-туристів, цифрових кочівників, корпоративні команди, учасників конференцій і гостей, які поєднують проживання з роботою. Тарифи на проживання диференційовано залежно від категорії номера: від 2200 грн за одномісний стандарт до 6200 грн за номер категорії «люкс». Передбачається застосування динамічного ціноутворення з урахуванням сезону, дня тижня, рівня завантаженості готелю, проведення міських заходів і тривалості перебування гостя.

Важливою складовою обслуговування є ресторан, у якому пропонуватимуться сніданки, легкі й основні страви, десерти та напої. Вартість комплексного бізнес-сніданку становитиме 280 грн, а бізнес-ланчу - 350 грн. У меню передбачено омлет із сиром і зеленню за 180 грн, вівсянку з ягодами за 140 грн, салат із куркою та авокадо за 260 грн, овочевий крем-суп за 160 грн, пасту з куркою за 280 грн, боул із кіноа за 260 грн, клуб-сендвіч за 220 грн, курячий стейк із гарніром за 320 грн і лосось з овочами за 420 грн. До меню основних страв також входять грецький салат за 220 грн, український борщ за 160 грн, курячий бульйон за 140 грн, різото з грибами за 290 грн, телятина з пюре за 430 грн і тартар із лосося за 390 грн. Серед десертів і закусок пропонуватимуться чізкейк за 150 грн, сирна тарілка за 320 грн і фруктові тарілки за 260 грн. Вартість американо становитиме 70 грн, капучино - 90 грн, авторського чаю - 110 грн, лимонаду - 120 грн, апельсинового фрешу - 130 грн. Для учасників ділових заходів передбачено організацію кави-брейків за ціною 180 грн з особи.

Коворкінг функціонуватиме як самостійний центр доходу та додатковий сервіс для гостей. Вартість робочого місця у форматі open space становитиме 150 грн за годину, денного доступу - 700 грн, місячного пакета - 5500 грн. Оренда звукоізольованої фокус-кабіни коштуватиме 250 грн за годину, переговорної кімнати - 600 грн за годину, командної зони - 800 грн за годину. Послуги принт-центру надаватимуться за окремим тарифом, а цифровий кон-

сьерж, що забезпечуватиме бронювання робочих місць, переговорних кімнат і подій, буде включений до сервісу.

Для проведення конференцій і корпоративних заходів передбачено три зали різної місткості. Зал «Connect» до 10 осіб пропонуватиметься за 900 грн за годину, зал «Focus» до 30 осіб - за 1500 грн за годину, а зал «Synergy» до 80 осіб - за 2800 грн за годину. Вартість організації гібридного заходу починатиметься від 4000 грн, а пакет «День конференції» - від 1100 грн з особи. Для основних сценаріїв споживання розроблено пакетні пропозиції: «Work Day» за 850 грн, «Business Trip» від 2900 грн, «Startup Meet» за 1800 грн, «Conference Pro» за 8000 грн, «Synergy Event» від 35 000 грн, «Corporate Month» за 12 000 грн, «Nomad Stay» від 17 000 грн і «Team Sprint» від 22 000 грн. Додатково передбачається пакет «Conference Lite» для невеликих ділових зустрічей. Поєднання проживання, харчування, коворкінгу, оренди залів і технічного супроводу в єдиних пакетах спрощує вибір послуг, сприяє підвищенню середнього чека та стимулює повторні звернення корпоративних замовників.

Маркетингова стратегія готелю ґрунтуватиметься на використанні власного сайту й мобільного застосунку для прямих продажів, OTA-платформ, корпоративних договорів, SMM, контент-маркетингу у професійних мережах, партнерств із бізнес-спільнотами та ІТ-кластерами. Для просування також проводитимуться бізнес-сніданки, лекції, презентації та нетворкінг-зустрічі. Для утримання клієнтів запроваджується багаторівнева програма лояльності: рівень Base передбачає 5 % бонусів, Silver після 10 ночей на рік - 10 % бонусів і знижку на коворкінг, Gold після 30 ночей - 15 % бонусів, підвищення категорії номера та безкоштовні години користування переговорними кімнатами. Для корпоративних клієнтів діятимуть спеціальні тарифи, послуги виділеного менеджера та можливість відстрочення платежу.

Комплексне поєднання проживання, ресторанного обслуговування, коворкінгу та конференц-сервісу формує зручний простір для роботи, відпочинку і проведення ділових заходів в одному закладі.

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

Організація охорони праці в проєктованому готелі здійснюється відповідно до Закону України «Про охорону праці», чинних нормативно-правових актів і методичних вказівок [6]. Основною метою системи охорони праці є створення безпечних і нешкідливих умов роботи для всіх категорій персоналу, запобігання виробничому травматизму, професійним захворюванням та аварійним ситуаціям. Загальне керівництво роботою з охорони праці здійснює директор готелю. Наказом керівника призначається відповідальна особа за охорону праці та пожежну безпеку, визначаються відповідальні працівники в кожному структурному підрозділі, а також затверджуються відповідні положення, інструкції, журнали обліку та графіки перевірок. Відповідальні особи контролюють технічний стан обладнання, дотримання працівниками правил безпеки, своєчасність проведення інструктажів і виконання профілактичних заходів.

У готелі передбачено проведення вступного інструктажу під час прийняття на роботу, первинного інструктажу безпосередньо на робочому місці, повторного інструктажу не рідше одного разу на шість місяців, а також позапланового і цільового інструктажів.

Працівники, робота яких пов'язана з підвищеним фізичним навантаженням, електрообладнанням, тепловими установками, мийними та дезінфекційними засобами, забезпечуються необхідними засобами індивідуального захисту.

Особлива увага приділяється електробезпеці. Перевірка електромереж, розеток, освітлювальних приладів, кухонного, прального й вентиляційного обладнання здійснюється за встановленим графіком.

У приміщеннях рецепції, адміністративної групи, коворкінгу та службових кабінетах підтримуються оптимальні параметри мікроклімату згідно з ДСН 3.3.6.042-99. Температура повітря має становити 22–24 °С, відносна вологість - 40–60 %, а швидкість руху повітря - до 0,1 м/с. Кількість зовнішньо-

го повітря для житлових приміщень передбачається на рівні 60 м³/год на одну особу відповідно до ДБН В.2.2-20:2008 [6].

Захист від шуму та вібрації забезпечується комплексом організаційних і технічних заходів. До них належать своєчасне обслуговування інженерного обладнання, використання віброізоляційних опор, встановлення вентиляційних установок зі зниженою звуковою потужністю та розміщення найбільш шумного обладнання в окремих технічних приміщеннях. У номерах, переговорних кімнатах і фокус-кабінах застосовуються звукоізоляційні матеріали, акустичні панелі, ущільнені двері та конструкції, які знижують проникнення зовнішнього шуму. Це сприяє створенню комфортних умов як для гостей, так і для працівників готелю.

Протипожежна безпека забезпечується комплексною системою запобігання пожежам, їх своєчасного виявлення та ліквідації. Будівля обладнується автоматичною пожежною сигналізацією, системою оповіщення та управління евакуацією, датчиками диму й температури, внутрішнім протипожежним водопроводом і спринклерною системою пожежогасіння. У доступних і добре позначених місцях встановлюються вогнегасники відповідного типу, пожежні крани, ручні сповіщувачі та інформаційні таблички. Технічний стан засобів пожежогасіння регулярно перевіряється, а результати контролю фіксуються у відповідній документації.

Евакуаційні шляхи та виходи повинні постійно залишатися вільними, добре освітленими й позначеними світловими покажчиками. Ширина коридорів передбачається не меншою за 1,6 м, двері на шляхах евакуації мають відчинятися у напрямку виходу з будівлі. Для запобігання поширенню диму влаштовуються незадимлювані сходові клітки, протипожежні двері та система димовидалення. На кожному поверсі, у зоні рецепції, коворкінгу, ресторану й конференц-залів розміщуються плани евакуації із зазначенням основних і запасних виходів, місць розташування вогнегасників, пожежних кранів та кнопок ручного сповіщення.

З огляду на воєнний стан значна увага приділяється цивільному захисту. У цокольному рівні готелю передбачається облаштування укриття, розрахованого на тимчасове перебування гостей і персоналу. Укриття обладнується місцями для сидіння, резервним освітленням, вентиляцією, санітарною зоною, запасом питної та технічної води, аптечками, вогнегасниками, ліхтарями, засобами зв'язку й первинними засобами життєзабезпечення.

Таким чином, система охорони праці, протипожежної безпеки та цивільного захисту охоплює організаційні, технічні, санітарно-гігієнічні та навчальні заходи. Її реалізація дає змогу мінімізувати професійні, пожежні й безпекові ризики, забезпечити належний рівень захисту персоналу та гостей, а також підвищити стійкість роботи готелю в умовах надзвичайних ситуацій.

3.5. Організація охорони навколишнього середовища

Заходи з охорони навколишнього середовища спрямовані на мінімізацію впливу діяльності готелю на довкілля та відповідають принципам сталого розвитку. Передбачено: енергоефективні рішення (LED-освітлення з датчиками руху, рекуперація тепла у вентиляції, смарт-управління кліматом, що знижує витрати енергоносіїв на 10–15 %); водозбереження (аератори, сенсорна сантехніка, контроль витоків); роздільне збирання відходів із передачею на переробку та мінімізацією одноразового пластику; скорочення викидів за рахунок енергоефективних систем ОВК; цифровізацію документообігу (безпаперова реєстрація, електронні рахунки), що зменшує споживання паперу.

Готель розробляє внутрішню екологічну політику з цільовими показниками (зниження енергоспоживання, частка відходів на переробку, скорочення споживання води) та відповідальним за їх досягнення. Залучення персоналу до екологічних ініціатив і поінформованість гостей про «зелені» практики формують позитивний імідж бренду. Екологічна відповідальність закладу є додатковою конкурентною перевагою у роботі з корпоративними клієнтами, для яких принципи ESG стають дедалі важливішими критеріями вибору партнерів.

3.6. Організація роботи та розробка фінансової моделі підприємства

Для правильної організації роботи підприємства складено перелік необхідної інформації для роботи закладу (табл. 3.6). За організаційно-правовим статусом заклад створюється у формі товариства з обмеженою відповідальністю - найпоширенішої форми господарювання у готельному бізнесі України, що забезпечує обмежену відповідальність засновників, гнучке залучення партнерів-резидентів коворкінгу та зручну систему оподаткування. Для створення фінансового плану підприємства розраховано товарообіг закладу та його операційні витрати, для чого заповнено табл. 3.7 (дохід від продажу номерів при 100 % завантаженні).

Таблиця 3.6

Перелік необхідної інформації для організації роботи закладу

Тип інформації	Обраний тип	Примітки
1. Організаційно-правовий статус закладу готельного господарства	Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)	ДСТУ 4269:2003
2. Тип готельного підприємства	Міський бізнес-готель категорії 4*	формат «hotel + coworking»
3. Організаційна структура	Лінійно-функціональна	п. 3.1, рис. 3.1
4. Кількість номерів	60 (одноразова місткість 107 місць)	п. 2.1
5. Кількість персоналу	48 осіб	п. 3.2
6. Відмінні особливості бізнес-ідеї проекту	Інтегрований коворкінг 24/7, конференц-центр, цифрові сервіси, резидентські пакети	розділ 1

Максимальний добовий товарообіг від проживання при 100 % завантаженні становить 196 600 грн, за рік - 71,76 млн грн. Середньозважений тариф за структурою фонду становить $196\,600/60 \approx 3277$ грн - це плановий ADR експлуатаційної програми (п. 2.5). Дохід від продажу додаткових послуг розраховано за формою методичних вказівок [6] окремо за кожною послугою (табл. 3.8), а не укрупнено як 10 % товарообігу, оскільки діловий блок є самостійним центром доходу закладу.

Таблиця 3.7

Розрахунок доходу від продажу номерів при 100 % завантаженні

Назва номеру	Кількість номерів за день, шт.	Ціна номеру за добу (24 год), грн	У місяць (в середньому 30,5 днів), грн	В рік (365 днів), грн
Стандарт одномісний	12	2 200	805 200	9 636 000
Стандарт двомісний	45	3 400	4 666 500	55 845 000
Напівлюкс	1	4 500	137 250	1 642 500
Люкс	1	6 200	189 100	2 263 000
Апартамент	1	6 500	198 250	2 372 500
Разом	60	196 600	5 996 300	71 759 000

Таблиця 3.8

Розрахунок доходу від продажу додаткових послуг (плановий рік)

Назва послуги	К-сть покупок за добу / за рік	Ціна за одиницю, грн	За рік, грн
Денний доступ до коворкінгу	18/добу	700	4 599 000
Фокус-кабіни та переговори	≈ 14 год/добу	250–600/год	949 000
Оренда конференц-залів (з супроводом)	≈ 120 год/рік	900–2 800/год	1 444 000
Для абонементів:			
Місячний резидентський абонемент	38 за рік	5 500/міс	2 508 000
Разом ділові послуги			9 500 000
Ресторан і лобі-бар	80 чеків/добу	356 (сер. чек)	10 400 000
Інші послуги (фітнес, трансфер, друк, події)	-	-	2 464 000
Разом додаткові послуги			22 364 000

Сукупний дохід від додаткових послуг становить 22,36 млн грн (30,8 % виручки), що відповідає експертному орієнтиру методичних вказівок для готелів 4–5*, за яким номери генерують 50–70 % фінансового потоку, а решту - додаткові послуги [6]. Для розрахунків прийнято середнє завантаження готе-

лю першого року 70 % (у межах рекомендованого методичкою діапазону та відповідно до антисезонної бізнес-моделі, п. 2.5) із подальшим зростанням.

Далі виконано розрахунок операційних витрат та точки беззбитковості: точкою беззбитковості за методикою [6] є сума операційних витрат за період. Розрахунок операційних витрат за формою методичних вказівок наведено в табл. 3.9 (частину статей визначено як частку товарообігу, частину - прямим розрахунком).

Таблиця 3.9

Розрахунок операційних витрат

№	Види витрат	Сума за рік, грн	Розрахунок
1	Зарплатня персоналу	14 316 000	табл. 3.3 (за рік)
2	Податки та ЄСВ на зарплатню	3 149 000	ПДФО, військовий збір, ЄСВ 22 %
3	Комунальні витрати, інтернет, охорона, пожежна безпека	6 000 000	розрахунок п. 2.5
4	Собівартість продукції ресторану	3 800 000	36 % доходу ресторану
5	Господарські товари, білизна, канцтовари	635 000	0,9 % товарообігу
6	Поточний ремонт, амортизація	7 100 000	амортизація (табл. 3.13)
7	Реклама (операційні витрати)	3 000 000	4 % товарообігу
8	Комісія за бронювання (Booking та ін.) та еквайринг	5 800 000	30 % від бронювань через ОТА
9	Різне	3 000 000	4 % товарообігу
ВСЬОГО (точка беззбитковості за рік)		46 800 000	

Загальна сума операційних витрат становить 46,8 млн грн на рік (3,9 млн грн на місяць). Додатково виконано класичний маржинальний розрахунок: витрати поділено на умовно-постійні (ФОП з податками, комунальні, амортизація, частина адміністративних - 34,2 млн грн) та змінні (собівартість ресторану, реклама, комісії, господарські - 12,6 млн грн); точка беззбитковос-

ті - 41,4 млн грн. Завершальним етапом є розрахунок фінансових показників проєкту на день і на місяць (табл. 3.10).

Термін окупності проєкту розраховано за формулою [6]:

$$Ток = I_3 / (Чп \cdot 12) \quad (3.5)$$

де I_3 - загальні інвестиції для реалізації концепції (141,9 млн грн, табл. 2.15); $Чп$ - чистий прибуток за місяць, тис. грн; 12 - кількість місяців у році.

Таблиця 3.10

Фінансові показники

Показник	День, грн	Місяць, грн
1. Товарообіг (табл. 3.7) з урахуванням середнього завантаження без ПДВ	137 633	4 186 000
2. Товарообіг (табл. 3.8) з урахуванням середнього завантаження без ПДВ	61 271	1 864 000
3. Виручка від реалізації без ПДВ (р. 1 + р. 2)	198 904	6 050 000
4. Точка беззбитковості (сума операційних витрат)	128 219	3 900 000
5. Податок на прибуток (18 %)	12 723	387 000
6. Чистий прибуток (р. 3 – р. 4 – р. 5)	57 962	1 763 000
7. Термін окупності	-	5,1 року

Фінансовий план передбачає щорічне зростання доходів з 70 % до 74 %, а середній тариф індексується, що дає приріст доходів від проживання близько 8 % щороку.

Для сукупних доходів закладу прийнято консервативний темп зростання 5 % щороку. За незмінних умовно-постійних витрат (34,2 млн грн) і змінних витрат, пропорційних доходам (12,6 млн грн у перший рік), річний чистий прибуток зростає з 21 156 тис. грн у перший рік до 23 616 тис. грн у дру-

гий, 26 199 - у третій, 28 911 - у четвертий, 31 759 - у п'ятий і 34 749 тис. грн у шостий рік.

Середньомісячний чистий прибуток планового шестирічного періоду становить $Чп = 2\,311$ тис. грн. Тоді за формулою (3.5): $Ток = 141\,900 / 27\,732 \approx 5,1$ року.

ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ

У результаті виконання кваліфікаційної роботи було розроблено концепцію міського бізнес-готелю на 60 номерів з коворкінг-просторами у місті Одеса.

Під час дослідження готельного ринку Одеси встановлено, що попит на готельні послуги поступово відновлюється, але залишається сезонним. У піковий сезон середня вартість номера зростає приблизно на 40 %. Також на ринку недостатньо сучасних бізнес-готелів із відомим брендом, технологічним оснащенням і комфортними умовами для роботи.

Було проведено аналіз основних конкурентів готелів категорії 4–5 зірок за 10-бальною шкалою. Готелі-конкуренти отримали сумарно за критеріями від 60 до 67 балів. Жоден із них не пропонує повноцінного поєднання готельних послуг, коворкінгу, сучасних технологій та оригінальної концепції. Це підтверджує наявність вільної ринкової ніші для міського бізнес-готелю на 60 номерів з коворкінг-просторами.

У роботі розроблено концепцію 4* готелю формату «hotel + coworking» на 60 номерів, орієнтованого на різні групи бізнес-туристів. Така концепція забезпечує рівномірне завантаження готелю протягом року. Для закладу сформовано унікальну торгову пропозицію, пакетні пропозиції та проведено SWOT-аналіз, результати якого показали перевагу сильних сторін і можливостей розвитку концепції.

У технологічному розділі визначено структуру номерного фонду, кількість номерів на поверхах, склад і площі всіх груп приміщень. Також виконано розрахунок загальної площі готелю, розроблено функціональне зонування та розподіл приміщень по поверхах. Окремо обґрунтовано склад інженерних систем і необхідної інфраструктури.

Розраховано основні показники роботи готелю на три роки. За планової завантаженості 70 % дохід від проживання у перший рік становитиме 50,2 млн грн, а загальний операційний дохід - 72,6 млн грн.

Для управління готелем запропоновано лінійно-функціональну структуру. У ній передбачено окрему службу коворкінгу та конференцій, а також ІТ-службу. Загальна кількість працівників становитиме 48 осіб.

Також розроблено перелік основних і додаткових послуг та маркетингову стратегію. Вартість проживання планується в межах від 2200 до 6200 грн за добу з використанням динамічного ціноутворення. Вартість коворкінгу становитиме 700 грн за день або 5500 грн за місяць. Передбачено різні канали просування, програму лояльності та спеціальні пропозиції для корпоративних клієнтів.

У роботі розглянуто питання охорони праці, протипожежної безпеки, цивільного захисту в умовах воєнного стану та охорони навколишнього середовища. Запропоновані заходи відповідають принципам безпеки та сталого розвитку.

Фінансові розрахунки підтвердили економічну доцільність проєкту. Виручка у перший рік становитиме 72,6 млн грн, операційні витрати - 46,8 млн грн, податок на прибуток - 4,64 млн грн, а чистий прибуток - 21,16 млн грн. Орієнтовний термін окупності проєкту становить 5,1 року.

У подальшому формат «готель + коворкінг» можна розвивати в інших великих містах України. Перспективними напрямками є впровадження цифрових сервісів на основі штучного інтелекту, співпраця з ІТ-компаніями та бізнесом, а також використання енергоощадних і екологічних технологій.

Отже, розроблена концепція «Synergy Hub Hotel» може бути використана як основа для створення реального бізнес-готелю в Одесі. Реалізація проєкту сприятиме розвитку ділового туризму, створенню нових робочих місць і формуванню сучасного простору для роботи, проживання та проведення ділових заходів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Огляд готельного ринку України 2024 : аналітичне дослідження / Ribas Hotels Group. 2024. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/analytics/oglyad-gotel'nogo-rinku-ukrayini-2024/> (дата звернення: 05.04.2026).
2. Опитування та прогноз літнього відпочинку в Україні 2025 рік / Ribas Hotels Group. 2025. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/analytics/opytuvannya-ta-prognoz-litnogo-vidpochynku-v-ukrayini-2025-rik/> (дата звернення: 06.04.2026).
3. Опитування та прогноз зимового відпочинку в Україні / Ribas Hotels Group. 2025. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/analytics/opros-i-prognoz-zimnego-otdiha-v-ukraine/> (дата звернення: 07.04.2026).
4. Зимовий відпочинок в Україні 2026: ключові сигнали ринку / Ribas Hotels Group. 2025. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/zymovyj-vidpochynok-v-ukrayini-2026-klyuchovi-sygnaly-rynku/> (дата звернення: 08.04.2026).
5. Дослідження готельного та рекреаційного девелопменту України «Обіцяне vs Реальне» за 2015–2025 роки / Ribas Invest. 2026. URL: <https://ribasinvest.com/40-gotelnyh-proyektiv-anonsovanyh-u-2021-2022-rr-zalyshayutsya-zamorozhenymy-ribas-hotels-group-oprylyudnyla-audyt-rynku/> (дата звернення: 15.04.2026).
6. Ряшко Г. М., Федосова К. С., Москвічова О. М. Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи (готелі) : для студентів СВО «Бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / відповідальна за випуск Т. Є. Лебеденко. Одеса : ОНТУ, 2024. 113 с. URL: <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT.2238188> (дата звернення: 10.04.2026).
7. Проектування підприємств готельно-ресторанного господарства : навчальний посібник / Н. О. П'ятницька, Н. М. Зубар, Г. Т. П'ятницька, Л. Г.

Агафонова, Н. В. Бунтова та ін. ; за загальною редакцією Н. О. П'ятницької, Н. М. Зубар. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : КУТЕП, 2016. 407 с.

8. Booking.com : міжнародна система онлайн-бронювання засобів розміщення. URL: <https://www.booking.com/> (дата звернення: 11.04.2026).

9. Готелі в м. Одеса. ТОП-7 готелів Одеси для туриста. Odesa-Day. 2024. URL: <https://odesa-day.com/hotels-odessa/> (дата звернення: 12.04.2026).

10. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР, зі змінами та доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 13.04.2026).

11. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 17 с.

12. ДБН В.2.2-20:2008. Будинки і споруди. Готелі, зі Зміною № 1. Київ : Мінрегіонбуд України, 2009. 39 с. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3199654438578947875?doc_type=2 (дата звернення: 14.04.2026).

13. ДБН В.2.2-25:2009. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства), зі Змінами № 1 та № 2. Київ : Мінрегіонбуд України, 2010. 65 с. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3875041237748680026?doc_type=2 (дата звернення: 14.04.2026).

14. Аналіз готельного ринку України у 2024 році. InVenture. 2024. URL: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/analiz-gotelnoho-rinku-ukraini-u-2024-roci> (дата звернення: 16.04.2026).

15. Огляд готельного ринку України 2024. Ресторанний консалтинг. 2024. URL: <https://restaurant-consulting.com.ua/uk/ogljad-gotelnoho-rinku-ukraini-2024> (дата звернення: 17.04.2026).

16. Низька завантаженість та фінансові втрати: як одеські готелі пережили коронакризу. Факти ICTV. 2020. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20200916-nyzka-zavantazhenist-ta-finansovi-vtraty-yak-odeski-goteli-perezhyly-koronakryzu/> (дата звернення: 18.04.2026).

17. Строкович Г. В., Данько Н. І. Готельно-ресторанний бізнес в Україні: аналіз сучасних тенденцій та перспектив. Бізнес Інформ. 2025. № 9. С. 211–219. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-9-211-219>. URL: https://www.business-inform.net/article/?abstract=2025_9_0_211_219&year=2025 (дата звернення: 19.04.2026).

18. Ринок готельної нерухомості України у 2024 році: перерозподіл попиту, зростання ADR. Property Times. 2025. URL: https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/rinok_gotelnoyi_neruhomosti_ukrayini_u_2024_rotsi_pererозpodil_popitu_zrostannya_adr (дата звернення: 20.04.2026).

19. Готельний ринок Одеси у 2024 році показав зростання - аналітика. Property Times. 2025. URL: https://propertytimes.com.ua/novosti/gotelniy_rinok_odesi_v_2024_rotsi_pokazav_zrostannya_analitika (дата звернення: 21.04.2026).

20. Завантаженість готелів України в I кварталі 2025 року - аналітика. Property Times. 2025. URL: https://propertytimes.com.ua/novosti/zavantazhenist_goteliv_ukrayini_v_i_kvartali_2025_roku_analitika (дата звернення: 22.04.2026).

21. В Україні зростає кількість готелів та хостелів, внутрішній туризм сприяє розвитку індустрії - дослідження. Forbes Ukraine. 2024. URL: <https://forbes.ua/news/v-ukraini-zrostaе-kilkist-goteliv-ta-khosteliv-vnutrishniy-turizm-e-drayverom-rozvitku-industrii-doslidzhennya-03102024-23985> (дата звернення: 23.04.2026).

22. Міщенко О. Який бенчмаркінг потрібен готелям? Академія Гостинності. 2021. № 1. URL: <https://e.hotel-rest.com.ua/akademiya-hostynnosti-2021-1/yakyy-benchmarkinh-potriben-hotelyam> (дата звернення: 24.04.2026).

23. Тітова Н. В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення. Економіка і менеджмент культури. 2013. № 1. С. 67–74. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/titova.htm (дата звернення: 25.04.2026).

24. Bristol Hotel Odesa : офіційний сайт. URL: <https://bristol-hotel.com.ua/> (дата звернення: 26.04.2026).
25. Frederic Koklen Boutique Hotel : офіційний сайт. URL: <https://koklenhotel.org/> (дата звернення: 27.04.2026).
26. Оренда конференц-залів в Одесі та Одеській області. Zaly.Odessa.Ua. URL: <https://zaly.odessa.ua/> (дата звернення: 28.04.2026).
27. Коворкінги України : каталог. ITHub.ua. URL: <https://ithub.ua/coworking> (дата звернення: 29.04.2026).
28. Арпуль О. В., Абрамова А. Г., Мирошник Ю. А., Собін О. В. Готельна справа : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2021. 300 с.
29. Ковешніков В. С., Матвієнко А. Т., Разметова О. Г. Організація готельно-ресторанного господарства : навчальний посібник. Київ : Ліра-К, 2018. 564 с.
30. Reynolds D. R., Rahman I., Barrows C. W. Introduction to Hospitality Management. Hoboken, NJ : Wiley, 2021. 432 p.
31. Moxy Hotels : офіційний сайт готельного бренду / Marriott International. URL: <https://www.marriott.com/brands/moxy-hotels.mi> (дата звернення: 05.05.2026).
32. The Social Hub : офіційний сайт мережі гібридної гостинності. URL: <https://www.thesocialhub.co/> (дата звернення: 10.05.2026).
33. Zoku: A New Kind of Business Hotel in Europe : офіційний сайт мережі гібридних бізнес-готелів. URL: <https://livezoku.com/> (дата звернення: 15.05.2026).
34. Global co-working at citizenM hotels : офіційна сторінка коворкінгових просторів мережі citizenM. URL: <https://www.mycitizenmplus.com/coworking> (дата звернення: 20.05.2026).

КОНЦЕПЦІЯ МІСЬКОГО БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ 4* «SYNERGY HUB HOTEL» НА 60 НОМЕРІВ З ІНТЕГРОВАНИМ КОВОРКІНГОМ І КОНФЕРЕНЦ-ЦЕНТРОМ У М. ОДЕСА

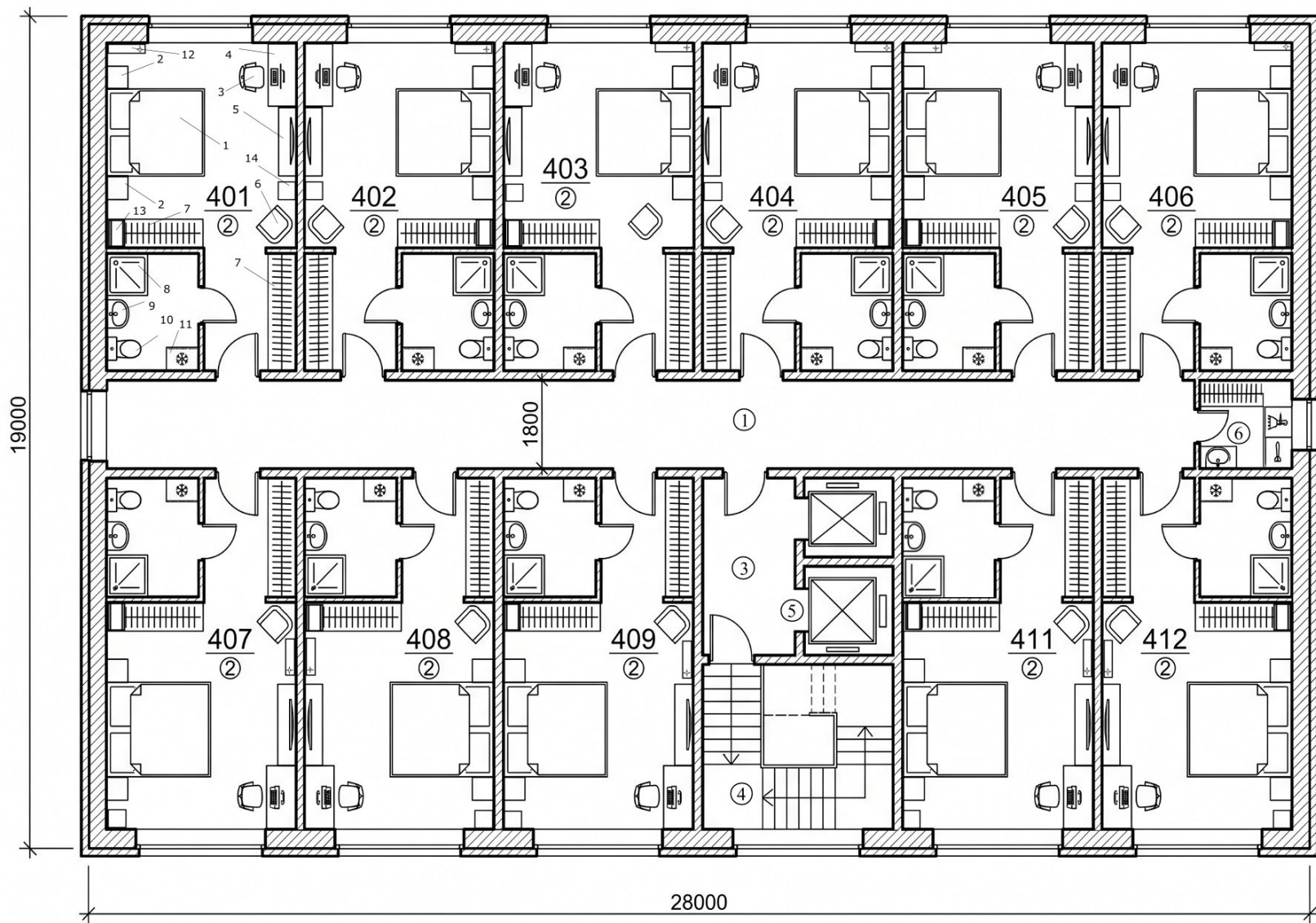
ОСНОВНІ КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

- **Коворкінг 24/7** - гнучкі робочі місця, високошвидкісний Wi-Fi, оргтехніка та зони для онлайн-зустрічей.
- **Переговорні та конференц-зали** - простори різної місткості з мультимедійним обладнанням для ділових подій.
- **Smart-номери з робочою зоною** - ергономічне робоче місце, електронний доступ і автоматизоване керування освітленням та кліматом.
- **Центральна локація Одеси** - зручний доступ до ділового центру, транспортних вузлів і міської інфраструктури.
- **Нетворкінг як сервіс** - професійні події, тематичні зустрічі та формування спільноти гостей і резидентів.
- **Диверсифіковані джерела доходу** - проживання, оренда робочих місць і залів, харчування та додаткові бізнес-послуги.

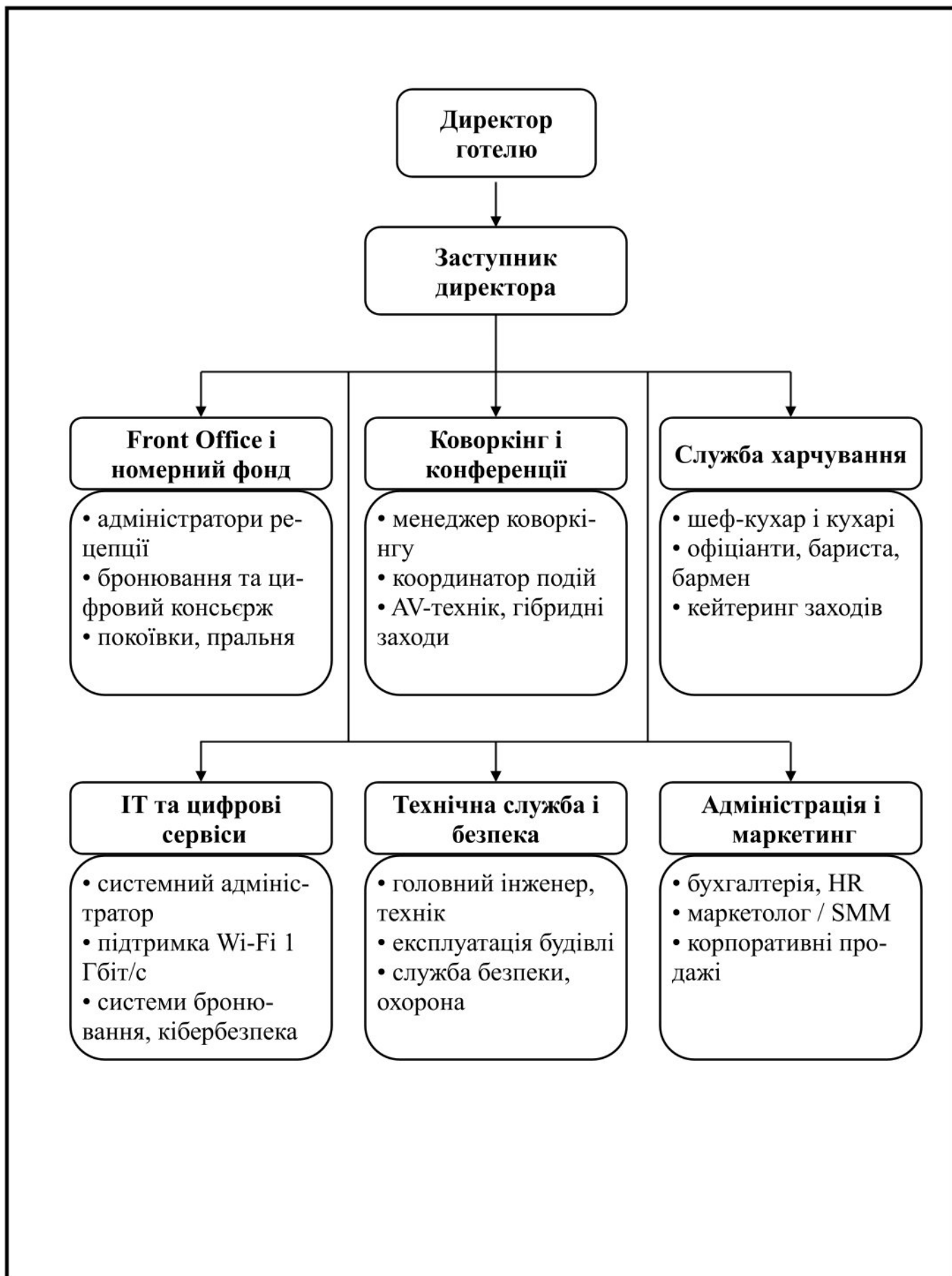
ЕТАПИ ВПРОВАДЖЕННЯ

- 1. Передпроектна підготовка** - аналіз ринку, формування технічного завдання, вибір об'єкта, визначення бюджету та джерел фінансування.
- 2. Проектування** - розроблення архітектурних, дизайнерських та інженерних рішень, зонування коворкінгу і конференц-центру.
- 3. Будівельно-ремонтні роботи** - будівництво або реконструкція, прокладання інженерних мереж, оздоблення приміщень і благоустрій території.
- 4. Оснащення та IT-мережа** - закупівля меблів і техніки, встановлення PMS, електронних замків, конференц-обладнання та швидкісного інтернету.
- 5. Набір і навчання персоналу** - формування штату, розроблення стандартів сервісу та навчання роботі з цифровими системами.
- 6. Soft-opening та запуск маркетингу** - тестова експлуатація, коригування операційних процесів, просування готелю та офіційне відкриття.

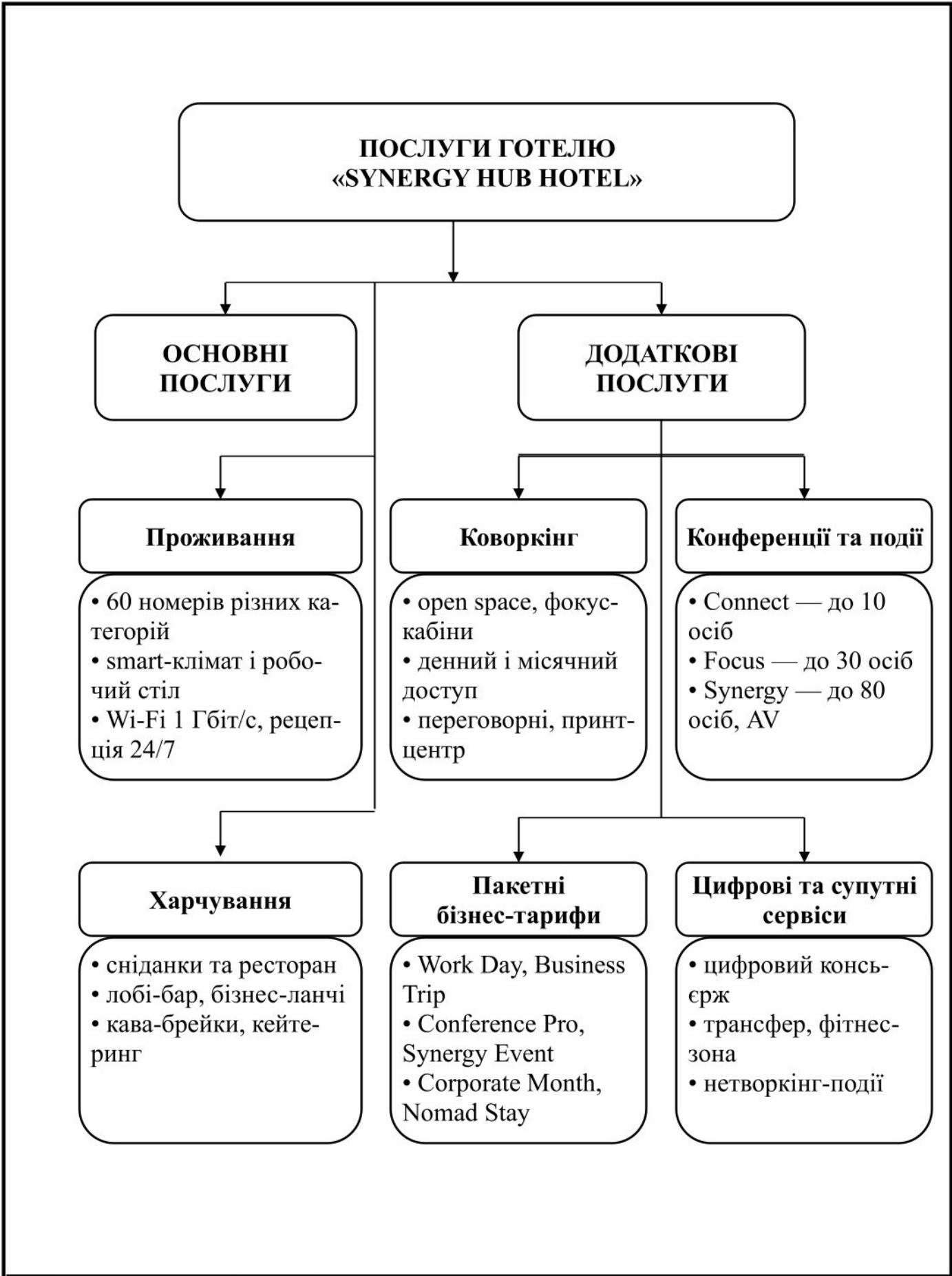
					<i>КРБ.ГРБ.1.177-03.1.3</i>		
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата	Додаток А. Концепція міського бізнес-готелю на 60 номерів в м. Одеса		
Студент.		Грицишина К.В.					
Консульт.							
Керівник		Коваленко Н.О.					
Н. Контр.		Коваленко Н.О.					
Зав. Каф.		Лебеденко Т.Є.					
					Літ.	Аркуш	Аркушів
						90	95
					ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401		



						КРБ.ГРБ.1.177-03.1.3					
						Розробка концепції міського готелю бізнес формату на 60 номерів з інтегрованими коворкінг-просторами в м. Одеса					
Зм	Кіл	Арк	Льдок	Підпис	Дата						
Студент	Грицишина К.В					Додаток Б. План приміщень закладу готельного господарства		Стад.	Аркуш	Аркушів	
Консульт.											
Н. контр.	Коваленко Н.О.							91	95		
Керівник	Коваленко Н.О.					План IV поверху готелю М 1:100		ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401			
Завід.											
кафедри	Лебеденко Т.С.										



					<i>КРБ.ГРБ.1.177-03.1.3</i>		
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата			
Студент.		Грицишина К.В.			Додаток Д. Структура управління міського бізнес-готелю на 60 номерів в м. Одеса	Літ.	Аркуш
Консульт.							94
Керівник		Коваленко Н.О.				ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401	
Н. Контр.		Коваленко Н.О.					
Зав. Каф.		Лебеденко Т.Є.					
						Аркушів	95



					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.3		
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата			
Студент.		Грицишина К.В.			Додаток Е. Послуги міського бізнес-готелю на 60 номерів в м. Одеса		
Консульт.							
Керівник		Коваленко Н.О.					
Н. Контр.		Коваленко Н.О.					
Зав. Каф.		Лебеденко Т.Є.					
					Літ.	Аркуш	Аркушів
						95	95
					ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401		