

**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 еко-глемпінгу на 16 наметів в Одеській області з
елементами етно-культури Бесарабії**

(назва кваліфікаційної роботи згідно наказу ОНТУ)

Здобувача (ки) Тупиці Л.Д.
(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 ПРИЗВИЩЕ)

Одеса - 2026 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ННІ готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та енології

ім. О.О. Преображенського

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти «Бакалавр»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав.кафедри

д.т.н., проф. Лебеденко Т. Є.

«23» березня 2026 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Тушиці Лілії Дмитрівни

1. Тема роботи Розробка концепції еко-глемпінгу на 16 наметів в Одеській області з елементами етно-культури Бесарабії

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 Еко-глемпінг на 16 наметів в Одеській області

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 _____ Тупиця Л.Д.

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 _____ Тупиця Л.Д.
(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 _____ Тупиця Л.Д.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ
до кваліфікаційної роботи на тему:
«Розробка концепції еко-глемпінгу на 16 наметів в Одеській області
з елементами етно-культури Бесарабії»

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 глемпінгів регіону, України та світу, результати дослідження попиту й аналіз конкурентів. На основі цих досліджень розроблено концепцію та сформовано унікальну торгову пропозицію еко-глемпінгу на 16 наметів в Одеській області з елементами етно-культури Бесарабії.

Основна ідея проекту полягає у створенні цілісного туристичного продукту, що поєднує екологічну, етнокультурну та гастрономічну складові півдня Одеського регіону. Унікальність проекту полягає в поєднанні камерності та живої культурної програми, локальної кухні, партнерства з місцевою громадою.

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 – 72 стор.

Таблиць – 30,

Рисунків – 3,

Додатків – 6, з них графічних аркушів – 4.

Літературних джерел – 32 найменування.

ANNOTATION

to qualification work on the topic:

«Concept development for an eco-glamping with 16 tents in Odesa region with elements of Besarabian ethno-culture»

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 glamping market in the region, Ukraine and the world, the results of a demand study and an analysis of competitors are given. Based on these studies, a concept was developed and a unique sales offer for the eco-glamping "Bessarabian Fairy Tale" for 16 tents in the Odessa region was formed.

The main idea of the project is to create a holistic tourist product that combines ecological, ethnocultural and gastronomic components. The uniqueness of the project lies in the combination of intimacy and privacy (16 tents in the steppe), a lively cultural program, local cuisine and partnership with the local community with a minimal ecological footprint.

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.....	14
Розділ 2. Технологічний розділ.....	20
2.1. Моделювання інфраструктурної складової проекту.....	20
2.2 Проектування окремих функціональних елементів готелю.....	23
2.2.1. Проектування житлової групи приміщень.....	23
2.2.2. Проектування приймально-вестибюльної групи приміщень.....	30
2.2.3. Проектування поверху готелю.....	31
2.2.4. Проектування приміщень закладу ресторанного господарства готелю	32
2.2.5. Проектування адміністративно-побутових приміщень.....	35
2.2.6. Проектування приміщень культурно-дозвільного і спортивно-рекреаційного призначення.....	37
2.2.7. Пропозиції щодо дизайну закладу.....	39
2.2.8. Розрахунок загальної площі об'єкта та поверховості будівлі.....	41
2.3. Розрахунок інвестиційних витрат.....	43
2.4. Технологія і організація обслуговування на готельних підприємствах..	48
2.4.1. Технологія і організація обслуговування гостей службою СПіР і бронювання.....	48
2.4.2. Технологія і організація функціонування служби номерного фонду...	49
2.4.3. Організація і функції фінансово-комерційної та інженерно-експлуатаційної служб у готелі.....	49
2.5. Показники експлуатаційної програми підприємства.....	50
Розділ 3. Організаційний розділ	54
3.1. Розробка та характеристика раціональної організаційної структури управління підприємства готельного господарства.....	54
3.2. Штатний розпис та розрахунок оплати праці.....	56
3.3. Моделювання основних і додаткових послуг підприємства.....	59
3.4. Організація охорони праці персоналу, протипожежної системи безпеки, цивільної оборони.....	62
3.5. Організація охорони навколишнього середовища.....	64
3.6. Організація роботи та розробка фінансової моделі підприємства.....	65
Висновки і рекомендації	69
Список літератури.....	70
Додатки.....	73

					<i>КРБ.ГРБ.1.177-03.1.6</i>		
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата			
Студент.	Тупиця Л.Д.				<i>Розробка концепції еко-глемпінгу на 16 наметів в Одеській області з елементами етно-культури Бесарабії</i>	Літ.	Аркуш
Консульт.							5
Керівник	Коваленко Н.О.					ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401	
Н. Контр.	Коваленко Н.О.						
Зав. Каф.	Лебеденко Т. Є.						
						Аркушів	78

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи обумовлена стрімким зростанням попиту на екологічний та етнокультурний відпочинок і динамічним розвитком глемпінгу як одного з найперспективніших сегментів індустрії гостинності. Глемпінг (glamping, від glamour + camping) поєднує комфорт готельного рівня з відпочинком на природі та потребує суттєво менших капіталовкладень і коротшого строку запуску, ніж капітальний готель. Світовий ринок глемпінгу демонструє стійке зростання: за галузевими прогнозами його обсяг збільшиться з 3,4 млрд дол. США у 2023 р. до 10,1 млрд дол. США у 2033 р. (середньорічний темп зростання CAGR близько 11,5%). В Україні формат перебуває на ранній стадії розвитку, проте кількість локацій швидко зростає, а драйвером ринку виступає внутрішній туризм. При цьому камерний еко-глемпінг з вираженою етнокультурною та гастрономічною складовою в історико-етнографічному регіоні Бессарабія практично не представлений, що формує вільну ринкову нішу. Бессарабія володіє унікальною ресурсною базою - простором і тишею Тарутинського степу, поліетнічною культурою (українці, болгари, гагаузи, молдовани) та самобутньою гастрономією, - яка дотепер недостатньо залучена до туристичного обігу. Усе це робить розробку концепції конкурентоспроможного еко-глемпінгу в Бессарабії актуальним науково-практичним завданням.

Об'єктом дослідження є процес проектування та організації діяльності засобу розміщення формату «еко-глемпінг» у Бессарабії (Одеська область).

Предметом дослідження є технологічні, організаційні та фінансово-економічні рішення для реалізації концепції еко-глемпінгу на 16 наметів.

Мета кваліфікаційної роботи полягає в науковому обґрунтуванні та розробці концепції конкурентоспроможного еко-глемпінгу з елементами етно-культури Бессарабії, виконанні технологічних і фінансових розрахунків та формуванні рекомендацій щодо реалізації проекту.

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

- 1) проаналізувати ринок глемпінгу України та світу і виконати аналіз конкурентів;
- 2) побудувати SWOT-аналіз майбутнього закладу;
- 3) розробити концепцію та сформуванати унікальну торгову пропозицію;
- 4) змодельовати інфраструктуру, розрахувати площі та інвестиційні витрати;
- 5) визначити показники експлуатаційної програми;
- 6) розробити організаційну структуру, штатний розпис і фонд оплати праці;
- 7) побудувати фінансову модель та оцінити ефективність проекту.

Методи дослідження. У роботі використано методи системного аналізу та узагальнення, дослідження ринку за галузевими оглядами й даними онлайн-платформ бронювання, порівняльного й конкурентного аналізу з елементами експертного бального оцінювання, SWOT-аналізу, методикку смислового проектування концепції, а також методи технологічного й техніко-економічного проектування та фінансового моделювання.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в обґрунтуванні цілісної концепції засобу розміщення, яка вперше поєднує екологічну, етнокультурну та гастрономічну складові в єдиному продукті відповідального туризму для умов Бессарабії, та у розробці відповідної унікальної торгової пропозиції з підтвердженням її конкурентоспроможності методом бального оцінювання.

Практична значимість роботи полягає в тому, що розроблена концепція, технологічні рішення та фінансова модель можуть бути використані як приклад розвитку глемпінгу та етнотуризму в Українському Придунав'ї.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку літератури. Загальний зміст викладено на 72 друкованих аркушах.

Робота містить 30 таблиць, 3 рисунки та 6 додатків. Список літературних джерел складає 32 найменування.

Ключові слова: еко-глемпінг «Бессарабська Казка», етнотуризм, глемпінг.

РОЗДІЛ 1. ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ НА ОСНОВІ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

1.1. Аналіз конкурентів готельного господарства обраного сегменту

Аналіз ринку глемпінгу здійснено кабінетним методом (desk research) за галузевими оглядами, зокрема, галузевим оглядом ринку глемпінгів в Україні та світі від компаній Pro-Consulting та Ribas Hotels Group, а також за даними онлайн-платформ бронювання Booking.com та TripAdvisor. [6–8; 25; 26]

Світовий ринок глемпінгів у 2023 році оцінювався у 3,4 млрд дол. США, а до 2033 року прогнозується його зростання до 10,1 млрд дол. США, що відповідає середньорічному темпу зростання (CAGR) близько 11,5%. За даними Grand View Research, уже у 2025 році обсяг світового ринку зріс приблизно на 12,5% - до 4,8 млрд дол. США. Європейський ринок зростає випереджальними темпами (CAGR до 17,2% у 2021–2027 pp.). [6; 8]

Географія світового ринку демонструє концентрацію пропозиції в країнах із розвинутою культурою природного туризму: до топ-країн з реалізації глемпінг-проектів належать США, Велика Британія, Австралія, Канада, Франція, Італія, Хорватія, Нова Зеландія, ПАР та Ісландія. Спільними рисами успішних ринків є розташування локацій поблизу природних атракцій (національні парки, узбережжя, гори), високий рівень сервісу за некапітального характеру споруд та активне використання digital-каналів продажів. Цей досвід безпосередньо застосовний до проєктованого закладу: Тарутинський степ виконує роль природної атракції, а модель продажів будується навколо онлайн-бронювання та візуального контенту. [6; 8; 22–24]

Український ринок глемпінгу перебуває на ранній стадії розвитку (перші локації з'явилися у 2015 році), проте демонструє швидке зростання: кількість локацій, за галузевими прогнозами, до 2027 року може досягти 70–80, що означає приріст на 30–40%. Орієнтовна рентабельність наметового формату оцінюється у 30–35%, а строк окупності - до трьох років, що суттєво

краще за показники капітальних готелів. Драйверами попиту виступають: екологічний тренд і запит на природний відпочинок із комфортом. [7; 8; 18]

Портрет споживача глемпінг-послуг в Україні, за даними галузевого огляду, - це переважно молоді люди віком 25–40 років із рівнем доходу середнім і вище середнього, часто пари без дітей; це активні мандрівники, які шукають нові емоції та незвичайні місця для відпочинку, приймають рішення на основі візуального контенту в соціальних мережах та відгуків на платформах бронювання. Для них критично важливі атмосферність локації, якість фотоконтенту, гастрономічна складова та безшовність сервісу - від бронювання до виїзду. [7; 8; 25; 26; 31]

Законодавче регулювання діяльності закладу визначається Законом України «Про туризм», вимогами ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» та суміжними нормативними документами. Важливою особливістю формату є некапітальний характер споруд, що суттєво спрощує дозвільні процедури порівняно з капітальним готельним будівництвом, скорочує строк запуску проєкту (для наметового формату - 4–6 місяців за галузевими даними) та зменшує регуляторні ризики. Водночас діяльність закладу має відповідати вимогам законодавства про охорону навколишнього природного середовища, санітарним і протипожежним нормам. [1; 2; 4; 5]

В Одеській області формат представлений обмеженою кількістю закладів, серед яких галузевий огляд виокремлює глемпінг Lavandiia (с. Протопопівка, на березі Хаджибейського лиману, від 5000 грн/доба), глемпінг Minimalist (с. Нова Дофінівка, на березі Чорного моря), готельний комплекс «Долина Хюгге» (м. Чорноморськ) та Moncastro Glamping у Дунайському біосферному заповіднику поблизу Вилкового. При цьому камерний екоглемпінг з вираженою етнокультурною та гастрономічною складовою в історико-етнографічному регіоні Бессарабія практично не представлений, що формує вільну ринкову нішу для проєктованого закладу. [7; 8; 25; 26]

Загальна характеристика галузі готельно-ресторанного бізнесу регіону підтверджує доцільність проєкту. Одеська область традиційно входить до лідерів України за обсягом туристичних послуг, проте пропозиція історично сконцентрована на морському узбережжі та в обласному центрі, тоді як внутрішні райони - зокрема Бессарабія - залишаються туристично недоосвоєними попри потужний ресурсний потенціал. Ємність українського ринку глемпінгу до 2027 року оцінюється у 5–10 млн дол. США з темпами зростання 20–25% на рік, що для окремої локації означає сприятливе співвідношення попиту та пропозиції у середньостроковій перспективі. Очікуваний ріст галузі підсилюється розвитком гастрономічного й винного туризму Українського Придунав'я, який формує синергетичний потік відвідувачів для етно-гастрономічної концепції закладу. [14–16; 20; 21; 28]

Для детального аналізу конкурентів за допомогою платформи Booking.com обрано заклади розміщення Одеської області, що пропонують екологічний, заміський або наметовий відпочинок. Через обмежену кількість глемпінгів безпосередньо в Тарутинському напрямку до вибірки включено й регіональних конкурентів Українського Придунав'я. Коротку характеристику конкурентів за структурою, рекомендованою методичними вказівками (кількість номерів, цінова політика, додаткові послуги, представленість у мережі Інтернет), наведено в таблиці 1.1. [25; 26]

Таблиця 1.1

Характеристика готелів-конкурентів

Назва підприємства	Місце розташування	Категорія (формат) закладу	Кількість номерів	Цінова політика, грн/лоба	Додаткові послуги	Наявність сайту та соціальних мереж
Moncastro Glamping	м. Вилкове,	luxury-глемпінг (намети преміум-класу)	10 наметів	від 4000	басейн, бар і ресторан, риболовля на Дунаї, контактний зоопарк	сайт, Instagram, Facebook, Booking (9,6)

Продовження табл.1.1

Kambodzh a na Dynae	м. Вил- кове	еко- відпочинок, котеджі	8 ко- теджів	від 3500	басейн, сау- на, риболов- ля, каное, локальні ту- ри озерами	Instagra m, Booking (9,6)
Котеджне містечко «Clover»	м. Вил- кове	котеджний комплекс	12 ко- теджів	від 2500	тераси, сад, ресторан, мангальні зони, паркінг	Booking (9,6), соцме- режі
Pelican City	м. Вил- кове	кемпінг / наметове містечко	15 місць	від 1200	тераси, зони відпочинку біля води, човнові про- гулянки	Booking (9,0), Faceboo k
Hotel Style BESSARA BIA	м. Кілія	малий го- тель	9 но- мерів	від 1500	сад, бар, спільна кух- ня, дитячий майданчик, трансфер	Booking (9,8), соцме- режі
Guest House on Lesnaya	с. Ліски (р-н Вилко- вого)	гостьовий будинок	4 номе- ри	від 1800	сауна, гідромасаж- на ванна, тераса, відпочинок біля води	Booking (9,8)

Як видно з таблиці 1.1, найсильнішим прямим конкурентом за формою є Moncastro Glamping - єдиний повноцінний глемпінг вибірки, що працює у сегменті преміум і має найвищу цінову політику. Решта закладів є котеджними комплексами, кемпінгами, гостьовими будинками або малими готелями: вони конкурують за того самого гостя, що шукає заміський відпочинок біля природи, проте не пропонують цілісного глемпінг-продукту.

Жоден із закладів вибірки не має вираженої етнокультурної концепції, побудованої на спадщині народів Бессарабії, а гастрономічна складова здебільшого обмежується стандартним рестораном або спільною кухнею. Водночас конкуренти мають сформовану репутацію та високі оцінки на платфор-

мах бронювання (9,0–9,8), тоді як проєктований заклад виходить на ринок як новий бренд без історії відгуків.

Порівняння цінової політики конкурентів засвідчує широкий діапазон пропозиції - від 1200 грн за добу в наметовому містечку до 4000 грн і вище у преміальному глемпінгу, причому вищі цінові позиції корелюють із наявністю басейну, ресторану та розвиненої програми активностей. Асортимент додаткових послуг конкурентів зосереджений навколо водної рекреації (риболовля, човнові прогулянки, басейни) та базового дозвілля, тоді як освітні, ремісничі й подієві продукти на ринку практично відсутні. Це підтверджує, що цінова ніша проєктованого закладу (2800–6500 грн залежно від категорії намету) є ринково обґрунтованою, а етнокультурна й гастрономічна програми формують асортиментну перевагу, яку конкуренти не зможуть швидко відтворити.

Для зведеної оцінки конкурентоспроможності обрано десятибальну систему оцінювання за дев'ятьма критеріями, що відображають ключові чинники вибору закладу цільовою аудиторією: формат і автентичність; природна складова; гастрономія; комфорт; приватність; подієвість; сервіс; екологічність; репутація та відгуки. Результати наведено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Бальна оцінка конкурентоспроможності підприємства

Критерії	Підприємство, що проєктується («Бессарабська Казарма»)	Підприємство-конкурент 1 (Moncastro Glamino)	Підприємство-конкурент 2 (Kambodzha na Dynae)	Підприємство-конкурент 3 («Clover»)
Формат і автентичність	10	7	6	5
Природна складова	9	9	10	8
Гастрономія	10	8	8	7
Комфорт	10	10	9	9
Приватність	10	8	7	8
Подієвість	10	8	6	6

Сервіс	10	9	8	8
Екологічність	10	8	9	8
Репутація та відгуки	6	10	10	7
Загальна кількість балів	85	77	73	66

1.2. Розробка концепції та формування унікальної торгової пропозиції

Розробка концепції підприємства є одним із ключових моментів у відкритті та успішній роботі засобу розміщення. Правильно розроблена концепція базується на маркетингових дослідженнях ринку послуг і дає всі шанси на успішний бізнес. Концепція являє собою поетапну інструкцію з реалізації ідеї та повинна описувати всі складові діяльності закладу: технологічні рішення, дизайнерські рішення, торгову марку, стратегію позиціонування, меню, маркетингові програми тощо. Слід уникати загальних фраз і характеристик, що підходять для будь-якого закладу. [31; 32]

Для пошуку унікальності бізнес-ідеї використано методику Я. Трофимова «Смислове проєктування», яка полягає в пошуку основних смислів через відповіді на п'ять запитань: що таке (ідентифікація закладу/концепції); навіщо мені як клієнту (прийняття); що я отримую при користуванні як клієнт (винагорода); чим відрізняється концепція (диференціація); що може стати причиною відмови в користуванні (заперечення). Отримавши низку відповідей на кожне з питань, можна зібрати безліч смислів та ідей для нової концепції. Результати смислового проєктування для проєктованого закладу наведено в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Смислове проєктування для розробки концепції еко-глемпінгу

Що таке еко-глемпінг?	– місце відпочинку на природі з готельним комфортом; – засіб розміщення наметового типу (16 наметів у степу); – простір цифрового детоксу й тиші; – ресторан локальної бессарабської кухні; – майданчик етнокультурних подій і майстер-класів;
-----------------------	--

Для чого мені еко-глемпінг?	– відпочити від міста, не втрачаючи комфорту; – доторкнутися до живої культури народів Бессарабії; – скуштувати локальну кухню й вина регіону; – провести час із родиною або парою наодинці з природою; – побачити степ, птахів і зоряне небо
Що я отримую від еко-глемпінгу?	– приватний намет із готельним рівнем комфорту; – тишу, приватність і безпеку; – позитивні емоції та відновлення сил; – гастрономічні враження від локальних продуктів; – нові знання та навички (майстер-класи, екскурсії); – унікальний фото- та відеоконтент; – відчуття причетності до відповідального туризму
Чим відрізняється еко-глемпінг?	– поєднанням трьох складових: еко + етно + гастро; – автентикою чотирьох народів Бессарабії в дизайні та програмах; – мінімальним слідом для природи (коефіцієнт забудови 6,4%); – партнерством із місцевою громадою (100+ майстрів, фермерів, гідів); – подієвою програмою впродовж усього сезону; – унікальною локацією в Тарутинському степу
Чому я не поїду до еко-глемпінгу?	– віддаленість локації та логістика; – виражена сезонність і погодна залежність; – вища ціна порівняно зі звичайним кемпінгом; – обмежена місткість (відсутність вільних місць у пік сезону); – звичка до традиційних готелів

Практична цінність методики полягає в тому, що вона переводить абстрактний пошук «унікальності» у структуровану роботу зі смислами споживача. Поля ідентифікації та прийняття (перше й друге питання) фіксують базові очікування гостя, які заклад зобов'язаний задовольнити; поле винагороди визначає перелік цінностей, навколо яких будуються продукт і комунікація; поле диференціації формує ядро майбутньої унікальної торгової пропозиції; поле заперечень окреслює бар'єри купівлі, кожен з яких має отримати компенсаційне рішення в бізнес-моделі.

Таким чином отримано низку смислів та ідей, які лягли в основу концепції закладу й переліку оригінальних додаткових послуг. Поле «заперечення» безпосередньо визначило компенсаційні рішення: організацію трансферу та детальних маршрутних інструкцій (віддаленість), міжсезонні події й корпоративні програми (сезонність), активну роботу з відгуками та співпрацю з тревел-блогерами (новий бренд), диференціацію наметів за п'ятьма ціновими категоріями (цінова доступність).

На основі проведених досліджень сформульовано концепцію закладу: «Бессарабська Казка» - це камерний еко-глемпінг у серці Тарутинського степу, де приватний намет із готельним комфортом, жива культура народів Бессарабії та смак локальної кухні поєднуються у відповідальному відпочинку з мінімальним слідом для природи. Структуру концепції, оформлену згідно з методичними вказівками, наведено в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Структура концепції

Розділ	Характеристика
Тип закладу, що проєктується	Еко-глемпінг - некапітальний засіб розміщення наметового типу на 16 наметів
Категорія і тематика закладу	Сільський (степовий) еко-глемпінг середнього та підвищеного рівня комфорту; тематика - етнокультура народів Бессарабії та локальна гастрономія
Форми і методи обслуговування	Онлайн-бронювання через сайт і платформи бронювання; ресторан з обслуговуванням офіціантами.
Відмінні особливості бізнес-ідеї проєкту	Поєднання еко-, етно- та гастроскладових у єдиному продукті; коефіцієнт забудови лише 6,4%; авторський дизайн кожного намету за мотивами культури конкретного народу краю; автономні «зелені» інженерні системи
Основні групи споживачів (диференціювання потенційних споживачів за різними критеріями)	Сім'ї з дітьми; пари, які шукають приватний романтичний відпочинок; еко-, етно- та гастротуристи; корпоративні та освітні групи; фотографи й блогери, що шукають унікальні локації

Спектр послуг, що пропонуються (основний, додатковий і супутній готельний продукт)	Основні: проживання у наметі, сніданок, ресторан бессарабської кухні. Додаткові безкоштовні: паркінг, охорона, Wi-Fi, екостежки, вогнище-амфітеатр, оглядові майданчики, дитячий еко-простір. Додаткові платні: екоекскурсії та birdwatching, майстер-класи, дегустації, лазня-сауна, трансфер, оренда зони подій, сувеніри
Програма просування і виходу на ринок (з використанням маркетингових каналів комунікацій та PR-акцій)	Розробка бренд-платформи та айдентики; просування в соціальних мережах; співпраця з тревел-блогерами та ЗМІ; PR-акції; участь у туристичних виставках; розміщення на платформах бронювання; партнерські програми з виноробнями й фермерами краю
Етапи впровадження	1) передпроектний (вибір ділянки, екоаудит, узгодження); 2) проектування (генплан, зонування, проекти наметів і корпусу); 3) будівництво й інженерія; 4) оснащення; 5) формування мережі партнерів і персоналу; 6) запуск (брендинг, сайт, продажі, відкриття сезону)

Концепція «Бессарабської Казки» чітко фіксує формат (камерний еко-глемпінг), локацію (Тарутинський степ), продукт (намет із готельним комфортом, етнокультура, локальна кухня) та цінності (відповідальний відпочинок, мінімальний слід). Вибір саме такої концепції обґрунтовується результатами проведених досліджень. По-перше, аналіз ринку засвідчив стійке зростання попиту на екологічний та етнокультурний відпочинок за практичної відсутності пропозиції такого продукту в Бессарабії - концепція займає вільну нішу. По-друге, бальна оцінка конкурентоспроможності (таблиця 1.2) підтвердила, що саме поєднання еко-, етно- та гастроскладових формує максимальний відрив від конкурентів, кожен з яких сильний лише в окремих напрямках. По-третє, концепція спирається на невідтворювані ресурси локації - цілинний степ і живу поліетнічну культуру, що ускладнює копіювання продукту конкурентами.

Наступним етапом розробки концепції є визначення цільової аудиторії еко-глемпінгу. Ядро аудиторії становлять активні мандрівники віком 25–45

років із рівнем доходу середнім і вище середнього, переважно мешканці Одеси, Києва та обласних центрів півдня України. Це люди, які цінують нові враження та незвичайні місця для відпочинку, свідомо обирають внутрішній туризм, цікавляться локальною культурою та гастрономією, ведуть активні сторінки в соціальних мережах і довіряють відгукам та рекомендаціям блогерів. Їхні мотиви - втеча від міського ритму, цифровий детокс, якісний час із близькими; їхні страхи - втратити комфорт, «нудьга» на локації та складна логістика, що й компенсується сервісом, насиченою подієвою програмою та організованим трансфером. Сім'ї з дітьми додатково цінують безпеку території та дитячий екопростір; корпоративні й освітні групи - можливість оренди зони подій і тематичних програм.

Після розробки концепції проведено SWOT-аналіз майбутнього закладу, який систематизує сильні і слабкі сторони внутрішнього середовища та можливості й загрози зовнішнього середовища (табл.1.5.)

Таблиця 1.5

SWOT-аналіз еко-глемпінгу

	Позитивний вплив	Негативний вплив
Внутрішнє середовище	Сильні сторони (S) 1. Унікальний формат еко+етно+гастро 2. Автентика Бессарабії 3. Екологічність 4. Камерність і приватність 5. Партнерство з громадою	Слабкі сторони (W) 1. Новий бренд без репутації 2. Виражена сезонність 3. Обмежена місткість (16 наметів) 4. Віддалена локація / логістика
Зовнішнє середовище	Можливості (O) 1. Зростання еко-/етнотуризму (+18–20%) 2. Інтерес до внутрішніх напрямів 3. Пакети та подієвий туризм 4. Гранти та ESG-підтримка [13; 18–20]	Загрози (T) 1. Безпекова ситуація 2. Інфляція, зростання витрат 3. Погодна залежність 4. Поява конкурентів-копій

Сильні сторони: унікальний формат «еко + етно + гастро», автентика народів Бессарабії, екологічність, камерність і приватність, партнерство з

місцевою громадою. Слабкі сторони: новий бренд без репутації, виражена сезонність, обмежена місткість (16 наметів), віддалена локація та логістика. Можливості: зростання еко- та етнотуризму, стійкий інтерес до внутрішніх напрямів, розвиток подієвого туризму й пакетних пропозицій, грантова та ESG-підтримка зеленого підприємництва. Загрози: безпекова ситуація, інфляція та зростання витрат, погодна залежність, поява конкурентів-копій.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗДІЛ

2.1. Моделювання інфраструктурної складової проєкту

Технологічний розділ присвячено проєктуванню інфраструктури еко-глемпінгу, розрахунку інвестиційних витрат, організації обслуговування гостей і визначенню показників експлуатаційної програми. [4; 9–12]

Еко-глемпінг «Бессарабська Казка» розміщується на ділянці площею 2,5 га у Тарутинському напрямку Одеської області. Під час вибору місця враховано транспортну доступність, наявність під'їзних шляхів, можливість облаштування паркінгу та відстань до населених пунктів. Коефіцієнт забудови становить лише 6,4%, що дозволяє зберегти природний степовий ландшафт і забезпечити приватність гостей. [2; 13; 19]

Дістатися до закладу можна власним автомобілем, організованим трансфером з Одеси або у складі туристичних груп. На в'їзді передбачено паркінг на 20 автомобілів, а рух транспорту територією обмежено. Багаж доставлятиметься до наметів електрокаром. Проєктування виконано з урахуванням вимог чинних будівельних, санітарних і протипожежних норм. [4; 9–12]

Рівний рельєф ділянки та незначний ухил спрощують облаштування платформ і водовідведення. Для наметів передбачено пальово-гвинтові фундаменти, що мінімізують земляні роботи. Інженерно-технічна зона та господарський проїзд відокремлені від житлової і гостьової частин. [4; 9–12]

Територію поділено на шість функціональних зон: житлову, вхідно-сервісну, громадсько-гастрономічну, культурно-подієву, рекреаційно-екологічну та інженерно-технічну.

Інженерне забезпечення передбачає використання сонячних панелей, систем водопідготовки й локального очищення стічних вод, роздільний збір і компостування відходів. Споруди виконуються переважно з натуральних матеріалів, а озеленення - місцевими видами рослин. Перспективним напрямом розвитку є отримання екологічної сертифікації Green Key. [2; 13; 19; 27]

Склад інфраструктури закладу, сформований виходячи зі спеціалізації, цільової аудиторії, місця розташування та місткості, наведено в таблиці 2.1.

Склад інфраструктури готельного підприємства

Об'єкт інфраструктури	Опис об'єкта інфраструктури
Наметовий фонд	16 наметів п'яти категорій загальною місткістю 38 місць; кожен намет - на утепленій дерев'яній платформі, з власним санвузлом, автономним опаленням і терасою (у панорамних і преміум-наметах)
Центральний корпус	Одноповерхова споруда загальною площею 1 055 м ² : рецепція, хол-лаунж із бібліотекою, ресторан бессарабської кухні на 60 місць із виробничими приміщеннями, зала майстер-класів і подій, лазня-сауна, адміністративно-побутові приміщення
Заклад ресторанного господарства	Ресторан локальної кухні з акцентом на продукцію місцевих фермерів і виноробів (бринза, сарма, мамалига, вина, мед); сніданки для гостей та обслуговування за меню
Вхідно-сервісна зона	В'їзна група, паркінг на 20 автомобілів, пост охорони, камера зберігання багажу
Культурно-подієва зона	Зала майстер-класів і подій (трансформована), вогнище-амфітеатр просто неба на 60 осіб, майданчик для етнофестивалів
Рекреаційно-екологічна зона	Екостежки з інформаційними стендами, оглядові майданчики для birdwatching та спостережень за зоряним небом, дитячий екопростір
Інженерно-технічна зона	Сонячна електростанція з накопичувачами, вузол водопідготовки, локальні очисні споруди, майданчик роздільного збору й компостування відходів

Інженерне забезпечення закладу охоплює енергопостачання, водопостачання, водовідведення та поводження з відходами. Електроенергія надходить із мережі та сонячної електростанції з накопичувачами, а резервний генератор забезпечує роботу закладу в аварійних ситуаціях. Водопостачання здійснюється зі свердловини через систему фільтрації та знезараження, гарячу воду в наметах забезпечують індивідуальні бойлери. Стічні води очищуються локальними біологічними спорудами, а відходи сортуються, при цьому органічна частина компостується. Такі рішення зменшують залежність від зовнішніх мереж і відповідають екологічній концепції глемпінгу.

Безпека забезпечується відеонаглядом, цілодобовою охороною, контролем в'їздом та освітленням основних маршрутів. Під час заїзду гості ознайомлюються з «еко-кодексом», що містить правила тиші, пожежної безпеки та дбайливого ставлення до природи.

Функціональні зони розміщено з урахуванням акустичного й візуального комфорту. Подієву зону відокремлено від житлової зеленими насадженнями, дитячий простір розташовано в межах видимості з ресторану, а технічні маршрути персоналу не перетинаються з основними шляхами руху гостей.

Основою для формування номерного фонду є спеціалізація та цільові сегменти закладу. Склад номерного фонду наведено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Склад номерного фонду готелю

Тип номеру (намету)	Наповнення номеру	Кількість номерів
Стандартний еко-намет (28 м ²)	Двоспальне ліжко, санвузол з душем, автономне опалення, тераса-ганок; базовий тариф 2 800 грн/доба	5
Етно-намет підвищеного комфорту (30 м ²)	Двоспальне ліжко, санвузол, авторський етно-дизайн за культурою одного з народів краю, зона відпочинку; тариф 3 600 грн/доба	4
Сімейний намет (45 м ²)	Двоспальне та два односпальних ліжка, санвузол, дитяча зона, збільшена тераса; тариф 4 500 грн/доба	3
Панорамний намет для пар (36 м ²)	Двоспальне ліжко, панорамне вікно на степ, санвузол, тераса з меблями; тариф 5 200 грн/доба	2
Преміум-намет з терасою (42 м ²)	Двоспальне ліжко, розширений санвузол, приватна тераса з панорамним видом, преміальний текстиль; тариф 6 500 грн/доба	2
Разом	38 місць	16

Номерний фонд глемпінгу складається з 16 наметів п'яти категорій загальною місткістю 38 місць, що дозволяє охопити різні цільові сегменти - від бюджетного відпочинку до преміального розміщення пар. [4; 5; 9–12]

Усі послуги та сервіси, що надаються закладом, є важливою частиною комплексу і формують цілісне сприйняття концепції гостями. Баланс номерного фонду та супутньої інфраструктури розраховано так, щоб зона обслуговування (ресторан, зала подій, рекреація) могла працювати не лише на постійців, а й частково на зовнішній ринок - відвідувачів подій, дегустацій і майстер-класів, що підвищує завантаження інфраструктури в міжсезоння.

2.2. Проектування окремих функціональних елементів готелю

2.2.1. Проектування житлової групи приміщень

Блок приміщень житлової групи є основним у засобах розміщення будь-яких типів. У проєктованому глемпінгу житлову групу утворюють 16 наметів на утеплених дерев'яних платформах; функції коридорів і холів традиційного готелю виконують доріжки й тераси, що зменшує частку допоміжних площ. Розрахунок місткості закладу за категоріями наметів наведено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Розрахунок місткості для глемпінгу на 16 наметів

Назва номерів (наметів)	Кількість місць в 1 наметі	% наметів кожного типу	Кількість наметів	Загальна кількість місць
Стандартний еко-намет	2	31,0	5	10
Етно-намет підвищеного комфорту	2	25,0	4	8
Сімейний намет	4	19,0	3	12
Панорамний намет для пар	2	12,5	2	4
Преміум-намет з терасою	2	12,5	2	4
Всього	-	100	16	38

Найбільшу частку (31%) складають стандартні еко-намети, що забезпечують доступність продукту; сімейні намети (19%) формують місткість для сегмента сімей з дітьми, а панорамні та преміум-намети (по 12,5%) - преміальну пропозицію для пар. На основі складу номерного фонду виконано розрахунок обладнання і меблів наметів (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Розрахунок обладнання і меблів номерів

Найменування	Кількість у номері (норматив)	Кількість на п-номерів після реконструкції	Необхідна закупка після реконструкції
Стандартний еко-намет (5 наметів, 2 місця)			
ліжко двоспальне 160×200 см	1	5	5
Тумбочка приліжкова	2	10	10
Шафа-гардероб (вішалка)	1	5	5
Журнальний столик	1	5	5
Крісла (пуфи)	2	10	10
Світильник LED	2	10	10
Обігрівач автономний / вентилятор	1	10	10
Міні-сейф	1	5	5
Електрочайник з чайним набором	1	5	5
Килим вовняний	1	5	5
Санвузол	душ - 1, умивальник - 1, унітаз - 1	5	5
Комплект постільної білизни (льон)	2	20	20
Рушники	3	30	30
Етно-намет підвищеного комфорту (4 намети, 2 місця)			
Ліжко двоспальне 160×200 см	1	4	4
Тумбочка приліжкова	2	8	8
Шафа-гардероб (вішалка)	1	4	4
Журнальний столик	1	4	4

Крісла (пуфи)	2	8	8
Світильник LED	2	8	8
Обігрівач автономний / вентилятор	1	8	8
Міні-сейф	1	4	4
Електрочайник з чайним набором	1	4	4
Килим вовняний (етно-орнамент)	1	4	4
Санвузол	душ - 1, умивальник - 1, унітаз - 1	4	4
Комплект постільної білизни (льон)	2	16	16
Рушники	3	24	24
Сімейний намет (3 намети, 4 місця)			
Ліжко двоспальне 160×200 см	1	3	3
Ліжко односпальне 90×200 см	2	6	6
Тумбочка приліжкова	4	12	12
Шафа-гардероб (вішалка)	1	3	3
Журнальний столик	1	3	3
Крісла (пуфи)	3	9	9
Світильник LED	3	9	9
Обігрівач автономний / вентилятор	2	6	6
Міні-сейф	1	3	3
Електрочайник з чайним набором	1	3	3
Килим вовняний	2	6	6
Санвузол	душ - 1, умивальник - 1, унітаз - 1	3	3
Комплект постільної білизни (льон)	2	24	24
Рушники	3	36	36

Панорамний намет для пар (2 намети, 2 місця)			
Ліжко двоспальне 160×200 см	1	2	2
Тумбочка приліжкова	2	4	4
Шафа-гардероб (вішалка)	1	2	2
Журнальний столик	1	2	2
Крісла (пуфи)	2	4	4
Світильник LED	2	4	4
Обігрівач автономний / вен- тилятор	2	4	4
Міні-сейф	1	2	2
Електрочайник з чайним набором	1	2	2
Килим вовняний	1	2	2
Санвузол	душ - 1, умивальник - 1, унітаз - 1	2	2
Тераса з меблями (комплект)	стіл - 1, крісла - 2	2	2
Комплект постільної білизни (льон)	2	8	8
Рушники	3	12	12
Преміум-намет з терасою (2 намети, 2 місця)			
Спальне місце ліжко двоспа- льне 160×200 см - 1	1	2	2
Тумбочка приліжкова	2	4	4
Шафа-гардероб (вішалка)	1	2	2
Журнальний столик	1	2	2
Крісла (пуфи)	3	6	6
Світильник LED	3	6	6
Обігрівач автономний / вен- тилятор	2	4	4
Міні-сейф	1	2	2
Міні-бар	1	2	2
Електрочайник з чайним набором	1	2	2
Килим вовняний	2	4	4

Продовження табл.2.4

Ванна кімната підвищеного комфорту	душ - 1, умивальник - 1, унітаз - 1	2	2
Тераса з меблями (комплект)	стіл - 1, крісла - 2	2	2
Комплект постільної білизни (льон)	2	8	8
Рушники	3	12	12

При розміщенні меблів дотримано норми проходів: не менше 60 см для однієї людини та 110 см для двох.

Кожен намет поділено на вхідну, спальну, відпочинкову та санітарну зони, а також терасу. Намети площею 28–45 м² встановлюються на утеплених дерев'яних платформах заввишки 60 см, що захищає їх від вологи, забезпечує вентиляцію підлоги та мінімізує вплив на ґрунт. Каркас виконується з клеєної деревини, а багат шарове тентове покриття з волого- і теплоізоляцією дозволяє експлуатувати намети протягом року. [4; 5; 9–12]

Комфортний мікроклімат забезпечують утеплена платформа, автономний обігрівач із терморегулятором, природна вентиляція, москітні сітки та вентилятор. Гаряче водопостачання здійснюється індивідуальним бойлером, а споживання електроенергії обліковується окремо для кожного намету. Тишу й приватність забезпечують значні відстані між об'єктами. Зведену відомість нових меблів та інвентарю за типами наметів за формою методичних вказівок наведено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Загальна таблиця кількості нових меблів і інвентарю

Тип номера	Найменування меблів та інвентарю	Загальна кількість
Стандартний еко-намет (5 наметів)	ліжка двоспальні	5
	тумбочки	10
	шафи-гардероби	5
	журнальні столики	5
	крісла (пуфи)	10
	світильники	10

	обігрівачі	5
	вентилятори	5
	міні-сейфи	5
	чайні набори	5
	килими	5
	комплекти санвузлів	5
	комплекти білизни	20
	рушники	30
Етно-намет підвищеного комфорту (4 намети)	ліжка двоспальні	4
	тумбочки	8
	шафи-гардероби	4
	журнальні столики	4
	крісла (пуфи)	8
	світильники	8
	обігрівачі	4
	вентилятори	4
	міні-сейфи	4
	чайні набори	4
	килими	4
	комплекти санвузлів	4
	комплекти білизни	16
	рушники	24
Сімейний намет (3 намети)	ліжка двоспальні	3
	ліжка односпальні	6
	тумбочки	12
	шафи-гардероби	3
	журнальні столики	3
	крісла (пуфи)	9
	світильники	9
	обігрівачі	3
	вентилятори	3
	міні-сейфи	3
	чайні набори	3
	килими	6

	комплекти санвузлів	3
	комплекти білизни	24
	рушники	36
Панорамний намет для пар (2 намети)	ліжка двоспальні	2
	тумбочки	4
	шафи-гардероби	2
	журнальні столики	2
	крісла (пуфи)	4
	світильники	4
	обігрівачі	2
	вентилятори	2
	міні-сейфи	2
	чайні набори	2
	килими	2
	комплекти санвузлів	2
	тераси з меблями	2
	комплекти білизни	8
	рушники	12
Преміум-намет з терасою (2 намети)	ліжка двоспальні	2
	тумбочки	4
	шафи-гардероби	2
	журнальні столики	2
	крісла (пуфи)	6
	світильники	6
	обігрівачі	2
	вентилятори	2
	міні-сейфи	2
	міні-бари	2
	чайні набори	2
	килими	4
	комплекти ванних кімнат	2
	тераси з меблями	2
	комплекти білизни	8
	рушники	12

2.2.2. Проектування приймально-вестибюльної групи приміщень

До приміщень вестибюльної групи еко-глемпінгу належать тамбур, вестибюль із зоною рецепції, хол-лаунж, приміщення для приймання та розміщення гостей, зберігання багажу і пост охорони. Функціональний взаємозв'язок зон виключає перетин людських потоків: зона інтенсивного руху відокремлена від рекреаційної зони холу-лаунжу. Склад і площу приміщень, визначені згідно з вимогами ДБН В.2.2-20:2008 «Готелі», наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

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

№ пп	Приміщення прийому гостей	Площа, м ²	Перелік меблів і обладнання та їх кількість
1	Тамбур-вхід	6	Килимове покриття, інформаційний стенд - 1
2	Вестибюль із зоною рецепції	46	Стійка рецепції - 1, ПК з PMS - 1, POS-термінал - 1, диван - 1, крісла - 2, стелаж сувенірів - 1
3	Хол-лаунж із бібліотекою	28	Диван - 1, крісла - 2, журнальні столики - 2, стелажі книжкові - 3, настільні ігри - 10 комплектів
4	Кімната охорони (пост)	8	Стіл - 1, стілець - 1, монітори відеонагляду - 2
5	Камера зберігання багажу	6	Стелажі - 2
6	Санвузли для гостей	12	Санітарно-технічне обладнання - 4 комплекти
Корисна площа приміщень Sk1		106	

Рецепція виконує функції єдиного центру гостьових сервісів: реєстрація заїзду та виїзду, розрахунки, інформування, запис на програми, продаж сувенірів, приймання звернень. Робоче місце адміністратора обладнане системою управління закладом (PMS), синхронізованою з модулем онлайн-бронювання сайту та каналами платформ, POS-терміналом і засобами зв'язку.

Простір вестибюльної групи запроєктовано інклюзивним: безпорогові входи з пандусом, ширина проходів не менше 1,2 м, адаптований санвузол для маломобільних гостей, контрастна навігація. Один зі стандартних наметів розташований на мінімальній відстані від корпусу та обладнаний пандусом на терасу, що робить продукт доступним для гостей на кріслах колісних і родин із дитячими візочками.

2.2.3. Проєктування поверху готелю

Класичні планувальні структури житлових поверхів (коридорна, галерейна, двокоридорна, атріумна тощо) для глемпінгу не застосовуються: житлова група винесена в природне середовище, і функції «житлового поверху» виконує територія з мережею доріжок, а функції поповерхового обслуговування - блок приміщень персоналу в центральному корпусі (кімната персоналу, білизняна), з якого покоївки обслуговують наметовий фонд за маршрутами прибирання. Центральний корпус проєктується одноповерховим, що відповідає некапітальному характеру споруд, спрощує евакуацію та зберігає низький силует забудови в степовому ландшафті.

Замість розбивки номерів по поверхах виконано розрахунок площі наметів кожного типу. Площа намету складається з площі житлової зони, санітарного вузла та передпокою (тамбура); для наметів з терасою окремо додається площа тераси:

$$F_{\text{нам}} = F_{\text{ж}} + F_{\text{с.у}} + F_{\text{пер}} (+ F_{\text{тер}}) \quad (2.1)$$

Стандартний еко-намет: житлова зона - 20 м², санвузол - 5 м², тамбур - 3 м²; $F_{\text{нам}} = 20 + 5 + 3 = 28 \text{ м}^2$. Житлова зона займає 71% площі намету, санвузол - 18%, тамбур - 11%, що відповідає нормативним співвідношенням функціональних зон номера (до 70% - житлова зона, 13–22% - санвузол, 12–15% - передпокій).

Етно-намет підвищеного комфорту: житлова зона - 21 м², санвузол - 5 м², тамбур - 4 м²; $F_{\text{нам}} = 21 + 5 + 4 = 30 \text{ м}^2$. Збільшена житлова зона вміщує авторський етно-декор та зону відпочинку.

Сімейний намет: житлова зона з батьківським та дитячим спальними місцями - 32 м², санвузол - 8 м², тамбур - 5 м²; $F_{\text{нам}} = 32 + 8 + 5 = 45 \text{ м}^2$. Це найбільший намет фонду, розрахований на розміщення чотирьох осіб.

Панорамний намет для пар: житлова зона з панорамним вікном - 24 м², санвузол - 5 м², тамбур - 3 м²; з урахуванням тераси (4 м²) $F_{\text{нам}} = 24 + 5 + 3 + 4 = 36 \text{ м}^2$.

Преміум-намет з терасою: житлова зона - 28 м², ванна кімната підвищеного комфорту - 6 м², тамбур - 3 м²; з урахуванням просторої тераси (5 м²) $F_{\text{нам}} = 28 + 6 + 3 + 5 = 42 \text{ м}^2$.

Загальна житлова площа наметового фонду визначається як сума площ наметів кожного типу з урахуванням їх кількості: $F_{\text{жил}} = 28 \times 5 + 30 \times 4 + 45 \times 3 + 36 \times 2 + 42 \times 2 = 140 + 120 + 135 + 72 + 84 = 551 \text{ м}^2$.

2.2.4. Проектування приміщень закладу ресторанного господарства готелю

До інфраструктури закладу входить один заклад ресторанного господарства - ресторан бессарабської кухні на 60 місць, який обслуговує сніданки гостей (входять у тариф), працює за основним меню локальної кухні та приймає учасників дегустацій і подій. Виробнича група приміщень запроєктована за принципом поточності технологічного процесу без перетину потоків сировини, готової продукції та брудного посуду.

Площі приміщень, визначені згідно з нормативним документом ДБН В.2.2-25:2009 «Підприємства харчування», наведено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Площі приміщень закладу ресторанного господарства (ресторан на 50 місць)

Найменування приміщень	Призначення	Площа, м ²
Приміщення для відвідувачів		
Вестибюль разом із гардеробом, умивальними та вбиральнями	Приймання та обслуговування гостей	24
Аванзал	Очікування та зустріч гостей	10

Найменування приміщень	Призначення	Площа, м²
Зал ресторану без роздавальної	Обслуговування гостей за столами	90
Приміщення офіціантів	Робоча зона офіціантів	5
Виробничі приміщення		
Буфет	Відпуск напоїв і продукції	12
Гарячий цех	Приготування гарячих страв	33
Холодний цех	Приготування холодних страв	12
Приміщення для нарізання хліба	Нарізання хлібобулочних виробів	5
Цех доробки напівфабрикатів	Підготовка напівфабрикатів до обробки	8
Цех обробки зелені	Обробка зелені та овочів	5
Приміщення завідувача виробництва	Управління виробничими процесами	5
Мийна столового посуду	Миття столового посуду	15
Сервізна	Зберігання та видача посуду	6
Мийна кухонного посуду	Миття кухонного інвентарю	6
Мийна та комора тари напівфабрикатів	Миття і зберігання тари	5
Роздавальна	Видача готових страв	14
Складські приміщення		
Охолоджувальна камера м'ясних і рибних напівфабрикатів	Зберігання м'ясних і рибних напівфабрикатів	4
Охолоджувальна камера овочевих напівфабрикатів	Зберігання овочевих напівфабрикатів	5
Охолоджувальна камера молочних продуктів, жирів і гастрономії	Зберігання молочної та гастрономічної продукції	7
Охолоджувальна камера фруктів, ягід, напоїв і овочів	Зберігання плодів, овочів і напоїв	6
Охолоджувальна камера харчових відходів	Зберігання харчових відходів	5
Комора сухих продуктів	Зберігання сухих продуктів	7

Найменування приміщень	Призначення	Площа, м ²
Комора винно-горілчаних виробів	Зберігання алкогольних напоїв	4
Комора та мийна тари	Зберігання та миття тари	7
Комора інвентарю	Зберігання господарського інвентарю	4
Завантажувальна	Приймання та контроль продукції	12
Адміністративні та побутові приміщення		
Кабінет директора	Робоче місце директора	5
Контора	Облік і ведення документації	8
Приміщення персоналу	Відпочинок і харчування персоналу	5
Гардероб для офіціантів	Переодягання офіціантів	4
Гардероб для виробничого персоналу ресторану на напівфабрикатах	Переодягання виробничого персоналу	12
Душові, вбиральні та кабіна особистої гігієни жінок	Гігієнічне обслуговування персоналу	7
Білизняна	Зберігання столової білизни	4
Технічні приміщення	Розміщення інженерного обладнання	51
Загальна площа		412

Загальну площу приміщень ресторанного господарства - 412 м² - враховано під час визначення загальної площі об'єкта.

Ресторан працює відповідно до гостьового циклу: з 08:00 до 11:00 подають сніданки з локальних продуктів, включені у вартість проживання, а з 12:00 до 22:00 - страви бессарабської кухні за основним меню. [9; 11; 12; 20]

Меню містить 25–30 автентичних позицій і винну карту місцевих виробників. Зала на 60 місць обслуговує гостей глемпінгу, а також учасників подій і дегустацій. Виробнича програма становить 120–150 страв на день, штат служби харчування - п'ять працівників.

Виробничі приміщення організовано відповідно до послідовності технологічного процесу: приймання і зберігання сировини, обробка в гарячому

та холодному цехах, видача готових страв і миття посуду. Потоки чистого та використаного посуду розділено. Обідня зала має панорамне скління з видом на степ, а літня тераса додатково вміщує до 24 гостей. [9; 11; 12]

Постачання продуктів здійснюють місцеві фермерські господарства, виноробні та пекарня громади. Доставка відбувається кілька разів на тиждень, а швидкопсувної продукції - щоденно в сезон. Така модель забезпечує свіжість і автентичність страв, скорочує транспортні витрати та підтримує економіку місцевої громади. [20; 21]

2.2.5. Проектування адміністративно-побутових приміщень

Адміністративні приміщення розміщено в центральному корпусі з природним освітленням; їх площу визначено з нормативу 6 м² на одного працівника для робочого місця, обладнаного комп'ютером. [4; 9–12]

Таблиця 2.8

Склад і площа адміністративно-побутових приміщень у готелі

№ пп	Приміщення	Площа, м ²	Перелік меблів і їх кількість
1	Кабінет керуючого	12	Стіл - 1, крісло - 1, стільці - 2, шафа - 1, ПК - 1
2	Офіс менеджера бронювання і маркетингу	10	Стіл - 1, крісло - 1, стелаж - 1, ПК - 1
3	Кімната відпочинку персоналу	20	Стіл - 1, стільці - 6, диван - 1, кухонна зона - 1
4	Гардероб персоналу з душовими	12	Шафи гардеробні - 19, лави - 2, душові кабінки - 2
5	Білизняна (чиста та брудна білизна окремо)	16	Стелажи - 4, візки для білизни - 2, стіл - 1
6	Майстерня дрібного ремонту	10	Верстак - 1, стелаж інструментів - 1
7	Комора господарського інвентарю	10	Стелажи - 3
Корисна площа приміщень Sk3		90	

Блок побутових і господарських приміщень (кімната персоналу, гардероб із душовими, білизняна, майстерня, комори) запроектовано згідно з ви-

могами ДБН В.2.2-20:2008 «Готелі» з розрахунку 0,33–0,39 м² на одне ліжко-місце. Склад і площу приміщень наведено в таблиці 2.8. [4; 9–12]

Вихідні дані для розрахунку пральні: місткість закладу $P = 38$ осіб; проєктна заповнюваність $K = 0,60$ (пікова - 0,90); норми для категорії 2**:
вага білизни $N = 2$ кг/особу, частка бавовняної білизни $M = 70\%$, частота зміни постільної білизни $\text{Ч} = 1$ раз на тиждень (1/7); ресторан на 60 місць ($C = 15$ столів, норма столової білизни $N_c = 1,0$ кг/стіл); кількість працівників $A = 19$ осіб (норма уніформи $N_y = 0,4$ кг/особу); послугами лазні-сауни користуються $P_x = 6$ осіб на добу; режим роботи пральні - 7 днів на тиждень, одна зміна тривалістю 8 год ($\text{Ц} = 6$ циклів прання).

Продуктивність за постільною білизною у зміну:

$$P_{\text{п}} = P \cdot N \cdot \text{Ч} \cdot K \cdot 7 / P_{\text{Д}} = 38 \cdot 2 \cdot (1/7) \cdot 0,60 \cdot 7/7 = 6,5 \text{ кг}, \quad (2.1)$$

у тому числі бавовняної білизни:

$$P_{\text{х/б}} = P_{\text{п}} \cdot M / 100 = 6,5 \cdot 70 / 100 = 4,6 \text{ кг}. \quad (2.2)$$

Продуктивність за махровою білизною:

$$P_{\text{м}} = (P_{\text{п}} - P_{\text{х/б}}) + 1,2 \cdot P_{\text{х}} = (6,5 - 4,6) + 1,2 \cdot 6 = 9,1 \text{ кг}. \quad (2.3)$$

Продуктивність за столовою білизною та уніформою:

$$P_{\text{с}} = C \cdot N_{\text{с}} = 15 \cdot 1,0 = 15,0 \text{ кг}; \quad (2.4)$$

$$P_{\text{у}} = A \cdot N_{\text{у}} = 19 \cdot 0,4 = 7,6 \text{ кг}. \quad (2.5)$$

Необхідна продуктивність пральні у зміну:

$$P = P_{\text{х/б}} + 1,25 \cdot P_{\text{м}} + P_{\text{с}} + P_{\text{у}} = 4,6 + 1,25 \cdot 9,1 + 15,0 + 7,6 = 38,6 \text{ кг}. \quad (2.6)$$

Годинна продуктивність при 6 циклах прання:

$$P_{\text{ч}} = P / \text{Ц} = 38,6 / 6 = 6,4 \text{ кг/год}. \quad (2.7)$$

Необхідна продуктивність пральних машин

$$G = P_{\text{ч}} \cdot 3 = 6,4 \cdot 1,3 \approx 8,4 \text{ кг/год} \quad (2.8).$$

Розрахунковий об'єм барабана за формулою (2.9): для бавовняної групи білизни (4,5 кг за цикл) $V = 4,5 \cdot 1,3 \cdot 10 = 59$ л; для махрової групи (1,9 кг за цикл) $V = 1,9 \cdot 1,5 \cdot 20 = 57$ л. Приймаємо дві професійні пральні машини із завантаженням по 6 кг (окремі цикли для бавовняної та махрової білизни).

Перевірка на пікову заповнюваність ($K = 0,90$) дає $\Pi = 42,1$ кг/змін та $G = 9,1$ кг/год - прийняті машини (12 кг/год) забезпечують запас продуктивності близько 24%. Комплект устаткування пральні за технологічними зонами та розрахунок площі наведено в таблиці.

Пральня еко-глемпінгу складається з п'яти функціональних зон. У зоні сортування площею $1,58 \text{ м}^2$ передбачено умивальник, ваги, стіл для сортування та два візки для брудної білизни. Пральний цех площею $1,76 \text{ м}^2$ оснащено двома професійними пральними машинами місткістю 6 кг, ванною для замочування, шафою для зберігання хімічних засобів і візком для вологої білизни. У сушильно-прасувальному цеху площею $2,94 \text{ м}^2$ розміщено сушильну машину місткістю 10 кг, прасувальний каток, прасувальний стіл, стіл для складання та візок для чистої білизни. Ділянка ремонту площею $0,60 \text{ м}^2$ обладнана столом зі швацькою машиною, а в приміщенні зберігання площею $1,00 \text{ м}^2$ встановлено два стелажі для чистої білизни. Загальна площа, зайнята устаткуванням пральні, становить $7,9 \text{ м}^2$.

Площу приміщення пральні визначено за площею прийнятого устаткування з коефіцієнтом використання площі 0,25:

$$S_{\text{пр}} = 7,9 / 0,25 \approx 32 \text{ м}^2 \quad (2.10)$$

Приймаємо площу пральні 32 м^2 . При розстановці устаткування дотримано нормативних відстаней: між пральними машинами — 30–50 см, від стіни до задньої стінки пральних та сушильних машин — 50–100 см, від стіни до прасувального катка — 30–50 см. Примітка: норми категорії 2** передбачають зміну постільної білизни раз на тиждень; фактично в закладі білизна змінюється після кожного виїзду гостя (середнє перебування 2–4 доби), тому прийняті машини мають додатковий експлуатаційний запас. [4; 9–12]

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

Приміщення культурно-дозвільного призначення є носієм етнокультурної складової концепції. Центральним елементом є зала майстер-класів і

подій багатоцільового призначення з меблями-трансформерами, що дозволяє проводити ремісничі майстер-класи, лекції, дегустації, корпоративні та освітні заходи, а в міжсезоння - камерні події. Дитячий екопростір оснащено спеціальними меблями з відокремленими зонами для ігор; бібліотеку розміщено в холі-лаунжі з максимальним віддаленням від шумних зон. [9–12; 21] Склад і площу приміщень, визначені згідно з ДБН В.2.2-16-2005, наведено в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Склад і площа приміщень культурно-оздоровчого призначення в готелі

№ пп	Приміщення	Площа, м ²	Перелік меблів, обладнання і їх кількість
1	Зала майстер-класів і подій (трансформована)	96	Столи-трансформери - 12, лави - 8, звукове обладнання - 1 комплект, проектор з екраном - 1, гончарні круги - 4
2	Дитячий екопростір	36	Дитячі меблі - 1 комплект, ігрові зони - 3, розвивальні набори - 10
3	Лазня-сауна з кімнатою відпочинку	53	Піч-кам'янка - 1, полиці - 2 яруси, купіль - 1, лежанки - 4
4	Універсальний простір релаксації (йога, медитації)	26	Килимки - 12, стелаж інвентарю - 1
Корисна площа приміщень Sk4		211	

Практика експлуатації засобів розміщення показує, що зали багатоцільового призначення є найбільш раціональним і економічним способом використання площ: одна зала подій із перегородками-трансформерами замінює окремі конференц-зали, виставковий простір і майстерню, що особливо важливо для камерного закладу. [9–12; 29]

Розроблено типові сценарії трансформації зали подій: «майстерня» (столи-трансформери по периметру, гончарні круги, до 20 учасників), «lecture/ретрит» (рядне або колове розставлення, проектор, до 60 осіб), «дегустаційна зала» (довгі столи, презентаційна зона винороба, до 40 осіб) та

«святкова» (банкетне розставлення спільно з рестораном, до 60 гостей). Перехід між сценаріями займає до однієї години силами двох працівників, що дозволяє проводити в один день кілька різнотипних активностей і максимізувати віддачу з кожного квадратного метра площі.

2.2.7. Пропозиції щодо дизайну закладу

Основною дизайнерською ідеєю закладу є «сучасна інтерпретація бессарабського степу»: природні кольори (пісочний, теракотовий, трав'яний, глибокий синій нічного неба), натуральні матеріали (дерево, льон, вовна, очерет, глина) та автентичні орнаменти народів краю в текстилі й кераміці. Цій ідеї підпорядковано весь комплекс рішень: зовнішню композицію (низькі силуети наметів, що не порушують лінію горизонту степу), інтер'єри, однострої персоналу з елементами вишивки, а також рекламні засоби - дерев'яну в'їзну стелу з логотипом, вивіску з природних матеріалів і навігаційні таблички ручної роботи. Приклад дизайну приміщень еко-глемпінгу наведено на рис.2.1-2.3. [14; 19; 21]



Рис.2.1. Дизайн намету еко-глемпінгу в етностилі



Рис.2.2. Дизайн ресторану в етностилі



Рис. 2.3. Дизайн вестибюльної групи еко-глемпінгу

Заходи з благоустрою включають: живопліт з автохтонних кущів замість суцільної огорожі по периметру; вимощення доріжок деревною тріскою та терасною дошкою; озеленення степовими травами й лавандовими масивами; м'яке низькорівневе LED-освітлення доріжок, що не створює світлового

забруднення та не заважає спостереженню за зоряним небом; малі архітектурні форми - гойдалки, арт-об'єкти місцевих майстрів, оглядові платформи. Кольорове рішення інтер'єрів громадських приміщень витримано у світлих природних тонах з акцентними елементами кераміки та вишивки; підлоги - дерев'яні, стелі - з відкритими дерев'яними балками, штучне освітлення - тепле, локалізоване. [2; 13; 19; 27]

2.2.8. Розрахунок загальної площі об'єкта та поверховості будівлі

Специфіка глемпінгу вимагає адаптації стандартної методики розрахунку загальної площі готелю: об'єкт складається з двох принципово різних частин - капітального контуру (центральный корпус, у якому зосереджені вестибюльна група, заклад ресторанного господарства, адміністративно-побутові та криті культурно-дозвільні приміщення) і некапітальних споруд (наметовий фонд на дерев'яних платформах). Коефіцієнти врахування коридорів, технічних приміщень і конструктивних елементів застосовуються лише до капітального контуру; намети є готовими модульними спорудами, площа яких приймається за специфікаціями виробника без додаткових коефіцієнтів, оскільки коридори, сходи та вертикальні комунікації в них відсутні. [4; 9–12]

Корисну площу капітального контуру визначено як суму площ усіх приміщень для забезпечення сервісно-виробничого процесу за підпунктами 2.2.2–2.2.6, у тому числі закладу ресторанного господарства - 412 м² (таблиця 2.9):

$$S_k = 819 \text{ м}^2 \quad (2.11)$$

Для врахування площі коридорів і технічних приміщень визначено робочу площу закладу. Оскільки глемпінг належить до невеликих закладів (до 50 місць у капітальному контурі), коефіцієнт збільшення площі прийнято $K_1 = 1,25$:

$$S_p = S_k \times K_1 = 819 \times 1,25 \approx 1\,024 \text{ м}^2 \quad (2.12)$$

Для врахування площі конструктивних елементів будівлі визначено загальну площу; з огляду на одноповерхове еко-модульне виконання корпусу (відсутність сходів, ліфтів і вентиляційних шахт у капітальному виконанні) прийнято мінімальний коефіцієнт $k_2 = 1,03$:

$$S_{заг} = S_p \times k_2 = 1\,024 \times 1,03 \approx 1\,055 \text{ м}^2 \quad (2.13)$$

Отримане значення відповідає підсумку площ приміщень корпусу та критих споруд першого поверху за таблицею 2.10. Центральний корпус проєктується одноповерховим ($n = 1$), тому площа поверху дорівнює загальній площі:

$$S_{пов} = S_{заг} / n = 1\,055 / 1 = 1\,055 \text{ м}^2 \quad (2.14)$$

Геометричні розміри капітального контуру визначено з умови $a \times b = S_{пов}$: за прямокутної конфігурації з урахуванням окремих критих споруд основна будівля корпусу приймається орієнтовно 44×24 м у плані, з обов'язковим південно-східним орієнтуванням зали ресторану з панорамним склінням на степ.

Некапітальну частину об'єкта утворює наметовий фонд загальною площею 551 м^2 (за таблицею 2.10: стандартні еко-намети - $5 \times 28 = 140 \text{ м}^2$; етно-намети підвищеного комфорту - $4 \times 30 = 120 \text{ м}^2$; сімейні намети - $3 \times 45 = 135 \text{ м}^2$; панорамні намети для пар - $2 \times 36 = 72 \text{ м}^2$; преміум-намети з терасою - $2 \times 42 = 84 \text{ м}^2$), розрахунок площ наметів кожного типу наведено в підпункті 2.2.3.

Таким чином, загальна площа забудови становить:

$$S_{заб} = 1\,055 + 551 = 1\,606 \text{ м}^2 \quad (2.15)$$

За площі земельної ділянки $2,5$ га ($25\,000 \text{ м}^2$) коефіцієнт забудови території становить $1\,606 / 25\,000 \approx 6,4\%$, що підтверджує реалізацію ключового принципу концепції - мінімального втручання в природний ландшафт степу. Поверховість усіх споруд - один поверх: це відповідає некапітальному характеру об'єкта, зберігає низький силует забудови та спрощує евакуацію.

Таблиця 2.10

Розподіл приміщень готелю по поверхах

№ п/п	Приміщення	Площа, м ²
1 поверх (центральный корпус)		
1	Вестибюльна група приміщень (табл. 2.6)	106
2	Приміщення закладу ресторанного господарства (табл. 2.7)	412
3	Адміністративно-побутові приміщення (табл. 2.8)	90
4	Приміщення культурно-оздоровчого призначення (табл. 2.9)	211
5	Коридори, тамбури та конструктивні елементи (розрахунково)	236
Всього на 1 поверсі		1 055
Некапітальні споруди на території		
6	Стандартні еко-намети (5 × 28 м ²)	140
7	Етно-намети підвищеного комфорту (4 × 30 м ²)	120
8	Сімейні намети (3 × 45 м ²)	135
9	Панорамні намети для пар (2 × 36 м ²)	72
10	Преміум-намети з терасою (2 × 42 м ²)	84
Всього некапітальних споруд		551
Разом площа забудови		1 606

Сумарна площа забудови (центральный корпус і намети) становить 1 606 м², що для ділянки 2,5 га дає коефіцієнт забудови $1\,606 / 25\,000 = 6,4\%$. Це підтверджує еко-характер проєкту: понад 93% території залишається природним степовим ландшафтом з екостежками та зонами рекреації.

2.3. Розрахунок інвестиційних витрат

Інвестиційні витрати проєкту охоплюють чотири основні групи: витрати на будівництво центрального корпусу, прокладання зовнішніх інженерних мереж і благоустрій території; придбання повністю обладнаних глемпів, технологічного устаткування, меблів та інвентарю; витрати на монтаж і транс-

портування устаткування; витрати на маркетинг і рекламу для виведення нового бренду на ринок. Розрахунок виконано за укрупненими показниками вартості з урахуванням цінових пропозицій українських виробників глемпінг-конструкцій і постачальників обладнання. [30; 32]

Суму інвестицій у будівництво визначено за укрупненими показниками вартості:

$$ІБ = В \times П, \quad (2.16)$$

де В - вартість будівництва 1 м², грн; П - площа об'єкта будівництва, м². Для центрального корпусу площею 1 055 м², що зводиться «з нуля» та забезпечується необхідними внутрішніми інженерними системами, прийнято орієнтовну вартість будівництва 25 000 грн/м²: ІБ(корпус) = 25 000 × 1 055 = 26 375 тис. грн. Вартість зовнішніх інженерних мереж і монтажу автономних систем на території становить 1 200 тис. грн, витрати на благоустрій території, зокрема облаштування доріжок, освітлення, паркінгу, амфітеатру, живоплоту та озеленення, - 880 тис. грн. Отже, інвестиції в будівництво й облаштування становлять: ІБ = 26 375 + 1 200 + 880 = 28 455 тис. грн. Комплект із 16 повністю обладнаних глемпів враховано окремо у складі покупної вартості устаткування, тому його вартість повторно не включається до витрат на будівництво.

Вартість комплексу з 16 повністю обладнаних глемпів визначено диференційовано за площею та рівнем комфорту: п'ять стандартних еко-наметів по 504 тис. грн, чотири етно-намети підвищеного комфорту по 600 тис. грн, три сімейні намети по 945 тис. грн, два панорамні намети для пар по 792 тис. грн і два преміум-намети з терасою по 1 050 тис. грн. Загальна вартість комплексу становить 11 439 тис. грн, або в середньому 714,9 тис. грн за один глемп. До комплектації включено подіум, утеплення, внутрішнє оздоблення, санвузол, системи електропостачання і кондиціонування, базові меблі та обладнання. [7; 8; 32]

Суму інвестиційних коштів у додаткові основні засоби визначено за формулою:

$$IO3 = BU + BM + BT, \quad (2.17)$$

де ВУ - покупна вартість устаткування, грн; ВМ - вартість монтажу устаткування (10% від вартості устаткування), грн; ВТ - вартість транспортних витрат по устаткуванню (5% від вартості устаткування), грн.

Розрахунок покупної вартості меблів та устаткування виконано на основі попередніх розрахунків (табл. 2.4, 2.5), а результати зведено в таблицю 2.11.

Таблиця 2.11

Розрахунок покупної вартості устаткування

Найменування	Кількість	Вартість одиниці, тис. грн	Вартість всього, тис. грн
Комплект з 16 повністю обладнаних глемпів (подіум, утеплення, внутрішнє оздоблення, санвузол, системи електропостачання і кондиціонування, базові меблі та обладнання)	1 компл.	11439,0	11439,0
Технологічне обладнання кухні ресторану	1 компл.	1 650,0	1 650
Меблі та обладнання зали ресторану	1 компл.	560,0	560
Обладнання рецепції та програмне забезпечення (PMS)	1 компл.	260,0	260
Меблі вестибюльної групи і холу-лаунжу	1 компл.	300,0	300
Обладнання зали подій (звук, світло, меблі-трансформери)	1 компл.	420,0	420
Обладнання лазні-сауни	1 компл.	350,0	350
Сонячна електростанція з накопичувачами	1 компл.	780,0	780
Система водопідготовки та локальні очисні споруди	1 компл.	560,0	560
Інвентар служби наметового фонду (housekeeping)	1 компл.	110,0	110
Текстиль (білизна, рушники, пледи, декор)	1 компл.	350,0	350
Обладнання дитячого екопростору	1 компл.	160,0	160
Ландшафтний і садовий інвентар	1 компл.	204,0	204
Додаткове меблювання та оснащення глемпів підвищених категорій (терасні меблі, мініхолодильники, сейфи, кавові станції, авторський етнодекор)	1 компл.	2 800,0	2 800
Всього (ВУ)			19943

Вартість монтажу прийнято в розмірі 10% від покупної вартості устаткування: $ВМ = 19\,943 \times 0,10 = 1\,994,3$ тис. грн. Транспортні витрати становлять 5%: $ВТ = 19\,943 \times 0,05 = 997,15$ тис. грн. Отже, сума інвестицій у додаткові основні засоби дорівнює: $ІОЗ = 19\,943 + 1\,994,3 + 997,15 = 22\,934,45$ тис. грн.

У структурі покупної вартості устаткування найбільшу частку становить комплект із 16 повністю обладнаних глемпів - 11 439 тис. грн, або 57,4%. Додаткове меблювання та категорійне оснащення житлових модулів потребує 2 800 тис. грн, або 14,0%, технологічне обладнання кухні ресторану - 1 650 тис. грн, або 8,3%. На інше обладнання громадських і службових зон, текстиль та інвентар припадає 2 714 тис. грн, або 13,6%. Така структура відповідає специфіці проекту, у якому житлові модулі є основною складовою туристичного продукту та безпосередньо визначають комфорт гостей.

Інвестиції в автономні інженерні системи - сонячну електростанцію, систему водопідготовки та локальні очисні споруди - становлять разом 1 340 тис. грн, або 6,7% покупної вартості устаткування. Вони збільшують стартові вкладення, проте знижують залежність закладу від зовнішніх мереж, скорочують поточні витрати на енергоносії та комунальні послуги й формують основу екологічного позиціонування проекту. [19; 27; 30; 32] Суму інвестицій у рекламу та маркетинг визначено виходячи зі стратегії просування закладу та орієнтовних ринкових нормативів вартості маркетингових інструментів (табл. 2.12). [31; 32]

Таблиця 2.12

Вартість інвестицій в маркетинг та рекламу

Перелік витрат	Орієнтовна сума, грн
1. Брендбук та айдентика	20 000–80 000
2. Розробка сайту з модулем онлайн-бронювання	60 000–120 000
3. SEO-оптимізація сайту	20 000–40 000
4. Контекстна реклама (запуск)	40 000–80 000
5. Реклама та просування в соціальних мережах	80 000–150 000

Продовження табл.2.12

6. Фото- і відеопродакшн	60 000–120 000
7. Співпраця з тревел-блогерами	50 000–100 000
8. Дизайн і друк поліграфії	25 000–50 000
9. PR-акція відкриття (прес-тур)	60 000–120 000
10. Сувенірна продукція	20 000–40 000

З наведеного переліку сформовано програму просування закладу на етапі виходу на ринок; обрані заходи та їх кошторис зведено в таблицю 2.13.

Таблиця 2.13

Інвестиції в рекламу та маркетинг

Найменування заходу	Вартість заходу, тис. грн
Брендбук та айдентика еко-глемпінгу	60
Розробка сайту з модулем онлайн-бронювання	90
SEO-оптимізація сайту	30
Контекстна реклама (запуск)	60
SMM і таргетована реклама в соціальних мережах	120
Фото- і відеопродакшн (контент про заклад і Бессарабію)	90
Співпраця з тревел-блогерами	80
Дизайн і друк поліграфії	40
PR-акція відкриття (прес-тур для медіа та блогерів)	100
Сувенірна продукція з етно-мотивами	30
Всього	700

Загальні інвестиції для реалізації концепції зведено в таблицю 2.14.

Таблиця 2.14

Загальні інвестиції для реалізації концепції

Показник	Сума, тис. грн	Частка, %
1. Витрати на будівництво й облаштування ІБ)	28 455,0	54,6
2. Покупна вартість устаткування (ВУ)	19 943,0	38,3
3. Витрати на монтаж (ВМ)	1 994,3	3,8
4. Витрати на транспортування (ВТ)	997,2	1,9
5. Витрати на рекламу та маркетинг	700,0	1,4
Всього	52 089,5	100,0

Загальний обсяг інвестицій у реалізацію концепції становить 52 089,45 тис. грн, або близько 52,1 млн грн. Найбільшу частку формують витрати на будівництво центрального корпусу, зовнішні інженерні мережі та благоустрій території - 54,6%. На придбання повністю обладнаних глемпів, технологічного устаткування, меблів та інвентарю припадає 38,3%, на монтаж і транспортування - 5,7%, на маркетинг і рекламу - 1,4%. Некапітальний характер житлових модулів забезпечує гнучкість проєкту та можливість подальшого поетапного розширення наметового фонду.

Графік освоєння інвестицій синхронізовано з етапами реалізації проєкту (підрозділ 1.2): на підготовчому етапі освоюється близько 5% бюджету (проєктування, дозволи, брендинг), на будівельно-монтажному - близько 85% (корпус, намети, мережі, устаткування), на передзапусковому - решта 10% (комплектація, маркетинговий запуск, оборотний запас). Пікове навантаження на фінансування припадає на 3–6 місяці реалізації, що слід враховувати при структуруванні джерел фінансування (п. 3.6).

2.4. Технологія і організація обслуговування на готельних підприємствах

2.4.1. Технологія і організація обслуговування гостей службою СПіР і бронювання

Технологія обслуговування гостей має циклічний характер і охоплює весь період від бронювання до виїзду. Служба прийому, розміщення та бронювання забезпечує онлайн-бронювання, підтвердження заявки, зустріч гостей, інформаційний супровід, організацію трансферу, розрахунок і виїзд. Усі заявки обробляються через систему управління закладом (PMS), що запобігає подвійним бронюванням. [9–12; 29]

Цикл обслуговування складається з чотирьох фаз. До прибуття гостю надсилають підтвердження, маршрут, прогноз погоди, програму подій і правила екоповедінки. Під час заїзду проводять реєстрацію, пропонують привітальний напій, супроводжують до намету та знайомлять із територією. У пе-

ріод проживання гості отримують інформацію про екскурсії, дегустації й майстер-класи, ресторанне обслуговування та прибирання. Під час виїзду здійснюють остаточний розрахунок, збирають відгуки та вручають локальний сувенір.

2.4.2. Технологія і організація функціонування служби номерного фонду

Служба наметового фонду забезпечує чистоту, готовність і комплектацію наметів, зміну білизни та підготовку до заїзду. Передбачено щоденне прибирання за згодою гостя, повне прибирання після виїзду та генеральне - на початку і наприкінці сезону. Статуси наметів контролюються через цифрову платформу, синхронізовану з PMS, а послуги пральні передаються на аутсорсинг. [9–12; 29]

Після виїзду намет провітрюють, прибирають сміття й використану білизну, очищують поверхні та санвузол екологічними засобами, змінюють текстиль і відновлюють комплектацію. Фінальний контроль здійснює старша покоївка за чек-листом із фотофіксацією. Норма часу на прибирання становить 1,0–1,3 години залежно від категорії намету.

Двічі на рік проводиться інвентаризація меблів, текстилю та обладнання. Для оперативної заміни пошкоджених предметів формується резерв у розмірі 10–15% від експлуатаційної кількості.

Базова комплектація всіх наметів включає постільну білизну, рушники, воду, чайний набір, фен, аптечку, ліхтарик, інформаційні матеріали та екокошетику. Намети підвищених категорій додатково оснащуються халатами, капсульною кавою, пледами й біноклем.

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

Фінансово-комерційні функції (облік, розрахунки, робота з постачальниками й партнерами, аналіз тарифів і завантаження) реалізуються керуючим

спільно з бухгалтерією, що працює на аутсорсингу, та менеджером бронювання і маркетингу. Інженерно-технічна служба та служба безпеки забезпечують безперебійну роботу автономних інженерних систем, благоустрій території та охорону. Технік і двірник-садівник підтримують працездатність «зелених» систем (сонячна електростанція, водопідготовка, очищення стоків) та доглянутість ландшафту; ведеться журнал профілактичних оглядів обладнання з періодичністю, визначеною виробниками. [9–12; 29]

Фінансовий контур закладу побудовано на щоденному обліку виручки за центрами доходу (проживання, ресторан, додаткові послуги) у PMS, щомісячному управлінському звіті (виручка, витрати за статтями таблиці 3.7, завантаження, середній дохід на місце-добу) та щоквартальному аналізу виконання фінансової моделі. Розрахунки з гостями переважно безготівкові; готівковий обіг мінімізовано

2.5. Показники експлуатаційної програми підприємства

Показники експлуатаційної (виробничої) програми характеризують потенціал засобу розміщення з надання послуг проживання та слугують базою для побудови фінансової моделі. Розрахунок виконано за стандартним алгоритмом, адаптованим до наметового фонду глемпінгу «Бессарабська Казка» (16 наметів, 38 інвентарних місць). Послідовно визначено одноразову місткість, можливу, фактичну та планову пропускну спроможність, середню місткість і плановий коефіцієнт завантаження. [9–12; 30]

Особливістю глемпінгу порівняно з капітальним готелем є двоїста природа сезонності: технічна можливість цілорічної експлуатації (утеплені намети з автономним опаленням) поєднується з вираженою сезонністю попиту. Тому в розрахунках заклад моделюється як цілорічний, а комерційна сезонність відображається через фактичний коефіцієнт завантаження, який зростає від 45% у перший рік до 60% на третій рік у міру формування впізнаваності бренду та розвитку міжсезонних програм.

1. Одноразова місткість характеризує кількість інвентарних місць закладу та визначається за формулою:

$$O_m = \Sigma (K_{ном} \times Ч_{ім}), \quad (2.18)$$

де O_m - одноразова місткість, місць; $K_{ном}$ - кількість наметів кожної категорії; $Ч_{ім}$ - число постійних (інвентарних) місць у наметі. За даними таблиці 2.3:

$$O_m = 5 \times 2 + 4 \times 2 + 3 \times 4 + 2 \times 2 + 2 \times 2 = 38 \text{ місць.}$$

2. Можлива пропускна спроможність характеризує чисельність гостей, яких може обслужити заклад за період за відсутності простоїв:

$$П_{См} = O_m \times Ч_{д.р} \quad (2.19).$$

де $Ч_{д.р}$ - кількість календарних днів роботи закладу. Глемпінг моделюється як цілорічний ($Ч_{д.р} = 365$), а сезонність попиту враховується через коефіцієнт завантаження.

$$П_{См} = 38 \times 365 = 13\,870 \text{ місце-днів}$$

3. Пропускна спроможність ураховує простої, пов'язані з капітальним ремонтом і реконструкцією (середній показник 14 діб $\times O_m = 532$ місце-доби):

$$П_{С} = П_{См} - K_{к.р} = 13\,870 - 532 = 13\,338 \text{ місце-днів.} \quad (2.20).$$

$$П_{С} = 13\,870 - 532 = 13\,338 \text{ місце-днів.}$$

4. Планова пропускна спроможність ураховує планові простої з об'єктивних причин:

$$П_{Спл} = П_{С} - K_{п.р} - K_{с.о} - K_{і.н} \quad (2.21).$$

де $K_{п.р}$ - простої під плановим ремонтом (3 доби $\times O_m = 114$); $K_{с.о}$ - простої на санітарну обробку й підготовку до заселення (25 діб $\times O_m = 950$); $K_{і.н}$ - простої з інших об'єктивних причин (5 діб $\times O_m = 190$).

$$П_{Спл} = 13\,338 - 114 - 950 - 190 = 12\,084 \text{ місце-днів}$$

5. Середня місткість характеризує середню кількість інвентарних місць за рік:

$$M = (M_{п} \times t_1 + M_{к} \times t_2) / T \quad (2.22).$$

де сумарні втрати становлять $K_k = (14 + 3 + 25 + 5) \times 38 = 1\,786$ місце-днів, що в перерахунку на повний простій усього закладу дає $t_2 = 1\,786 / 38 = 47$ днів, а $t_1 = 365 - 47 = 318$ днів.

$$M = (38 \times 318 + 0 \times 47) / 365 \approx 33 \text{ інвентарні місця}$$

6. Плановий коефіцієнт завантаження (коефіцієнт використання пропускної спроможності) характеризує ступінь використання фонду за планом:

$$K_z = \text{ПС}_{\text{пл}} / \text{ПС} \quad (2.23).$$

$$K_z = 12\,084 / 13\,338 \approx 0,906.$$

Аналіз показників виробничої програми за трьома роками експлуатації наведено в таблиці 2.15.

На третій рік експлуатації заклад виходить на проєктну потужність із товарообігом близько 20,2 млн грн, що узгоджується з фінансовою моделлю підприємства (20 246 806 грн, підрозділ 3.6). Помірний коефіцієнт завантаження (45–60%) відображає виражену сезонність формату, яку частково згладжують міжсезонні події, корпоративні та освітні програми. Структуру середнього доходу на одну надану місце-добу на третій рік експлуатації наведено в таблиці 2.16.

Таблиця 2.15

Аналіз показників виробничої програми готелю

№	Показник	1 рік	2 рік	3 рік
1	Одноразова місткість, місць	38	38	38
2	Місце-днів в інвентарі (Ом×365), м-д	13 870	13 870	13 870
3	Простої (ремонт, санобробка), м-д	1 786	1 420	1 110
4	Місце-днів в експлуатації, м-д	12 084	12 450	12 760
5	Коефіцієнт завантаження, %	45	53	60
6	Надано місце-днів, м-д	5 438	6 599	7 656
7	Середній дохід на 1 місце-добу, грн	2 190	2 400	2 645
8	Товарообіг (виручка), тис. грн	11 909	15 838	20 247

Таблиця 2.16

Структура середнього доходу на одну місце-добу (3-й рік експлуатації)

Складова доходу	Сума, грн/місце-добу	Частка, %
Проживання у наметі	1 868	70,6
Харчування (сніданок у тарифі, ресторан)	435	16,4
Платні додаткові послуги (екскурсії, майстер-класи, дегустації, сауна, події)	342	12,9
Разом	2 645	100,0

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗДІЛ

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

Організаційний розділ охоплює формування структури управління еко-глемпінгом, розрахунок чисельності персоналу та фонду оплати праці, моделювання послуг, заходів з охорони праці, пожежної безпеки, цивільного захисту, охорони довкілля та фінансової діяльності підприємства. [9–12; 29]

Для еко-глемпінгу «Бессарабська Казка» на 16 наметів і 38 місць обрано компактно лінійно-функціональну структуру з мінімальною кількістю рівнів управління, суміщенням посад та передаванням частини функцій на аутсорсинг. Це відповідає невеликій місткості закладу та сезонному характеру попиту. [9–12; 29]

Керівництво здійснює керуючий еко-глемпінгом, якому підпорядковуються служба прийому, розміщення та бронювання, служба наметового фонду, служба харчування, служба додаткових послуг, інженерно-технічна служба та безпека. Бухгалтерський облік ведеться на аутсорсингу, а співвласники-інвестори не входять до операційної структури управління. [9–12; 29]

Служба прийому забезпечує онлайн-бронювання, заїзд і виїзд гостей, консультування та організацію трансферу. Служба наметового фонду відповідає за чистоту, комплектацію й готовність наметів, а служба харчування організовує роботу ресторану бессарабської кухні. Координатор додаткових послуг проводить екскурсії, дегустації, майстер-класи та події спільно з місцевими партнерами. Інженерно-технічна служба забезпечує роботу автономних систем, благоустрій і безпеку території.

Перевагами структури є швидке прийняття рішень, чітка відповідальність, економія завдяки суміщенню функцій і можливість сезонного збільшення чисельності працівників. Перевантаження керуючого та залежність від ключових працівників зменшуються завдяки цифровізації процесів, використанню PMS, онлайн-бронювання та стандартизованих чек-листів.

Планування персоналу передбачає визначення потреб відповідно до завантаження, формування штатного розпису й графіків, сезонний найм і контроль продуктивності. Постійне ядро команди працює протягом року, а перед високим сезоном залучаються та навчаються додаткові працівники. [9–12; 29]

Кожен працівник повинен володіти професійними навичками, знати концепцію та культуру Бессарабії, стандарти гостинності й цифрові системи закладу. Адаптація нових працівників триває два тижні та включає навчальний курс, наставництво, вивчення посадових стандартів і підсумкову співбесіду. Перед сезоном для команди проводиться спільний тренінг.

Взаємодія служб забезпечується щоденними короткими нарадами щодо заїздів, готовності наметів, подій, погоди й технічних питань. На щотижневих планірках аналізуються завантаження, відгуки гостей і програма наступного тижня. Адміністратори мають право самостійно вирішувати окремі гостеві питання в межах установленого ліміту.

Таким чином, запропонована структура відповідає масштабу та концепції глемпінгу, забезпечує ефективне управління, гнучкість до сезонних коливань і належну якість обслуговування завдяки суміщенню функцій, цифровізації та партнерській моделі роботи. Структура управління еко-глемпінгу наведена в Додатку Д.

Планування персоналу полягає в тому, щоб заклад у потрібний час мав необхідну робочу силу відповідної якості та кількості. Основним показником для кількісного визначення потреби в персоналі є прогнозоване завантаження (п. 2.5). Розрахунок чисельності операційного персоналу проводимо на основі норм часу й норм обслуговування. Облікова чисельність працівників визначається за формулою: [9–12; 29]

$$Ч_{об} = Ч_{я} \times К_{н}, \quad (3.1).$$

де $Ч_{я}$ - нормативна явочна чисельність працівників; $К_{н}$ - коефіцієнт, що враховує заплановані невиходи (відпустки, хвороби) і для сезонного закладу приймається на рівні 1,1.

Розрахунок чисельності персоналу служби наметового фонду (покоївок).

До основних функцій покоївок належать роботи з прибирання наметів, до додаткових - доставка засобів прибирання, приймання наметів при виїзді та забезпечення додаткових послуг. Норми часу на прибирання прийнято за категоріями: стандартний еко-намет - 1,0 год; етно-намет підвищеного комфорту - 1,1 год; сімейний намет - 1,3 год; панорамний намет - 1,1 год; преміум-намет з терасою - 1,3 год.

Явочна чисельність покоївок першої зміни за восьмигодинної зміни становить:

$$Чя(1зм) = (5 \times 1,0 + 4 \times 1,1 + 3 \times 1,3 + 2 \times 1,1 + 2 \times 1,3) / 8 = 18,1 / 8 \approx 2 \text{ особи.} (3.2)$$

Друга зміна (підготовка наметів до заїзду в пік сезону) приймається на рівні 50% від першої: $2 \times 0,5 = 1$ особа. Тоді загальна явочна чисельність становить $Чя = 2 + 1 = 3$ особи, а облікова чисельність покоївок:

$$Чоб = Чя \times Кн \quad (3.3).$$

$$Чоб = 3 \times 1,1 \approx 3 \text{ особи}$$

Розрахунок чисельності адміністраторів служби СПіР. Рецепція працює у дві зміни (денну та вечірню) з однією явочною одиницею на зміну: $Чя = 1 \times 2 = 2$ особи; облікова чисельність $Чоб = 2 \times 1,1 \approx 2$ особи.

Для невеликого глемпінгу такі посади, як гардеробник, комірник камери схову, швейцар, є недоцільними, і їхні функції суміщаються черговим персоналом і охороною.

3.2. Штатний розпис та розрахунок оплати праці

Вихідною інформацією для розробки штатного розпису є загальна чисельність операційного й допоміжного персоналу, розрахована вище, та його структура.

Рекомендовані відсоткові співвідношення між категоріями працівників: адміністративно-управлінський персонал - 10...15%; виробничий (операцій-

ний) - 60...65%; допоміжний - 25...30%. Штатний розпис закладу наведено в таблиці 3.1. [9–12; 29]

Таблиця 3.1

Штатний розпис працівників закладу

Посада	Кількість посадових одиниць	Зайнятість (постійно / сезонно)
Адміністративно-управлінський персонал:		
Керуючий еко-глемпінгом	1	Постійно
Менеджер бронювання і маркетингу	1	Постійно
<i>Разом</i>	2	
Виробничий (операційний) персонал:		
Адміністратор рецепції (СПіР)	2	Постійно
Шеф-кухар	1	Постійно
Кухар	2	Сезонно
Офіціант / бариста	2	Сезонно
Покоївка	3	Сезонно
Координатор програм	1	Постійно
<i>Разом</i>	11	
Допоміжний персонал:		
Технік	1	Постійно
Двірник-садівник	1	Сезонно
Охоронник	2	Постійно
<i>Разом</i>	4	
РАЗОМ по закладу	19	

Фактична структура персоналу (адміністративно-управлінський - 10,5%, виробничий - 58%, допоміжний - 21%, з урахуванням суміщення функцій) відповідає рекомендованим співвідношенням для камерного закладу. Бухгалтерія виведена на аутсорсинг, а вузькопрофільні фахівці (майстри ремесел, гіді, сомельє) залучаються на партнерських засадах і до штату не включені.

На основі штатного розпису розраховуємо фонд оплати праці за день і за місяць. Слід урахувати, що частина персоналу працює позмінно за

графіками 5/2, 3/3 та 6/1, тому розрахунок ведемо на день за чисельністю працівників у зміну. Фонд оплати праці наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Фонд оплати праці

№	Посада	Графік роботи	Кількість всього	Кількість за зміну	Заробітна плата за день, грн
1	Керуючий еко-глемпінгом	5/2	1	1	2 000
2	Менеджер бронювання і маркетингу	5/2	1	1	1 400
3	Адміністратор рецепції (СПіР)	3/3	2	1	1 200
4	Шеф-кухар	5/2	1	1	1 500
5	Кухар	3/3	2	1	1 000
6	Офіціант / бариста	3/3	2	1	850
7	Покоївка	6/1	3	1	800
8	Координатор програм	5/2	1	1	1 100
9	Технік	5/2	1	1	1 050
10	Двірник-садівник	6/1	1	1	750
11	Охоронник	доба/3	2	1	1 000
Всього заробітна плата за день, грн					12 650
Всього заробітна плата за місяць, грн					379 500

Денний фонд оплати праці (за чисельністю працівників у зміну) становить 12 650 грн, місячний - 379 500 грн, а річний фонд оплати праці - близько 4,55 млн грн. Рівні заробітної плати прийнято за актуальними даними ринку праці для готельно-ресторанної сфери регіону. Мотивація персоналу включає преміальну складову за результатами сезону та навчання (тренінги з сервісу, знання культури й гастрономії Бессарабії), що є інвестицією в якість обслуговування закладу.

Система преміювання складається з щомісячної премії за виконання стандартів, сезонного бонусу за досягнення планового завантаження й рейтингу закладу та індивідуальних відзнак за продаж додаткових послуг. Такий

підхід пов'язує дохід персоналу з ключовими показниками бізнесу - якістю сервісу, завантаженням і доходом на гостя.

Кадрова політика орієнтована на місцеву громаду: пріоритет при наймі надається мешканцям навколишніх сіл, що скорочує витрати на доставку й проживання персоналу, знижує плинність і зміцнює зв'язок закладу з територією. Для позицій, що потребують специфічних компетенцій (шеф-кухар, менеджер маркетингу), допускається залучення фахівців з Одеси з наданням службового проживання.

3.3. Моделювання основних і додаткових послуг підприємства

Продуктовий портфель закладу побудовано так, щоб максимізувати дохід на одного гостя й підкреслити унікальну концепцію. Послуги поділяються на основні (проживання, харчування) та додаткові - безкоштовні й платні. Характеристику послуг за формою, рекомендованою методичними вказівками, наведено в таблиці 3.3, а схему послуг - у Додатку Д.

Таблиця 3.3

Перелік основних та додаткових послуг готелю

Назва послуги	Сплата	Час дії	Брон.	Місце надання	Характеристика послуги	Відповідальний
Основні послуги						
Проживання у наметі	Так	Цілодобово	Так	Наметовий фонд	Розміщення у наметі однієї з 5 категорій з санвузлом та опаленням	Адміністратор
Сніданок	У тарифі	08:00–11:00	Так	Ресторан	Сніданок з локальних продуктів, входить у вартість проживання	Шеф-кухар
Ресторан бессарабської кухні	Так	12:00–22:00	Так	Ресторан	Меню локальної кухні: бринза, сарма, мамалига, вина, мед	Шеф-кухар

Додаткові безкоштовні послуги						
Прибирання намету	Ні	10:00–16:00	Так	Наметовий фонд	Поточне прибирання за згодою гостя	Покоївка
Wi-Fi, паркінг, охорона	Ні	Цілодобово	Ні	Територія	Базові сервіси для всіх гостей	Технік / охорона
Екостежки, вогнище-амфітеатр, дитячий екопростір, бібліотека	Ні	Світловий день	Ні	Територія	Самостійна рекреація та дозвілля	Координатор
Додаткові платні послуги						
Екоекскурсії, birdwatching	Так	За графіком	Так	Тарутинський степ	Маршрути з гідом, спостереження за птахами та зоряним небом	Координатор / гід
Майстер-класи	Так	За графіком	Так	Зала подій	Гончарство, вишивка, ремесла народів краю	Координатор / майстер
Дегустації	Так	За графіком	Так	Ресторан / винарня	Вина, сири, мед місцевих виробників	Координатор / сомельє
Лазня-сауна	Так	16:00–22:00	Так	Зона рекреації	Сеанси до 2 годин з кімнатою відпочинку	Технік
Трансфер	Так	За запитом	Так	Територія / станція	Доставка від залізничної станції або Одеси	Адміністратор
Оренда зони подій	Так	За запитом	Так	Зона подій	Камерні події, репетиції, корпоративи до 60 осіб	Координатор
Сувеніри	Так	10:00–20:00	Ні	Рецепція	Вироби місцевих майстрів, продукція фермерів	Адміністратор

Платні додаткові послуги формують вагомий частку доходу й одночасно реалізують етнокультурну та гастрономічну складові концепції, поглиблюючи занурення гостя в культуру Бессарабії. Значна частина послуг надається

на партнерських засадах, що мінімізує постійні витрати закладу та розподіляє дохід із місцевою громадою.

Ключові програми додаткових послуг розроблено детально. Екскурсійна програма включає три базові маршрути Тарутинським степом: ботанічний (степові трави й ефемероїди, весна—початок літа), орнітологічний (birdwatching із гідом та оптикою, цілорічно) та вечірній астромаршрут (спостереження за зоряним небом без світлового забруднення).

Ремісничка програма охоплює майстер-класи з гончарства, вишивки та ткацтва, які проводять запрошені майстри народів краю; вироби гість забирає з собою, що підсилює емоційний слід і «сарафанне радіо».

Гастрономічна програма складається з дегустацій вин бессарабських виноробень, сирів і меду фермерів громади, а також кулінарних майстер-класів з приготування страв національних кухонь краю.

Подієва програма (оренда зони подій, близько 40 подій на рік) орієнтована на ретрити, корпоративні заходи та освітні виїзди до 60 учасників.

Для кожної платної послуги розроблено паспорт послуги, що фіксує зміст, тривалість, місткість групи, необхідні ресурси, відповідального та ціну. Розклад програм формується щотижнево координатором з урахуванням складу гостей, сезону й погоди та комунікується гостям при заїзді і через інформаційні канали закладу; мінімальна група для проведення програм - 4 особи, для індивідуальних форматів діє підвищений тариф.

На основі окремих послуг сформовано пакетні пропозиції, які підвищують середній чек і спрощують вибір гостя:

- 1) «Вікенд у степу» (2 ночі, сніданки, одна екскурсія на вибір),
- 2) «Смак Бессарабії» (2–3 ночі, дегустаційна програма з вечерею від шефа),
- 3) «Етно-занурення» (3 ночі, два майстер-класи, фольклорна програма),
- 4) «Ретрит» (будні, зала подій, харчування повного дня для груп) та романтичний пакет для пар (панорамний намет, вечеря на терасі, лазня).

Пакети діють цілорічно з сезонним коригуванням ціни та є ключовим інструментом продажів у міжсезоння.

Інформаційна підтримка послуг реалізується через кілька точок контакту: інформаційну папку в кожному наметі (програма тижня, меню, правила, мапа території), екрани-афіші в ресторані, месенджер-канал закладу з анонсами й нагадуваннями та особисту комунікацію персоналу.

Якість послуг в еко-глемпінгу контролюється за трирівневою схемою: самоконтроль виконавця за чек-листом, вибірковий контроль керівника служби та щомісячний аудит керуючого за методикою «таємного гостя» (залучення зовнішнього перевіряючого двічі на сезон).

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

У закладі передбачено комплекс заходів із профілактики травматизму, забезпечення санітарно-гігієнічних умов, електробезпеки та навчання персоналу. Загальне керівництво охороною праці здійснює керуючий, який призначає відповідальних осіб і контролює дотримання вимог законодавства. Працівники допускаються до роботи після проходження відповідних інструктажів, результати яких фіксуються в журналах. [1; 2; 9–12]

Параметри мікроклімату на робочих місцях підтримуються в межах нормативних значень: температура 22–24 °С, відносна вологість 40–60%, швидкість руху повітря - до 0,1 м/с. У наметах комфорт забезпечується природною вентиляцією, провітрюванням і автономним опаленням. Джерела шуму та вібрації, зокрема насоси й генератори, розміщуються в інженерній зоні із застосуванням звуко- та віброізоляції. [1; 2; 4; 9–12]

Природне освітлення доповнюється енергоефективними світлодіодними приладами, частково підключеними до сонячних панелей. Освітлення доріжок передбачається м'яким і безпечним, без надмірного засвічення території.

У закладі дотримуються вимог щодо прибирання, обробки білизни, видалення відходів і захисту від шкідників. Чиста та використана білизна зберігається окремо. У ресторанному господарстві впроваджуються процедури, засновані на принципах НАССР: розділення потоків сировини й готової продукції, контроль температур зберігання, маркування інвентарю, миття, дезінфекція та медичні огляди персоналу. [1; 2; 4]

На рецепції та в кухонному блоці розміщуються аптечки першої допомоги, а щонайменше два працівники кожної зміни проходять навчання з домедичної допомоги. У разі надзвичайної ситуації передбачено виклик екстрених служб, надання первинної допомоги та зустріч бригади на в'їзді. З найближчим медичним закладом доцільно укласти угоду про взаємодію.

Електроустановки оснащуються заземленням, захисним відключенням, ізоляцією, сигналізацією та знаками безпеки. Особлива увага приділяється електробезпеці у вологих приміщеннях, а відповідальний за електрогосподарство призначається наказом керуючого. [1; 2; 4]

Через наметовий формат і підвищену пожежну небезпеку степу проти пожежні заходи є пріоритетними. Намети та громадські зони оснащуються вогнегасниками, пожежною сигналізацією, димовими й тепловими датчиками, системою оповіщення та планами евакуації. Між наметами передбачаються протипожежні розриви, а вогнище й мангальна зона облаштовуються негорючими матеріалами та постійно контролюються. [1; 2; 4]

Для захисту від степових пожеж передбачено мінералізовану смугу по периметру, викошування сухостою, запас води, мотопомпу та заборону відкритого вогню поза спеціально обладнаними зонами. Евакуаційні маршрути виводяться до двох місць збору. [1; 2; 4]

Заходи цивільного захисту включають визначення найближчого укриття, інформування гостей про дії під час тривоги, створення запасів води, медикаментів і автономного живлення. Віддаленість глемпінгу компенсується автономністю інженерних систем і чітким алгоритмом взаємодії з екстреними службами. [1; 2; 4]

3.5. Організація охорони навколишнього середовища

Охорона довкілля є складовою самої концепції закладу, а не лише вимогою законодавства. Під час функціонування закладу й надання послуг виключено шкідливі впливи на навколишнє середовище, що забезпечується низкою конкретних рішень: коефіцієнт забудови території становить лише 6,4% від ділянки площею 2,5 га, споруди є некапітальними та виконані з натуральних матеріалів, застосовано автономні енергоефективні системи (сонячна електростанція, водопідготовка, локальне очищення стоків), впроваджено роздільний збір і компостування відходів згідно з санітарними вимогами та озеленення автохтонними видами. [2; 13; 19; 27]

Система санітарного очищення передбачає раціональне збирання, тимчасове зберігання й регулярне вивезення твердих побутових відходів.

Господарські майданчики та сміттєзбірники розміщено з дотриманням санітарних вимог в інженерно-технічній зоні. Екологічна освіта інтегрована в інформаційні стенди на екостежах, правила поведінки в степу для гостей. Перспективним напрямом є отримання екологічної сертифікації Green Key, що додатково підсилить еко-позиціонування та маркетингову привабливість закладу глемпінгу. [2; 13; 19; 27]

В закладі передбачено систему внутрішнього екологічного моніторингу через щомісячний облік споживання електроенергії та води в розрахунку на одну надану місце-добу, контроль якості очищених стоків за договором з акредитованою лабораторією. Результати моніторингу публікуються у щорічному звіті про сталий розвиток закладу.

Заклад розвиває співпрацю з природоохоронними організаціями та науковцями, які досліджують Тарутинський степ: спільні еколого-просвітницькі події, волонтерські толоки з відновлення степової рослинності, підтримка моніторингу орнітофауни. Така співпраця живить екскурсійний контент закладу науково інформацією, посилює довіру до еко-позиціонування та вбудовує бізнес у порядок денний збереження степу -

замість конфлікту «туризм проти природи» формується модель взаємопідсилення.

3.6. Організація роботи та розробка фінансової моделі підприємства [30–32]

Для правильної організації роботи підприємства складено перелік необхідної інформації для роботи закладу (табл. 3.4). [30–32]

Таблиця 3.4

Перелік необхідної інформації для організації роботи закладу

Тип інформації	Обраний тип	Примітки
1. Організаційно-правовий статус закладу готельного господарства	Фізична особа-підприємець (ФОП) 3-ї групи, спрощена система оподаткування [1; 32]	Єдиний податок 5% від товарообігу
2. Тип готельного підприємства	Еко-глемпінг - некапітальний засіб розміщення наметового типу	Сільський (степовий) глемпінг згідно з галузевою класифікацією
3. Організаційна структура	Лінійно-функціональна, 5 служб	Бухгалтерія - аутсорсинг; частина фахівців - партнери
4. Кількість номерів	16 наметів (38 місць)	5 категорій наметів
5. Кількість персоналу	19 осіб	-
6. Відмінні особливості бізнес-ідеї проекту	Поєднання «еко + етно + гастро»; камерність; партнерство з громадою	Унікальна торгова пропозиція (підрозділ 1.2)

Таблиця 3.5

Розрахунок доходу від продажі номерів при 100% завантаженні

Назва номеру (намету)	Кількість наметів за день, шт.	Ціна намету за добу, грн	У місяць (в середньому 30,5 днів), грн	В рік (365 днів), грн
Стандартний еко-намет	5	2 800	427 000	5 110 000
Етно-намет підвищеного комфорту	4	3 600	439 200	5 256 000

Продовження табл.3.5

Сімейний намет	3	4 500	411 750	4 927 500
Панорамний намет для пар	2	5 200	317 200	3 796 000
Преміум-намет з терасою	2	6 500	396 500	4 745 000
Разом	16	65 300*	1 991 650	23 834 500

Потенційний дохід від додаткових послуг при 100% завантаженні розраховано в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Розрахунок доходу від продажі додаткових послуг при 100% завантаженні

Назва послуги	Кількість потенційних покупців за добу	Ціна послуги, грн	У місяць (30,5 днів), грн	За рік (365 днів), грн
Харчування у ресторані	38	600	695 400	8 322 000
Екоекскурсії, birdwatching	38	150	173 850	2 080 500
Майстер-класи	38	100	115 900	1 387 000
Дегустації	38	80	92 720	1 109 600
Лазня-сауна	38	70	81 130	970 900
Трансфер	38	40	46 360	554 800
Сувеніри	38	30	34 770	416 100
Оренда зони подій	40	15 000	50 000	600 000
Разом				15 440 900

Плановий товарообіг третього року експлуатації сформовано з урахуванням доходів від усіх складових продукту. За коефіцієнта завантаження 60% дохід від проживання становитиме 14 300 700 грн ($23\,834\,500 \times 0,60$). Дохід ресторану прийнято на рівні 3 328 800 грн, що відповідає реалізації 40% потенційного обсягу харчування, а дохід від платних додаткових послуг - 2 617 306 грн за середнього коефіцієнта реалізації 36,8%. Отже, харчування та додаткові послуги формують 5 946 106 грн, або 29,4% загального товарообігу, а сукупна виручка становить 20 246 806 грн. Досягнення такого рівня доходу передбачається завдяки пакетним пропозиціям, дегустаційним і

подієвим програмам, майстер-класам, екскурсіям та активним продажам послуг під час бронювання і проживання гостей.

Далі розраховано операційні витрати, сума яких визначає точку беззбитковості (таблиця 3.7). [30; 32]

Таблиця 3.7

Розрахунок операційних витрат за місяць

№	Види витрат	Сума за місяць, грн	Розрахунок
1	Зарплатня персоналу	379 500	Табл. 3.2
2	ЄСВ (нарахування на заробітну плату)	83 490	22% від фонду оплати праці
3	Єдиний податок ФОП 3-ї групи	84 362	5% від товарообігу (1 012 340 грн/рік)
4	Продукти та напої (собівартість ресторану)	260 000	За планом закупівель, ~70% - локальні виробники
5	Енергоносії та комунальні витрати	52 000	З урахуванням генерації сонячної електростанції
6	Пральня (аутсорсинг) та витратні матеріали	35 000	За договором з пральнею, госптовари
7	Реклама та просування	45 000	SMM, контекстна реклама, комісії платформ бронювання
8	Бухгалтерія (аутсорсинг), зв'язок, ПЗ (PMS)	25 000	За договорами
9	Технічне обслуговування систем і території	38 000	Профілактика автономних систем, поточний ремонт
10	Транспорт і логістика	20 000	Трансфери, доставка продуктів
11	Різне (непередбачені витрати)	37 318	~3,5% операційних витрат
Всього		1 059 670	

Завершальним етапом є розрахунок фінансових показників проекту на третій рік експлуатації, коли заклад виходить на проектну потужність (таблиця 3.8). [30; 32]

Таблиця 3.8

Фінансові показники (3-й рік експлуатації)

№	Показник	рік, грн.
1	Товарообіг (виручка)	20 246 806
2	Точка беззбитковості (сума операційних витрат на рік)	12 716 038
3	Єдиний податок (5%)	1 012 340
4	Чистий прибуток	7 530 767
5	Термін окупності, років	5,0

Термін окупності проекту визначено за чистим грошовим потоком на рівні проєктної потужності, що включає чистий прибуток і амортизаційні відрахування:

$$\text{Ток} = \text{Із} / (\text{Чп} + \text{А}) \quad (3.4)$$

де Із - загальні інвестиції для реалізації концепції (табл. 2.14); Чп - чистий прибуток на рівні проєктної потужності (табл. 3.8); А - річні амортизаційні відрахування. Амортизацію визначено укрупнено за середньозваженим нормативом 5,62% від амортизованої вартості основних засобів і прийнято на рівні 2 887 123 грн на рік. Відповідно, чистий грошовий потік на рівні проєктної потужності становить 10 417 890 грн на рік.

$$\text{Ток} = 52\,089\,450 / (7\,530\,767 + 2\,887\,123) = 5,0 \text{ року.}$$

Динаміку фінансових показників за перші три роки експлуатації наведено в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Динаміка фінансових показників за роками експлуатації

Показник	1 рік	2 рік	3 рік
Коефіцієнт завантаження, %	45	53	60
Товарообіг, грн	11 909 000	15 838 000	20 246 806
Операційні витрати, грн	10 250 000	11 480 000	12 716 038
Чистий прибуток, грн	1 659 000	4 358 000	7 530 767

З урахуванням чистого прибутку та амортизаційних відрахувань термін окупності інвестицій становить 5,0 року. Такий показник є характерним для інвестиційних проєктів глемпінгів із понад 10 житловими модулями та розвиненою системою додаткових послуг.

ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ

У кваліфікаційній роботі обґрунтовано концепцію еко-глемпінгу «Бессарабська Казка» на 16 наметів в Одеській області, що поєднує екологічний відпочинок, етнокультурну спадщину Бессарабії та локальну гастрономію. Проведено маркетингові дослідження, технологічні й фінансові розрахунки, розроблено організаційну структуру та рекомендації щодо реалізації проєкту.

Аналіз ринку підтвердив перспективність формату та наявність вільної ніші для камерного етногастрономічного глемпінгу. Його перевагами є поєднання екологічної, етнічної та гастрономічної складових, оригінальність концепції й подієві програми. У ньому передбачено вестибюльну групу, ресторан на 60 місць, адміністративно-побутові, господарські, культурні та оздоровчі приміщення. Визначено необхідне оснащення наметового фонду.

Загальний обсяг інвестицій становить близько 52,1 млн грн, із яких 54,6% припадає на будівництво центрального корпусу, зовнішні інженерні мережі та благоустрій території, 44,0% - на придбання, монтаж і транспортування повністю обладнаних глемпів, технологічного устаткування, меблів та інвентарю, 1,4% - на маркетинг і рекламу. Планова річна пропускна спроможність становить 12 084 місце-добу, коефіцієнт її використання - 90,6%.

Для управління закладом запропоновано лінійно-функціональну структуру з п'ятьма службами та штат із 19 працівників. Місячний фонд оплати праці становить 379,5 тис. грн, річний - близько 4,55 млн грн. Розроблено основні й додаткові послуги, заходи з охорони праці, пожежної безпеки, цивільного захисту та охорони довкілля.

Фінансові розрахунки підтвердили економічну доцільність проєкту. На третьому році роботи за завантаження 60% прогнозований товарообіг становитиме 20,25 млн грн, зокрема 14,30 млн грн від проживання та 5,95 млн грн від харчування й додаткових послуг. Чистий прибуток очікується на рівні 7,53 млн грн, а термін окупності інвестицій за чистим грошовим потоком - 5,0 року.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 18.03.2026).
2. Про охорону навколишнього природного середовища : Закон України від 25.06.1991 № 1264-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text> (дата звернення: 18.03.2026).
3. ДСТУ 3008:2015. Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання. Київ : УкрНДНЦ, 2016. 31 с.
4. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 9 с.
5. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. З Поправкою (ІПС № 8-2004). Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 13 с.
6. Glamping Market Size, Share & Trends Analysis Report, 2026–2033. Grand View Research. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/glamping-market> (дата звернення: 22.03.2026).
7. Аналіз ринку глемпінгів в Україні. 2024 рік. Pro-Consulting. 2024. 57 с. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-glempingov-v-ukraine-2024-god> (дата звернення: 24.03.2026).
8. Результати дослідження: чому глемпінг стає трендом в Україні та світі. Ribas Hotels Group. 06.03.2025. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezultaty-doslidzhennya-chomu-glemping-staye-trendom-v-ukrayini-ta-sviti/> (дата звернення: 24.03.2026).
9. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
10. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту : навч. посіб. Київ : Кондор, 2005. 408 с.
11. Байлик С. І. Готельне господарство. Організація, управління, обслуговування : навч. посіб. Київ : Дакор, 2008. 288 с.

12. Головка О. М., Кампов Н. С., Махлинець С. С., Симочко Г. В. Організація готельного господарства : навч. посіб. / за ред. О. М. Головка. Київ : Кондор-Видавництво, 2012. 338 с.
13. Замула І. В., Кирилюк Д. Р. Розвиток екологічного туризму в Україні. Економіка, управління та адміністрування. 2023. № 2 (104). С. 3–9. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2023-2\(104\)-3-9](https://doi.org/10.26642/ema-2023-2(104)-3-9).
14. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування : монографія. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.
15. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.
16. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 298 с.
17. Мальська М. П., Зінько Ю. В., Горішевський П. А. Сільський туризм у Карпатському регіоні: сучасний стан і перспективи розвитку. Регіон – 2015: стратегія оптимального розвитку : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 5–6 листопада 2015 р. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. С. 127–130.
18. Давиденко І. В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 26, ч. 1. С. 10–13. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/davydenko9.htm (дата звернення: 29.03.2026).
19. Стойка А. В., Горюнова К. А. Управління сталим розвитком індустрії туризму : монографія. Київ : МДУ, 2024. 161 с. URL: <https://repository.mu.edu.ua/jspui/handle/123456789/8137> (дата звернення: 31.03.2026).
20. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. Економічний простір. 2020. № 155. С. 40–43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/155-8>.
21. Орлова М. Л., Ярьоменко С. Г. Ресурси етнічного туризму Південної Бессарабії, сформовані в результаті болгарської колонізації. Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи : збірник матеріалів V

Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених та студентів, 26 квітня 2017 р. Львів : ЛІЕТ, 2017. С. 123–129.

22. Under Canvas : офіційний сайт. URL: <https://www.undercanvas.com> (дата звернення: 05.04.2026).

23. AutoCamp : офіційний сайт. URL: <https://autocamp.com> (дата звернення: 05.04.2026).

24. Collective Retreats : офіційний сайт. URL: <https://www.collectiveretreats.com> (дата звернення: 05.04.2026).

25. Booking.com : платформа онлайн-бронювання засобів розміщення. URL: <https://www.booking.com> (дата звернення: 12.04.2026).

26. Tripadvisor : платформа відгуків і рейтингів туристичних об'єктів. URL: <https://www.tripadvisor.com> (дата звернення: 12.04.2026).

27. Green Key : міжнародна програма екологічної сертифікації закладів індустрії гостинності. URL: <https://www.greenkey.global> (дата звернення: 19.04.2026).

28. Державне агентство розвитку туризму України : офіційний сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 19.04.2026).

29. Мунін Г. Б., Карягін Ю. О., Роглев Х. Й., Руденко С. І. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу : навч. посіб. / за заг. ред. М. М. Поплавського, О. О. Гаца. Київ : Кондор, 2008. 460 с.

30. Якименко-Терещенко Н. В., Чайка Т. Ю., Мартинова В. В. Економіка туризму : навч. посіб. Харків : НТУ «ХП», 2024. 185 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/entities/publication/d1ba88db-18bd-4082-b953-01d31cdc823d> (дата звернення: 27.04.2026).

31. Правик Ю. М. Маркетинг туризму : підручник. Київ : Знання, 2008. 303 с.

32. Павлюк С. І. Підприємництво та бізнес-планування в готельно-ресторанному господарстві : конспект лекцій. Миколаїв : МНАУ, 2023. 59 с. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/16884> (дата звернення: 04.05.2026).

Концепція екоглемпінгу «Бесарабська казка» на 16 наметів у Бесарабії, Одеська область

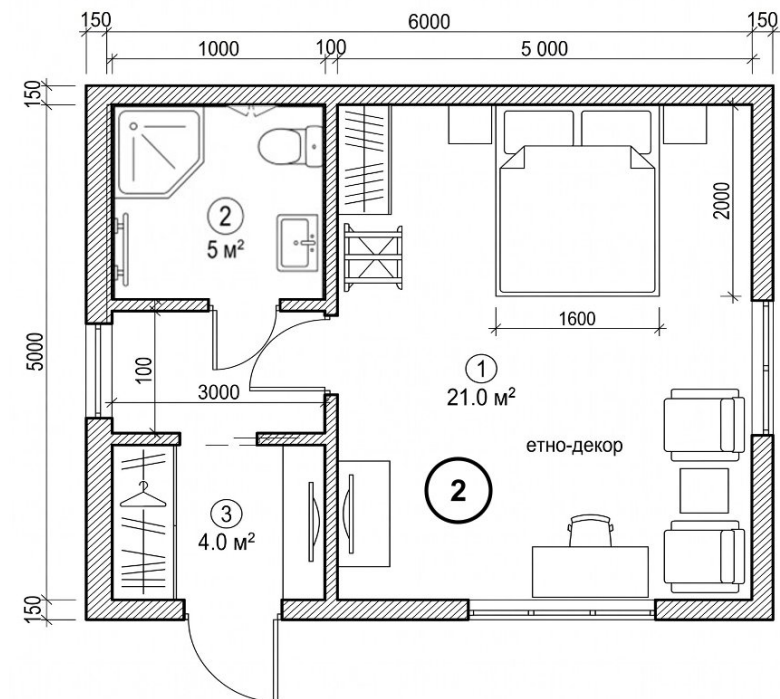
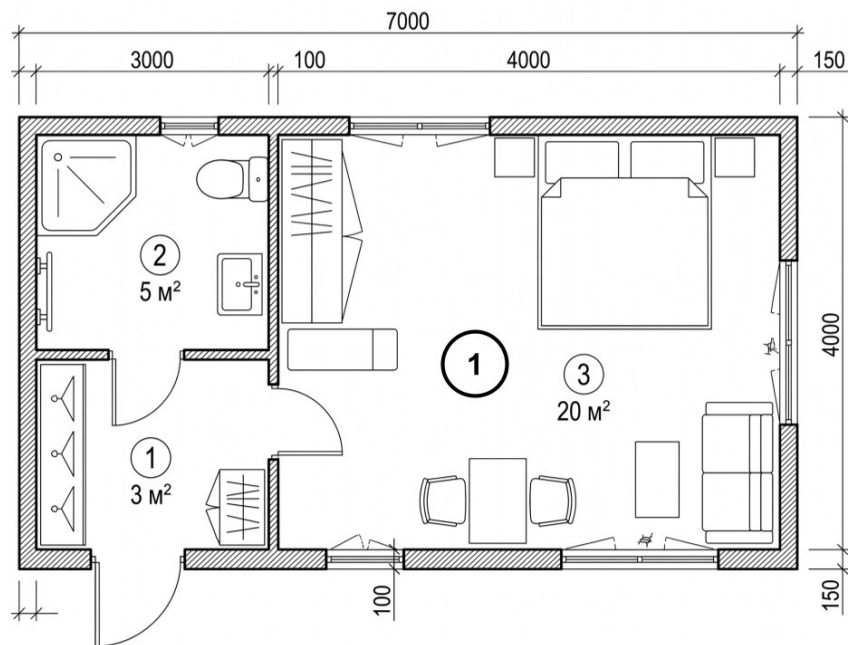
Основні конкурентні переваги

- Еко-формат із мінімальним слідом (забудова 5,4%);
- Автентика народів Бессарабії (етно-дизайн, програми);
- Локальна гастрономія від місцевих виробників;
- Камерність і приватність (16 наметів серед степу);
- Партнерство зі 100+ фермерами, майстрами, гідами;
- Сегменти: сім'ї, пари, еко-, етно- й гастро туристи, корпоративні та освітні групи.

Етапи впровадження

- Передпроектний: вибір ділянки, екоаудит, узгодження;
- Проектування: генплан, зонування, проекти наметів і корпусу;
- Будівництво й інженерія: мережі, корпус, монтаж наметів, благоустрій;
- Оснащення: меблі, обладнання, інженерні системи;
- Формування мережі: партнери, персонал, договори;
- Запуск: брендинг, сайт, продажі, відкриття сезону.

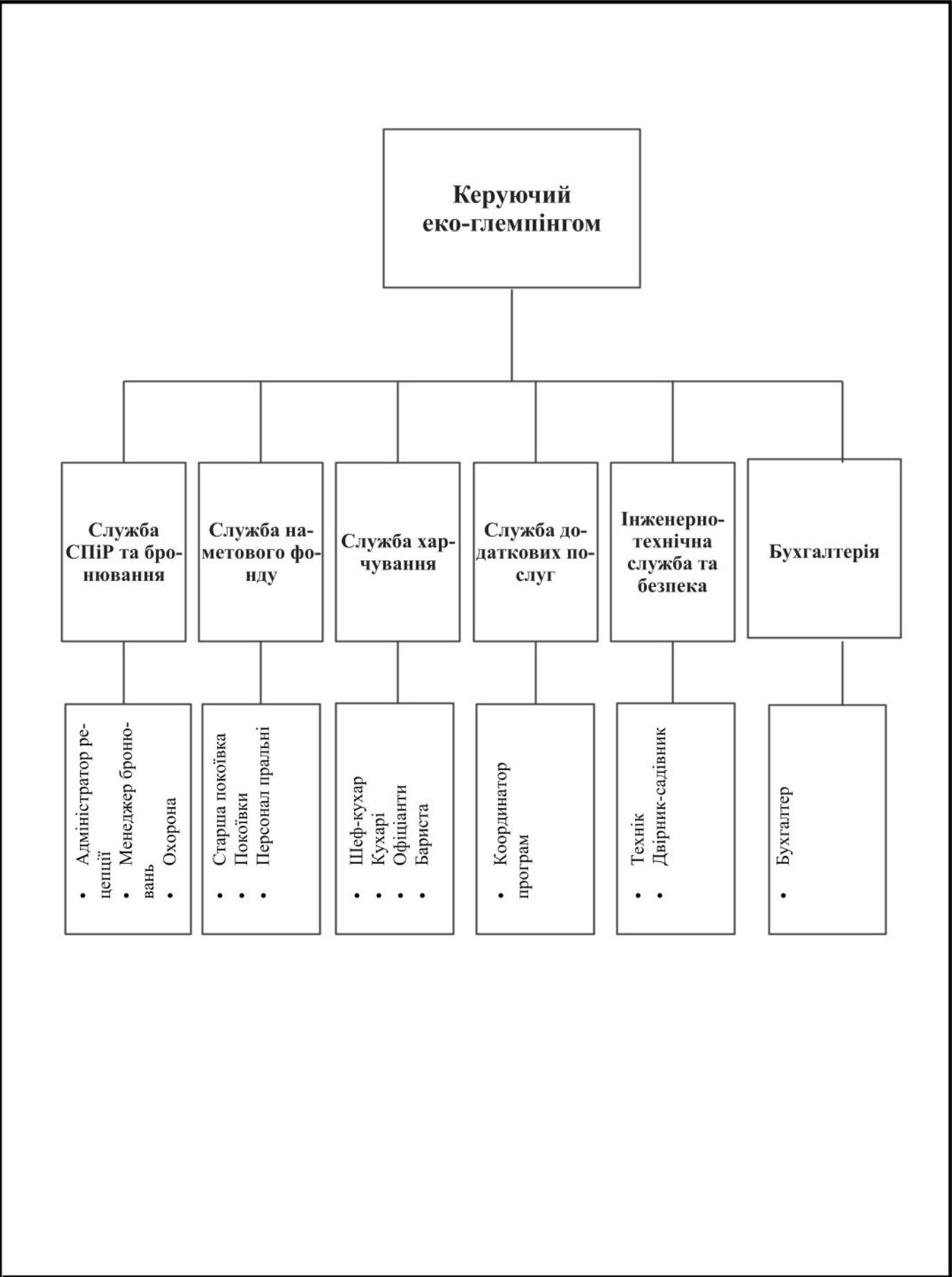
					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.6					
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата						
Студент.		Тупиця Л.Д.			Додаток А. Концепція еко-глемпінгу на 16 наметів в Одеській області			Літ.	Аркуш	Аркушів
Консульт.									73	78
Керівник		Коваленко Н.О.						ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401		
Н. Контр.		Коваленко Н.О.								
Зав. Каф.		Лебеденко Т.Є.								



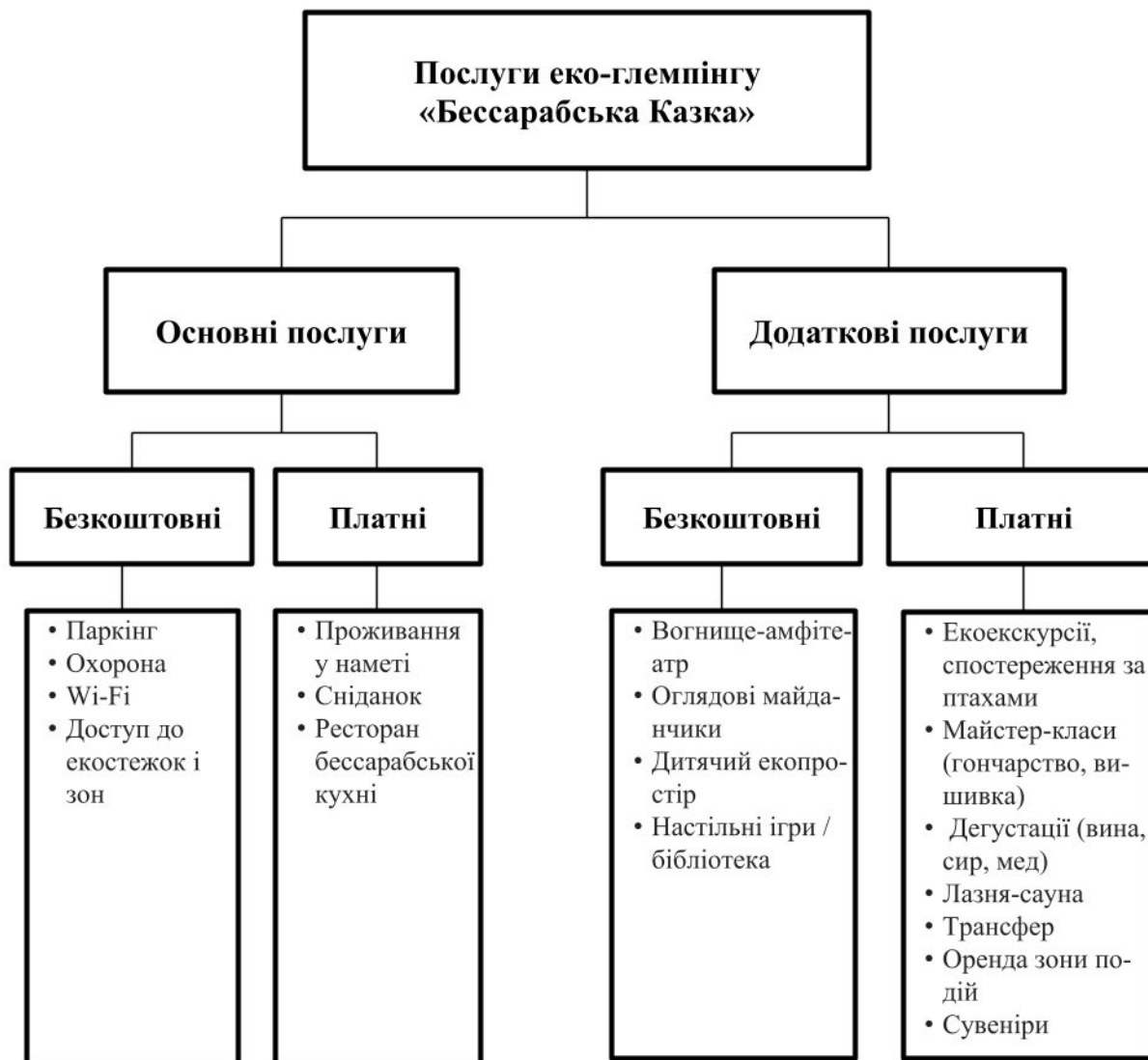
						КРБ.ГРБ.1.177-03.1.6			
						Розробка концепції еко-глемінгу на 16 наметів в Одеській області з елементами етно-культури Бесарабії			
Зм	Кіл	Арк	Льдок	Підпис	Дата				
Студент		Тупиця Л.Д.				Додаток Б. План житлового фонду закладу готельного господарства	Стад.	Аркуші	Аркушів
Консулът.								74	78
Н. контр.		Коваленко Н.О.				План наметів М 1:50	ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401		
Керівник		Коваленко Н.О.							
Завід.									
кафедри		Лебеденко Т.С.							

Позиція на	Найменування	Позначення	К-ть	Маса, кг	Примітки
1	Ліжко двоспальне	1600 × 2000 мм	14		Стандартні, етно-, сімейні та панорамні намети
2	Ліжко двоспальне King-size	1800 × 2000 мм	2		Преміум-намети
3	Ліжко односпальне	900 × 2000 мм	6		По 2 у сімейному наметі
4	Тумба приліжкова	450 × 400 мм	32		По 2 у кожному наметі
5	Шафа для одягу	1200 × 600 мм	16		По 1 у кожному наметі
6	Тумба для багажу	900 × 450 мм	16		По 1 у кожному наметі
7	Стіл робочий або консольний	1000 × 500 мм	11		Стандартні, етно- та преміум-намети
8	Стіл обідній на 4 особи	1200 × 800 мм	3		Сімейні намети
9	Стілець	стандартний	24		Стандартні, сімейні та преміум-намети
10	Крісло м'яке	стандартне	12		Етно- та панорамні намети
11	Диван двомісний	1400–1600 мм	5		Сімейні та преміум-намети
12	Столик журнальний	600 × 600 мм	11		Етно-, сімейні, панорамні та преміум-намети
13	Модуль кавової станції	800 × 500 мм	16		По 1 у кожному наметі
14	Вішалка або шафа в тамбурі	800 × 500 мм	16		По 1 у кожному наметі
15	Полиця для взуття	700 × 350 мм	16		У тамбурі
16	Дзеркало настінне	600 × 900 мм	16		У тамбурі або санвузлі
17	Душова кабіна	900 × 900; 1200 × 900 мм	16		Розмір залежить від типу намету
18	Унітаз-компакт	стандартний	16		По 1 у кожному санвузлі
19	Умивальник із тумбою	600–900 мм	16		По 1 у кожному санвузлі
20	Рушникосушарка	електрична	16		По 1 у кожному санвузлі
21	Шафа для рушників і приладдя	500 × 400 мм	5		Сімейні та преміум-намети
22	Крісло або шезлонг для тераси	вуличне виконання	8		Панорамні та преміум-намети
23	Столик для тераси	500 × 500 мм	4		По 1 на кожній терасі
24	Кондиціонер	настінний	16		Потужність добирається за площею
25	Електричний водонагрівач	50–80 л	16		По 1 у кожному наметі
26	Міні-холодильник	40–60 л	16		У складі зони міні бару

					<i>КРБ.ГРБ.1.177-03.1.6</i>		
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата	Додаток Г. Специфікація меблів та обладнання житлового фонду еко-глемпінгу		
Студент.	Тупиця Л.Д.						
Консульт.							
Керівник	Коваленко Н.О						
Н. Контр.	Коваленко Н.О.						
Зав. Каф.	Лебеденко Т.Є.				Літ. Аркуш Аркушів 76 78 ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401		



					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.6				
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата	Додаток Д. Структура управ- ління еко-глемпінгу на 16 наметів в Одеській області				
Студент.		Тупиця Л.Д.							
Консульт.									
Керівник		Коваленко Н.О							
Н. Контр.		Коваленко Н.О.							
Зав. Каф.		Лебеденко Т.Є.							
					Літ.	Аркуш	Аркушів		
							77	78	
					ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401				



					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.6			
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата				
Студент.		Тупиця Л.Д.			Додаток Е. Послуги еко-глемпінгу на 16 наметів в Одеській області			
Консульт.								
Керівник		Коваленко Н.О.						
Н. Контр.		Коваленко Н.О.						
Зав. Каф.		Лебеденко Т.Є.						
					Літ.	Аркуш	Аркушів	
						78	78	
					ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-401			