

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

Природничо–математичний факультет
Кафедра хімії, технологій та фармації

КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ
Освітній ступінь: БАКАЛАВР
на тему: **ПРОЄКТ БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ 4* З ДІДЖИТАЛІЗАЦІЄЮ ПОСЛУГ**

Виконав(ла):
студент(ка) 4 курсу 47–ФМТ групи
спеціальності 241 Готельно–ресторанна
справа
Топчій Денис Олександрович

Керівник:
к.т.н., доцент **Лапицька Н. В.**

Чернігів 2026

Роботу подано до розгляду «15» 06 2026 року.

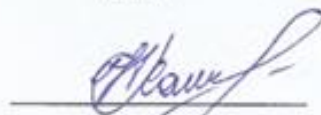
Студент


(підпис)

Топчій Д. О.

(прізвище та ініціали)

Керівник


(підпис)

Лапицька Н. В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент


(підпис)

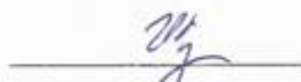
Гмур Д. О.

(прізвище та ініціали)

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

Студентка допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри


(підпис)

Курмакова І. М.

(прізвище та ініціали)

Факультет	<u>природничо-математичний</u>
Кафедра	<u>хімії, технологій та фармації</u>
Освітній рівень	<u>перший (бакалаврський)</u>
Спеціальність	<u>241 Готельно-ресторанна справа</u>
Освітня програма	<u>Готельно-ресторанна справа</u>

(шифр і назва)

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Топчію Денису Олександровичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Проект бізнес-готелю 4* з діджиталізацією послуг»

керівник роботи Лапицька Надія Василівна, канд техн. наук, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

2. Строк подання студентом роботи «...» р. _____

3. Вихідні дані до роботи: номерний фонд становить 500 номерів; поверховість будівлі – 9 поверхів, конференц-зала, підземний паркінг, тренажерна зала – наявні

4. Зміст кваліфікаційного проєкту ВСТУП. РОЗДІЛ 1 ХАРАКТЕРИСТИКА БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ 4* 1.1. Вибір та обґрунтування місця розташування бізнес-готелю готелю; 1.2. Аналіз ринку наявних закладів гостинності та розрахунок туристичних потоків; 1.3. Аналіз переваг та ризиків при проєктуванні бізнес-готелю 4*. РОЗДІЛ 2 РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ 4* ТА ПЛАН НАДАННЯ ПОСЛУГ 2.1. Концепція закладу; 2.2. Характеристика основних і додаткових послуг, що плануються у бізнес-готелі 4*; 2.3. Організація постачання у бізнес-готелі. РОЗДІЛ 3 БУДІВЕЛЬНО-АРХІТЕКТУРНІ РІШЕННЯ 3.1. Характеристика ділянки для будівництва бізнес-готелю 4*; 3.2. План озеленення території; 3.3. Дизайнерські рішення. 4. ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА ТЕХНІЧНІ РОЗРАХУНКИ. РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ. РОЗДІЛ 6. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ 4*. ВИСНОВОК. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

5. Перелік графічного матеріалу: 1 – План благоустрою території бізнес-готелю 4*; 2 – План вестибюльної групи приміщень; 3 – Дизайнерське рішення при плануванні вестибюльної групи приміщень; 4 – План та розріз конференц-зали; 5 – План поверху житлової частини; 6 – План евакуації.

6. Дата видачі завдання _____ р. _____

Студент

Топчій Д. О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник кваліфікаційного проєкту

Лапицька Н.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ 4*.....	8
1.1. Вибір та обґрунтування місця розташування бізнес-готелю 4*...	8
1.2. Аналіз ринку наявних закладів гостинності та розрахунок туристичних потоків.....	10
1.3. Аналіз переваг та ризиків при проєктування бізнес-готелю 4*...	19
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ 4* ТА ПЛАН НАДАННЯ ПОСЛУГ.....	33
2.1. Концепція закладу.....	33
2.2. Характеристика основних і додаткових послуг, що плануються у бізнес-готелі 4*.....	35
2.3. Організація постачання у бізнес-готелі.....	41
РОЗДІЛ 3. БУДІВЕЛЬНО-АРХІТЕКТУРНІ РІШЕННЯ.....	55
3.1. Характеристика ділянки для будівництва бізнес-готелю 4*.....	55
3.2. План озеленення території.....	64
3.3. Дизайнерські рішення щодо бізнес-готелю 4*.....	70
РОЗДІЛ 4. ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА ТЕХНІЧНІ РОЗРАХУНКИ.....	77
РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ.....	94
РОЗДІЛ 6. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПРОЄКТОВАНОГО БІЗНЕС- ГОТЕЛЮ 4*.....	107
ВИСНОВКИ.....	118
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	122

ВСТУП

Розвиток готельного бізнесу у великих містах України потребує створення закладів, які відповідають не лише базовим вимогам розміщення, а й сучасним моделям ділової мобільності, цифрового сервісу, безпеки та багатофункціонального використання простору. Для Львова це питання є особливо важливим, оскільки місто поєднує туристичну привабливість, активне ділове середовище, освітній і культурний потенціал, а також попит на проведення конференцій, корпоративних заходів і короткострокових професійних поїздок. У таких умовах бізнес-готель стає не просто місцем тимчасового проживання, а елементом міської інфраструктури, який підтримує розвиток туризму, підприємництва, подієвої активності та сфери послуг.

Актуальність розроблення проєкту бізнес-готелю 4* полягає в необхідності формування сучасного готельного комплексу, здатного забезпечити комфортне проживання, умови для роботи, ділових зустрічей, конференц-сервісу, ресторанного обслуговування та швидкої взаємодії з гостем через цифрові інструменти. Сучасний гість, особливо діловий, очікує не лише якісного номера, а й зрозумілої логістики, стабільного інтернету, швидкого бронювання, зручного поселення, безпечного перебування, доступу до додаткових послуг і можливості ефективно використовувати час впродовж поїздки. Тому проєктування бізнес-готелю 4* має практичне значення для підвищення якості готельної інфраструктури міста та розширення пропозиції для корпоративного й індивідуального сегментів.

Важливим напрямом розвитку готельної сфери є діджиталізація сервісу. Впровадження цифрових рішень у роботу готелю дозволяє оптимізувати процеси бронювання, поселення, оплати, комунікації з гостями, управління номерним фондом, замовлення послуг і роботи з клієнтською базою. Це підвищує швидкість обслуговування, зменшує навантаження на персонал, покращує контроль внутрішніх процесів і формує більш зручний досвід перебування для

гостей. Для бізнес-готелю цифрові сервіси є не додатковою опцією, а необхідною умовою конкурентоспроможності.

Не менш важливою є безпекова складова проєктування. У сучасних умовах готель повинен забезпечувати не лише комфорт і сервіс, а й продуману організацію перебування гостей у разі надзвичайних ситуацій. Тому під час розроблення проєкту доцільно враховувати можливість використання окремих підземних приміщень, зокрема паркінгу, як простору тимчасового перебування людей під час повітряних тривог. Таке рішення підвищує практичну цінність проєкту та відповідає реальним умовам функціонування готельних підприємств в Україні.

Метою роботи є розроблення проєкту бізнес-готелю 4* у м. Львові з урахуванням сучасних вимог до функціональної організації, архітектурно-планувальних рішень, технологічного забезпечення, діджиталізації послуг, економічної ефективності та формування конкурентного іміджу закладу.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- обґрунтувати вибір місця розташування проєктованого бізнес-готелю;
- проаналізувати ринок готельних послуг і туристичні потоки м. Львова;
- визначити переваги та ризики реалізації проєкту;
- сформувати концепцію готелю та систему його основних і додаткових послуг;
- розробити рішення щодо організації постачання;
- обґрунтувати будівельно-архітектурні та дизайнерські рішення;
- виконати технологічні й технічні розрахунки;
- визначити економічну доцільність проєкту;
- запропонувати заходи щодо формування іміджу бізнес-готелю.

Об'єктом проєктування є бізнес-готель категорії 4* у м. Львові.

Предметом роботи є сукупність архітектурно-планувальних, технологічних, сервісних, цифрових, економічних та іміджевих рішень, необхідних для створення сучасного бізнес-готелю 4*.

У роботі використано методи аналізу, порівняння, узагальнення, функціонального зонування, проєктного моделювання, техніко-економічних розрахунків і графічного опрацювання. Аналітичні методи застосовано для оцінювання передумов створення бізнес-готелю та конкурентного середовища. Розрахункові методи використано для визначення місткості, площ, потреби в обладнанні, інженерних показників, витрат, доходів і строку окупності. Графічні методи застосовано для розроблення планувальних і дизайнерських рішень.

Практичне значення роботи полягає в розробленні цілісної моделі бізнес-готелю 4*, яка поєднує проживання, ділову інфраструктуру, ресторанне обслуговування, цифрові сервіси, безпекові рішення та економічно обґрунтовану систему функціонування. Запропоновані рішення можуть бути використані як основа для подальшого проєктування готельного комплексу, адаптованого до потреб сучасного міста, ділових гостей і корпоративних відвідувачів.

Структура роботи складається зі вступу, шести розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. У роботі послідовно розглянуто передумови створення бізнес-готелю, концепцію закладу, будівельно-архітектурні рішення, технологічні й технічні розрахунки, економічне обґрунтування та формування іміджу проєктованого бізнес-готелю 4*.

РОЗДІЛ 1

ХАРАКТЕРИСТИКА БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ 4*

1.1. Вибір та обґрунтування місця розташування бізнес-готелю 4*

Для проєктування бізнес-готелю категорії 4* обрано місто Львів, оскільки воно є одним із найактивніших центрів туризму, ділової комунікації, освіти, культури та сервісної економіки в Україні. Готельний ринок Львова формується не лише завдяки класичному туристичному потоку, а й за рахунок ділових поїздок, конференцій, корпоративних заходів, релокованого бізнесу, освітніх подій, ІТ-середовища та короткострокових професійних візитів. Саме тому для бізнес-готелю 4* важливо обрати таку ділянку, яка забезпечуватиме не тільки доступ до міської інфраструктури, а й можливість раціонального будівництва великого готельного комплексу.

Проектований бізнес-готель передбачає 500 номерів, 9 поверхів, конференц-залу, ресторанну інфраструктуру, підземний паркінг, тренажерну залу, адміністративні, технічні та сервісні приміщення. Для такого об'єкта недостатньо невеликої ділянки в історичному центрі міста, оскільки центральна частина Львова має щільну забудову, складну транспортну ситуацію, обмежені можливості для організації паркінгу та значні містобудівні обмеження. Крім того, будівництво великого готелю на 500 номерів у межах історичного середовища могло б створити надмірне навантаження на транспортну, пішохідну та інженерну інфраструктуру.

З огляду на масштаб проєкту більш доцільним є вибір ділянки в межах міста, але поза найбільш перевантаженим історичним ядром. Така локація має забезпечувати достатню площу для забудови, можливість облаштування підземного паркінгу, службових під'їздів, пожежних проїздів, господарської зони, зони посадки й висадки гостей, озеленення та благоустрою. Водночас вона повинна залишатися достатньо доступною для гостей, які прибувають до Львова з діловою або туристичною метою.

Для розміщення бізнес-готелю 4* обрано земельну ділянку за адресою м. Львів, вул. Земельна, 8. Ділянка має площу 1,5375 га, кадастровий номер 4610137200:08:007:0187 і належить до земель житлової та громадської забудови [31]. У системі Prozorro земельна ділянка належить до земель несільськогосподарського призначення. У вихідному стані вона представлена для будівництва адміністративно-офісної будівлі з вбудованими комерційними та побутовими приміщеннями. Однак у межах проєктування бізнес-готелю 4* передбачається зміна її функціонального використання та цільового призначення на: «для будівництва та обслуговування об'єктів туристичної інфраструктури та закладів ресторанного господарства», що відповідає коду 03.08 Класифікації видів цільового призначення земельних ділянок. Ділянка перебуває у комунальній власності, а організатором аукціону є Управління земельних ресурсів департаменту природних ресурсів та будівництва Львівської міської ради. Вибір цієї ділянки є обґрунтованим з кількох причин. По-перше, вона розташована в межах міста Львова, а не в приміській зоні, що важливо для бізнес-готелю. Гості зберігають доступ до міської інфраструктури, транспортних маршрутів, ділових об'єктів, закладів ресторанного господарства, громадських просторів і сервісів. По-друге, площа ділянки 1,5375 га є достатньою для розміщення великого готельного комплексу на 500 номерів. По-третє, категорія земель – землі житлової та громадської забудови – відповідає громадському характеру майбутнього об'єкта, а класифікатор об'єкта в аукціонній документації відносить її до земель громадської забудови, які використовуються для розміщення громадських будівель і споруд, зокрема готелів, офісних і торговельних будівель.

Певною особливістю обраної ділянки є те, що її цільове призначення сформульоване як будівництво адміністративно-офісної будівлі з вбудованими комерційними та побутовими приміщеннями. Проте для проєкту бізнес-готелю 4* це не є концептуальною суперечністю, оскільки сам готель має виразну ділову функцію і поєднує номерний фонд, конференц-залу, адміністративні приміщення, ресторан, сервісні зони, побутові приміщення, комерційні послуги

та цифрову інфраструктуру. За своїм функціональним змістом такий об'єкт може бути розглянутий як багатофункціональний готельно-діловий комплекс. При реалізації проєкту остаточне функціональне використання ділянки має бути узгоджене через містобудівні умови та обмеження, які також наявні серед документів лота Prozorro. Продажі.

Важливим аргументом на користь обраної ділянки є її площа. Для бізнес-готелю на 500 номерів необхідно передбачити не лише будівлю, а й повний комплекс територіальних елементів: головний підхід, зону короткочасної посадки й висадки гостей, рампу до підземного паркінгу, службовий під'їзд, господарський двір, пожежні проїзди, пішохідні маршрути, озеленення та місця технічного обслуговування. Ділянка площею 15 375 м² дає змогу розмістити ці функції без надмірного ущільнення забудови.

1.2. Аналіз ринку наявних закладів гостинності та розрахунок туристичних потоків

Львів є одним із найбільш розвинених центрів туризму, ділової активності та готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Для проєктування бізнес-готелю 4* важливо враховувати, що попит у місті формується не лише класичними туристами, які приїжджають для відпочинку та огляду історичної спадщини, а й бізнес-гостями, учасниками конференцій, представниками релокованих компаній, ІТ-сектору, освітніх і культурних подій. За даними міської панелі Львова, у 2024 році місто в середньому прийняло 1,53 млн туристів за даними Львівської міської ради, а кількість готелів та аналогічних закладів розміщення становила 128 одиниць [34]. Це підтверджує достатню ємність ринку, але водночас свідчить про високу конкуренцію у сфері розміщення.

Особливістю сучасного туристичного потоку Львова є переважання внутрішніх відвідувачів. За даними щорічного опитування в'їзних відвідувачів Львова у 2024 році, проведеного Львівським туристичним офісом та Соціологічною лабораторією Українського католицького університету, 85%

опитаних гостей становили українці, а 15% – іноземці [36]. Метою подорожі найчастіше був відпочинок – 43,6%, однак частка гостей, які приїжджали з робочою метою, становила 19,7%, що є важливим показником саме для обґрунтування бізнес-готелю. Крім того, 37% гостей проживали саме в готелях, що підтверджує актуальність розвитку якісного номерного фонду [35].

Для деталізації конкурентного середовища доцільно розглянути заклади гостинності Львова, які за своїм форматом, набором послуг або інфраструктурою можуть частково конкурувати з проєктованим бізнес-готелем 4*. До аналізу включено готелі, що мають конференц-зали, ресторанне обслуговування, паркінг, SPA- або бізнес-інфраструктуру, тобто орієнтуються не лише на туристів, а й на ділових гостей, корпоративних клієнтів та учасників подій. Такий аналіз дозволяє визначити, які послуги вже представлені на ринку Львова, які конкурентні переваги мають наявні заклади та яку нішу може зайняти новий бізнес-готель із діджиталізованою моделлю обслуговування. Узагальнена характеристика основних конкурентів подана в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Заклади гостинності, що діють у м. Львові та формують конкурентне середовище для бізнес-готелю 4*

Назва закладу	Тип закладу	Основні послуги, що надаються	Додаткові послуги, що надаються	Інфраструктурна характеристика об'єкта
Premier Hotel Dnister	Готель бізнес-формату, 4*	Розміщення гостей, ресторанне обслуговування, організація ділових заходів	Конференц-сервіс, приватний паркінг, спеціальні умови для групового розміщення	Готель позиціонується як бізнес-готель у Львові; має конференц-зали, паркінг і зручне розташування поблизу центральної частини міста.
Taurus Hotel & SPA	Готельний комплекс із SPA та конференц-функцією	Розміщення гостей, сніданки, ресторан, SPA-послуги	4 конференц-зали, Event Hall, Banquet Hall, фітнес-зал, SPA-центр	Комплекс має 98 номерів, конференц-інфраструктуру та орієнтується як на відпочинок, так і на ділові події.

Продовження таблиці 1.1

Nota Bene Hotel & Restaurant	Готельно-ресторанний комплекс	Розміщення, ресторан, сніданки, паркінг	Конференц-сервіс, організація бізнес-зустрічей і корпоративних подій	Готель має 60 номерів, безкоштовний паркінг, ресторан і конференц-зали; розташований недалеко від вокзалу та центру.
LH Hotel & SPA	Готель із SPA, рестораном і конференц-залом	Розміщення, ресторан, SPA, басейн, спортивний клуб	Конференц-зал на 50 осіб, обладнання для подій, фітнес-інфраструктура	Заклад орієнтований на поєднання проживання, відпочинку, спорту та невеликих ділових заходів.
Ramada by Wyndham Lviv	Готель ділового та транзитного формату	Розміщення, ресторан, організація заходів	Конференц-центр, приміщення для переговорів, групове розміщення	Готель має конференц-простір, зали для 10–300 осіб, великий паркінг і орієнтацію на семінари, конференції та корпоративні події.
Conference Hotel Suputnyk	Конференц-готель	Розміщення, ресторанне обслуговування, проведення заходів	5 конференц-залів, технічне обладнання, простори для семінарів і тренінгів	Готель позиціонується як місце для бізнесу та відпочинку, має розвинену конференц-інфраструктуру.

Аналіз конкурентного середовища (табл.1.1) показує, що у Львові вже функціонують готелі, які частково орієнтовані на бізнес-аудиторію, конференц-сервіс, корпоративні заходи та групове розміщення. Водночас значна частина таких закладів розташована або в центральній частині міста, або біля транспортних вузлів, або на периферійних в'їздах до Львова. Це створює простір для нової концепції – бізнес-готелю 4* у ділово-транспортній зоні вул. Стрийської, поблизу LvivTech.City, де поєднуються офісна активність, транспортна доступність і потенціал для сучасної цифрової інфраструктури.

Проектований бізнес-готель має відрізнятись від конкурентів не лише категорією 4*, а й чітким позиціонуванням як діджиталізований бізнес-готель. Його конкурентними перевагами можуть бути self check-in/check-out, мобільний ключ, CRM/PMS-система, онлайн-бронювання конференц-залів, цифрове меню

ресторану, автоматизований room service, чат-бот для гостей, персоналізовані повідомлення, електронна оплата, інтеграція з мобільним застосунком. Саме така модель дозволяє не дублювати вже наявні готелі Львова, а зайняти окрему нішу на перетині бізнес-розміщення, конференц-сервісу та цифрового готельного обслуговування.

Туристичні потоки є важливим показником для оцінювання потенційного попиту на послуги бізнес-готелю, оскільки вони відображають кількість відвідувачів міста, інтенсивність переміщення туристів, структуру гостей та перспективну потребу в тимчасовому розміщенні. Для Львова цей показник має особливе значення, оскільки місто поєднує туристичну, ділову, освітню та подієву функції. Саме тому під час обґрунтування проєкту бізнес-готелю 4* необхідно врахувати не лише загальну кількість гостей міста, а й частку внутрішніх та іноземних відвідувачів, частку гостей, які прибувають із робочою метою, а також частку тих, хто користується саме готельним розміщенням.

Загальний туристичний потік розраховується за формулою:

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

де $N_{\text{в'їзд}}$ – кількість іноземних туристів;

$N_{\text{виїзд}}$ – кількість громадян, що виїхали за кордон;

$N_{\text{внутрішні}}$ – кількість внутрішніх туристів.

Оскільки в межах проєкту розглядається не виїзний туризм мешканців Львова, а потенційний попит на послуги розміщення у місті, формулу доцільно застосувати для приймаючої дестинації. У такому разі основну увагу зосереджено на двох складових: в'їзному іноземному потоці та внутрішньому туристичному потоці. Саме ці категорії гостей формують реальну місткість ринку для проєктованого бізнес-готелю.

За даними Львівської міської ради, у 2024 році Львів прийняв 1 530 000 туристів. За результатами щорічного опитування в'їзних відвідувачів Львова, проведеного Львівським туристичним офісом та Соціологічною лабораторією

Українського католицького університету, 85% гостей становили українці, а 15% – іноземці [35].

Розрахуємо кількість внутрішніх туристів:

$$N_{\text{внутрішні}} = 1\,530\,000 \times 0,85 = 1\,300\,500 \text{ осіб.}$$

Розрахуємо кількість іноземних туристів:

$$N_{\text{в'їзд}} = 1\,530\,000 \times 0,15 = 229\,500 \text{ осіб.}$$

Отже, загальний туристичний потік Львова за статистичним методом становить:

$$T = 229\,500 + 1\,300\,500 = 1\,530\,000 \text{ осіб.}$$

Проведений розрахунок показує, що туристичний потік Львова у 2024 році формувався переважно за рахунок внутрішніх відвідувачів. Водночас частка іноземних гостей також залишається важливою для готелю категорії 4*, оскільки саме цей сегмент частіше потребує якісного сервісу, зручної системи бронювання, англомовної комунікації, електронної оплати, конференц-послуг і зрозумілої цифрової взаємодії з готелем. Для проєктованого бізнес-готелю це має безпосереднє значення, оскільки його концепція передбачає поєднання комфортного проживання, ділової інфраструктури та діджиталізованого обслуговування.

Таблиця 1.2

Вихідні дані для розрахунку туристичного потоку м. Львова

Показник	Умовне позначення	Значення	Джерело / пояснення
Загальна кількість туристів у Львові за рік	T	1 530 000 осіб	Міська панель Львова, 2024 рік
Частка внутрішніх туристів	N _{внутрішні}	85%	Опитування гостей Львова, 2024 рік
Частка іноземних туристів	N _{в'їзд}	15%	Опитування гостей Львова, 2024 рік
Частка гостей, які приїхали з робочою метою	—	19,7%	Показник важливий для бізнес-готелю
Частка гостей, які проживали в готелях	—	37%	Визначає потенціал готельного попиту

Розрахуємо кількість внутрішніх туристів за формулою 1.1:

$$N_{\text{внутрішні}} = 1\,530\,000 \times 0,85 = 1\,300\,500 \text{ осіб}$$

Розрахуємо кількість іноземних туристів:

$$N_{\text{в'їзд}} = 1\,530\,000 \times 0,15 = 229\,500 \text{ осіб}$$

Тоді загальний туристичний потік за статистичним методом становить:

$$T = 229\,500 + 1\,300\,500 = 1\,530\,000 \text{ осіб}$$

Отже, розрахунок підтверджує, що туристичний потік Львова формується переважно за рахунок внутрішнього туризму, однак іноземний сегмент також має значення, особливо для готелю категорії 4*, який може орієнтуватися на ділових гостей, міжнародні делегації, консультантів, партнерів ІТ-компаній і учасників конференцій.

Оскільки 37% гостей Львова у 2024 році проживали саме в готелях [35], можемо оцінити кількість туристів, які формують попит на готельне розміщення:

$$N_{\text{гот}} = T \times 0,37 \quad (1.2)$$

$$N_{\text{гот}} = 1\,530\,000 \times 0,37 = 566\,100 \text{ осіб}$$

Отже, орієнтовна кількість гостей, які користуються готельним розміщенням у Львові, становить 566 100 осіб на рік.

Для бізнес-готелю особливо важливо оцінити частку гостей, які прибувають до міста з робочою метою. За даними опитування, таких гостей було 19,7%. Тоді кількість ділових відвідувачів становить:

$$N_{\text{діл}} = T \times 0,197 \quad (1.3)$$

$$N_{\text{діл}} = 1\,530\,000 \times 0,197 = 301\,410 \text{ осіб}$$

Якщо припустити, що частка готельного розміщення серед ділових гостей відповідає загальній структурі проживання, тобто 37%, тоді потенційна кількість бізнес-гостей, які можуть користуватися готелями, становить:

$$N_{\text{діл.гот}} = 301\,410 \times 0,37 = 111\,522 \text{ осіб}$$

Цей показник є важливим для обґрунтування доцільності проєктування бізнес-готелю 4*. Навіть якщо проєктований заклад залучатиме лише невелику частку цього потоку, ринок залишається достатнім для формування стабільного

завантаження номерного фонду, конференц-залів, ресторану та додаткових цифрових сервісів.

Для оцінювання реального навантаження на готельну інфраструктуру важливо враховувати не лише кількість туристів, які прибувають до міста, а й тривалість їхнього перебування. Саме тому доцільно розрахувати показник туристо-днів, який відображає сукупну кількість днів перебування гостей у дестинації. Цей показник є важливим для готельного бізнесу, оскільки дозволяє оцінити потенційну потребу в номерному фонді, ресторанному обслуговуванні, конференц-сервісі та додаткових послугах.

Розрахунок туристо-днів здійснюється за формулою:

$$TP = (T_{\text{прибуття}} - T_{\text{виїзд}}) \times k, \quad (1.4)$$

де $T_{\text{прибуття}}$ – кількість прибулих туристів;

$T_{\text{виїзд}}$ – кількість туристів, які виїхали;

k – коефіцієнт середньої тривалості перебування, днів.

У межах проекту бізнес-готелю 4* основний інтерес становить кількість гостей, які прибувають до Львова та залишаються в місті на певний період. Тому для розрахунку туристо-днів використовуємо загальний туристичний потік Львова за 2024 рік та середню тривалість перебування гостей у місті. Такий підхід дає змогу оцінити не тільки кількість відвідувачів, а й фактичний обсяг попиту на послуги тимчасового розміщення.

Для практичного розрахунку попиту на готельні послуги доцільно застосувати показник середньої тривалості перебування. За даними опитування гостей [36] Львова, середня тривалість перебування збільшилася порівняно з 2023 роком: для гостей загалом зазначено період 3–7 днів, а для іноземців–6–10 днів. Для обережного розрахунку приймаємо нижню межу: для внутрішніх туристів–3 дні, для іноземних туристів–6 днів.

Розрахунок туристо-днів для внутрішніх туристів здійснюємо за формулою: 1.4

$$TP_{\text{внутр}} = 1\,300\,500 \times 3 = 3\,901\,500 \text{ туристо-днів}$$

Розрахунок туристо-днів для іноземних туристів:

$$TR_{В'їзд} = 229\,500 \times 6 = 1\,377\,000 \text{ туристо-днів}$$

Загальна кількість туристо-днів:

$$TR_{заг} = 3\,901\,500 + 1\,377\,000 = 5\,278\,500 \text{ туристо-днів}$$

Середньозважена тривалість перебування становить:

$$k_{сер} = 5\,278\,500 / 1\,530\,000 = 3,45 \text{ дня}$$

Отже, загальний обсяг туристичного перебування у Львові можна оцінити приблизно у 5,28 млн туристо-днів на рік. Це значний показник для готельного ринку, оскільки саме туристо-дні відображають не просто кількість прибуттів, а реальну тривалість перебування гостей у місті та потенційну потребу в послугах розміщення, харчування, конференц-сервісу, транспорту, дозвілля і цифрового супроводу.

Оскільки 37% гостей проживають у готелях, орієнтовну кількість готельних туристо-днів можна визначити так:

$$TR_{гот} = 5\,278\,500 \times 0,37 = 1\,953\,045 \text{ туристо-днів}$$

Це означає, що готельний сектор Львова може обслуговувати близько 1,95 млн гостьових днів на рік. Для проєктованого бізнес-готелю 4* це підтверджує наявність достатньої ринкової бази, особливо якщо заклад буде орієнтований не на масовий бюджетний туризм, а на платоспроможних бізнес-гостей, корпоративні групи та учасників подій.

Для повнішої оцінки туристичного навантаження на місто доцільно зіставити кількість туристів із чисельністю постійного населення Львівської міської територіальної громади. Такий розрахунок дає змогу визначити, наскільки інтенсивним є туристичний потік відносно масштабів самої дестинації. Для готельного проєкту цей показник є важливим, оскільки він демонструє рівень зовнішнього попиту на міську інфраструктуру, зокрема на засоби розміщення, заклади ресторанного господарства, транспортні послуги, конференц-сервіс і додаткові туристичні послуги.

Коефіцієнт туристичної активності розраховується за формулою:

$$K_{активності} = \frac{N_{туристів}}{N_{населення}} \times 100\%, \quad (1.5)$$

де $N_{\text{туристів}}$ – кількість туристів у регіоні;

$N_{\text{населення}}$ – чисельність постійного населення у регіоні.

Для визначення коефіцієнта туристичної активності використовуємо кількість туристів, які відвідали Львів у 2024 році, – 1 530 000 осіб. Чисельність населення Львівської міської територіальної громади становить 780 804 особи. Підставивши ці дані у формулу (1.3), отримуємо:

$$K_{\text{активності}} = \frac{1\,530\,000}{780\,804} \times 100\% = 195,96\%.$$

Отже, коефіцієнт туристичної активності Львова становить 195,96%, або приблизно 196%. Це означає, що річний туристичний потік майже вдвічі перевищує чисельність постійного населення Львівської міської територіальної громади. Такий результат підтверджує високу інтенсивність туристичного й ділового відвідування міста, а також свідчить про значне навантаження на готельну, ресторанну, транспортну та сервісну інфраструктуру. Для проєктованого бізнес-готелю 4* цей показник є позитивним аргументом, оскільки він демонструє наявність стабільного зовнішнього попиту на якісні послуги розміщення, особливо в сегменті гостей, які приїжджають до Львова з робочою, подієвою або корпоративною метою.

Таблиця 1.3

Узагальнення розрахунку туристичних потоків м. Львова

Показник	Формула / спосіб розрахунку	Розрахунок	Значення
Загальний туристичний потік	T	–	1 530 000 осіб
Внутрішні туристи	$1\,530\,000 \times 0,85$	1 300 500	1 300 500 осіб
Іноземні туристи	$1\,530\,000 \times 0,15$	229 500	229 500 осіб
Гості, які проживають у готелях	$1\,530\,000 \times 0,37$	566 100	566 100 осіб
Ділові гості	$1\,530\,000 \times 0,197$	301 410	301 410 осіб
Потенційні ділові гості готелів	$301\,410 \times 0,37$	111 522	111 522 осіб
Туристо-дні внутрішніх туристів	$1\,300\,500 \times 3$	3 901 500	3 901 500 туристо-днів

Продовження таблиці 1.3

Туристо-дні іноземних туристів	$229\,500 \times 6$	1 377 000	1 377 000 туристо-днів
Загальна кількість туристо-днів	$3\,901\,500 + 1\,377\,000$	5 278 500	5 278 500 туристо-днів
Готельні туристо-дні	$5\,278\,500 \times 0,37$	1 953 045	1 953 045 туристо-днів
Коефіцієнт туристичної активності	$1\,530\,000 / 780\,804 \times 100\%$	195,96	196%

Проведені розрахунки свідчать, що Львів має достатньо потужний туристичний і діловий потік для обґрунтування нового бізнес-готелю 4*. На ринку вже працює значна кількість готелів і конференц-готелів, однак більшість із них або орієнтована на центральну туристичну частину міста, або поєднує бізнес-функцію з відпочинковим, SPA чи транзитним форматом. Натомість у районі вул. Стрийської, поблизу LvivTech.City, можна сформувати спеціалізований бізнес-готель нового типу—із цифровим обслуговуванням, конференц-інфраструктурою, коворкінгом, швидким заселенням, мобільним доступом до номера, онлайн-комунікацією з гостем і сервісами для корпоративних клієнтів.

Таким чином, ринок закладів гостинності Львова є конкурентним, але не перенасиченим саме у сегменті діджиталізованих бізнес-готелів 4*, розташованих не в історичному центрі, а в ділово-транспортній зоні міста. Це створює передумови для проектування закладу, який відповідатиме сучасним потребам бізнес-туризму, корпоративного розміщення, подієвого туризму та цифрового сервісу.

1.3. Аналіз переваг та ризиків при проектуванні бізнес-готелю 4*.

Аналіз переваг та ризиків проектування бізнес-готелю 4* є необхідним етапом обґрунтування доцільності відкриття закладу гостинності у вибраній локації. У попередніх підрозділах було визначено, що оптимальним місцем

розміщення проєктованого готелю є м. Львів, Франківський район, ділово-транспортна зона вул. Стрийської поблизу LvivTech.City.

Значущим підтвердженням активності готельного ринку є також туристичний збір. У 2024 році туристичний збір у Львівській області становив 47,1 млн грн, що було рекордним показником для області. Це означає, що, попри воєнні ризики та загальну нестабільність, сфера розміщення у Львівському регіоні зберігає фінансову активність і здатність генерувати доходи для місцевих бюджетів.

Для оцінювання конкурентного середовища готельного ринку Львова доцільно визначити коефіцієнт насиченості ринку. Цей показник дає змогу встановити співвідношення між кількістю наявних готелів та аналогічних закладів розміщення і загальним туристичним потоком міста. Для проєктованого бізнес-готелю 4* такий розрахунок є важливим, оскільки він показує, наскільки активно вже представлений готельний сектор у Львові та чи зберігається потенціал для входження нового закладу на ринок.

Коефіцієнт насиченості ринку розраховується за формулою:

$$K_n = \frac{N}{P}, \quad (1.6)$$

де K_n – коефіцієнт насиченості ринку;

N – кількість готелів та аналогічних закладів розміщення;

P – туристичний потік, осіб на рік.

Для розрахунку використано кількість готелів та аналогічних закладів розміщення у Львові, яка становить 128 одиниць, а також загальний туристичний потік міста за 2024 рік – 1 530 000 осіб. Підставивши ці дані у формулу (1.4), отримуємо:

$$K_n = \frac{128}{1\,530\,000} = 0,0000837.$$

Оскільки отримане значення є малим за абсолютною величиною, для зручнішої інтерпретації його доцільно подати в перерахунку на 100 тис. туристів:

$$K_{n100} = 0,0000837 \times 100\,000 = 8,37.$$

Отже, у Львові на 100 тис. туристів припадає приблизно 8,37 готелів та аналогічних закладів розміщення. Це свідчить про сформоване конкурентне середовище, однак не вказує на повне насичення ринку. Для проєктованого бізнес-готелю 4* це означає, що вихід на ринок є доцільним за умови чіткого позиціонування закладу, орієнтації на ділову аудиторію, розвитку конференц-сервісу та впровадження цифрової моделі обслуговування гостей. Таке значення з одного боку, свідчить про наявність конкуренції; з іншого – про те, що ринок залишається достатньо містким, особливо для спеціалізованого формату бізнес-готелю 4* із діджиталізованим сервісом, конференц-просторами та орієнтацією на корпоративних гостей.

Таблиця 1.4

Основні переваги проєктування бізнес-готелю 4* у ділово-транспортній зоні вул. Стрийської у Львові

Група переваг	Зміст переваги	Значення для проєкту бізнес-готелю 4*
Локаційні переваги	Розміщення не в перевантаженому історичному центрі, а в ділово-транспортній зоні міста	Дає змогу організувати зручний під'їзд, паркінг, службову зону, конференц-інфраструктуру
Ділове середовище	Близькість до LvivTech.City, офісних центрів, бізнес-кластерів, навчальних і сервісних об'єктів	Формує стабільну аудиторію бізнес-гостей, учасників подій, консультантів, IT-фахівців
Транспортна доступність	Наявність зручних міських магістралей, доступ до громадського транспорту й основних напрямків міста	Забезпечує швидкий доїзд до центру, вокзалу, офісних зон і виїздів із міста
Можливість сучасного планування	У порівнянні з історичним центром є більше можливостей для раціональної організації території	Дозволяє передбачити підземний паркінг, окремі входи, господарський двір, озеленення
Цифрова концепція	Орієнтація на self check-in/check-out, мобільний ключ, PMS/CRM, цифрове меню, чат-бот	Підвищує швидкість сервісу, зменшує навантаження на персонал, формує сучасний імідж

Продовження таблиці 1.4

Конференц-функція	Можливість передбачити переговорні кімнати, конференц-зали, коворкінг, бізнес-лаунж	Дає додаткові джерела доходу не лише від проживання, а й від ділових заходів
Цільова аудиторія	Бізнес-туристи, корпоративні клієнти, ІТ-компанії, учасники тренінгів і конференцій	Дозволяє сформувати чітке позиціонування і не конкурувати напряду з туристичними готелями центру
Категорія 4*	Вища якість номерного фонду, сервісу, харчування, технічного оснащення	Дає змогу працювати із платоспроможним сегментом гостей

Для узагальнення переваг проєктування бізнес-готелю 4* у районі вул. Стрийської доцільно виконати інтегральну бальну оцінку. Вона дає змогу не лише описати переваги локації словами, а й кількісно порівняти основні чинники, які впливають на доцільність реалізації проєкту. До таких чинників належать вигідність розташування, наявність бізнес-аудиторії, транспортна доступність, потенціал діджиталізації послуг, можливість організації паркінгу, конференц-сервісу та формування окремого бренду бізнес-готелю. Кожному критерію надано вагу залежно від його значущості для майбутнього готелю, а також бальну оцінку від 0 до 10, де 0 означає повну відсутність переваги, а 10 – максимально сприятливий вплив на проєкт.

Інтегральний коефіцієнт переваг проєкту розраховується за формулою:

$$K_{\Pi} = \frac{\sum(w_i \times b_i)}{\sum w_i}, \quad (1.7)$$

де K_{Π} – інтегральний коефіцієнт переваг проєкту;

w_i – вага і-го критерію;

b_i – бальна оцінка і-го критерію від 0 до 10.

Для розрахунку було обрано критерії, які безпосередньо впливають на майбутню роботу бізнес-готелю 4*. Вони відображають не загальну привабливість Львова як туристичного міста, а саме практичну придатність

обраної локації для будівництва ділового готелю з цифровими сервісами. Результати бальної оцінки наведено в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

Бальна оцінка переваг проєктування бізнес-готелю 4*

Критерій оцінювання	Вага критерію, w_i	Бал, b_i	Зважене значення, $w_i \times b_i$
Вигідність локації у ділово-транспортній зоні	0,20	9	1,80
Наявність бізнес-аудиторії	0,15	8	1,20
Транспортна доступність	0,15	8	1,20
Потенціал діджиталізації послуг	0,15	9	1,35
Відмінність від готелів історичного центру	0,10	8	0,80
Можливість організації паркінгу та службових під'їздів	0,10	7	0,70
Потенціал конференц-сервісу	0,10	8	0,80
Перспектива формування бренду бізнес-готелю	0,05	7	0,35
Разом	1,00	—	8,20

Найбільшу вагу в таблиці 1.5 надано критерію вигідності локації у ділово-транспортній зоні, оскільки саме місце розташування визначає доступність готелю для бізнес-гостей, корпоративних клієнтів, учасників конференцій і короткострокових ділових поїздок. Цей критерій оцінено у 9 балів, оскільки район вул. Стрийської поблизу LvivTech.City має чітко виражену ділову функцію, транспортну доступність і перспективу подальшого розвитку. Максимальна оцінка не була поставлена, тому що остаточна ефективність локації залежатиме від конкретної ділянки, під'їздів, організації паркінгу та містобудівних обмежень.

Наявність бізнес-аудиторії оцінено у 8 балів. Такий бал пояснюється тим, що поруч із вибраною локацією формується офісне, інноваційне та підприємницьке середовище. Потенційними клієнтами готелю можуть бути представники ІТ-компаній, менеджери, консультанти, інвестори, учасники тренінгів, конференцій і корпоративних заходів. Водночас ця аудиторія не є автоматично гарантованою: для її залучення необхідні корпоративні договори, активне просування, якісний сервіс і конкурентна цінова політика.

Транспортна доступність також отримала 8 балів, оскільки вул. Стрийська забезпечує зв'язок із центральною частиною Львова, іншими районами міста, вокзалом, виїздами з міста та громадським транспортом. Для бізнес-готелю це важливо, адже гості часто мають обмежений час і потребують швидкого переміщення між готелем, офісами, конференційними локаціями та транспортними вузлами. Оцінка не є максимальною через можливе транспортне навантаження у години пік.

Потенціал діджиталізації послуг оцінено у 9 балів, оскільки обрана концепція бізнес-готелю безпосередньо передбачає впровадження цифрових сервісів: онлайн-бронювання, self check-in/check-out, мобільного ключа, електронної оплати, цифрового меню, онлайн-замовлення room service, чат-бота, CRM- і PMS-систем. Для бізнес-аудиторії такі рішення мають особливу цінність, бо скорочують час обслуговування, зменшують черги на рецепції та підвищують керованість перебування гостя. Максимальна оцінка не поставлена через залежність цифрових сервісів від стабільного інтернету, електропостачання, кіберзахисту та технічної підтримки.

Відмінність від готелів історичного центру оцінено у 8 балів. Проектований готель не дублює формат туристичних або бутик-готелів центральної частини міста, а орієнтується на діловий сегмент, конференц-сервіс і цифрову модель обслуговування. Це дозволяє сформувати окрему ринкову нішу. Разом з тим конкуренція з уже відомими готелями Львова все одно зберігатиметься, особливо у сегменті 4*.

Можливість організації паркінгу та службових під'їздів оцінено у 7 балів. Для бізнес-готелю це важлива перевага, оскільки частина гостей користуватиметься власними автомобілями, таксі, трансфером або корпоративним транспортом. Однак реалізація цієї переваги залежить від площі ділянки, архітектурного рішення, можливості облаштування підземного паркінгу та організації окремих гостьових і господарських потоків.

Потенціал конференц-сервісу оцінено у 8 балів. Бізнес-готель у вибраній локації може пропонувати конференц-зали, переговорні кімнати, коворкінг-зону,

приміщення для онлайн-зустрічей і корпоративні пакети. Це створює додаткові джерела доходу, не пов'язані лише з проживанням. Водночас ефективність конференц-сервісу залежатиме від місткості залів, технічного оснащення, цінової політики та здатності готелю залучати корпоративних клієнтів.

Перспективу формування бренду бізнес-готелю оцінено у 7 балів. Локація біля LvivTech.City і цифрова концепція дають змогу створити сучасний образ готелю для ділових гостей. Проте бренд не виникає автоматично після відкриття закладу: його потрібно формувати через стабільну якість сервісу, маркетингову комунікацію, позитивні відгуки, партнерства з компаніями та впізнавану концепцію.

Підставивши зважене значення критеріїв у формулу (1.5), отримаємо:

$$K_{\pi} = \frac{8,20}{1,00} = 8,20.$$

Отриманий інтегральний коефіцієнт переваг становить 8,20 бала з 10, що свідчить про високий потенціал проєкту. Найбільш сильними чинниками є локація у ділово-транспортній зоні, цифрова концепція, транспортна доступність і наявність бізнес-аудиторії. Саме ці параметри мають найбільше значення для майбутнього бізнес-готелю 4*, оскільки вони впливають на попит, формат обслуговування, структуру послуг і конкурентне позиціонування закладу.

Водночас високий рівень переваг не усуває потреби в оцінюванні ризиків. Будівництво та подальша експлуатація бізнес-готелю 4* пов'язані зі значними капітальними вкладеннями, залежністю від ділового й туристичного попиту, конкуренцією, безпековою ситуацією, роботою цифрових систем, кадровим забезпеченням та стабільністю інженерної інфраструктури. Тому наступним етапом є оцінювання ризиків проєкту. Для цього використовується показник рівня ризику, який визначається як добуток імовірності його виникнення та сили впливу на проєкт за формулою (1.6).

До ключових ризиків належать: зниження туристичного чи ділового потоку через безпекову ситуацію; зростання вартості будівельних матеріалів; складність отримання містобудівних умов та обмежень; конкуренція з наявними готелями;

нестача кваліфікованого персоналу; перебої з електроенергією або інтернетом; кіберризики, пов'язані з цифровими сервісами; репутаційні ризики у разі збоїв у роботі мобільного застосунку, бронювання чи електронних ключів.

Для систематизації ризиків доцільно використати формулу ризикової оцінки:

$$R_i = P_i \times S_i \quad (1.8)$$

де R_i – рівень і-го ризику;

P_i – імовірність виникнення ризику за шкалою від 1 до 5;

S_i – сила впливу ризику за шкалою від 1 до 5.

Для загальної оцінки ризиковості проєкту використаємо інтегральний індекс ризику:

$$I_p = \frac{\sum(w_i \times R_i)}{25} \quad (1.9)$$

де I_p – інтегральний індекс ризику;

w_i – вага ризику;

R_i – рівень ризику;

25 – максимальне значення ризику за шкалою 5×5 .

Для того щоб оцінка переваг проєкту не була лише описовою, основні чинники доцільності розміщення бізнес-готелю 4* у районі вул. Стрийської узагальнено у вигляді бальної оцінки. У таблиці 1.5 наведено критерії, що характеризують практичну придатність обраної локації для бізнес-готелю: транспортну доступність, наявність ділової аудиторії, можливість упровадження цифрових сервісів, організацію паркінгу, розвиток конференц-сервісу та перспективу формування окремого бренду закладу.

Розрахунок інтегрального індексу ризику:

$$I_p = \frac{13,92}{25} = 0,557$$

Отриманий індекс ризику становить 0,557, тобто приблизно 55,7% від максимального рівня. Це відповідає середньому рівню ризиковості. Проєкт не

Таблиця 1.6

Оцінка ризиків при проєктуванні бізнес-готелю 4*

Ризик	Вага w_i	Імовірність P_i	Вплив S_i	Рівень ризиків $R_i = P_i \times S_i$	Зважений ризик
Безпекові ризики воєнного часу	0,16	4	5	20	3,20
Коливання туристичного й ділового попиту	0,12	3	4	12	1,44
Конкуренція з наявними готелями	0,10	4	3	12	1,20
Зростання вартості будівництва	0,12	4	4	16	1,92
Містобудівні та дозвільні обмеження	0,08	3	4	12	0,96
Дефіцит кваліфікованого персоналу	0,08	3	3	9	0,72
Збої цифрових сервісів	0,10	3	4	12	1,20
Перебої з електроенергією та інтернетом	0,10	4	4	16	1,60
Фінансові ризики та вартість кредитних ресурсів	0,08	3	4	12	0,96
Репутаційні та кіберризики	0,06	3	4	12	0,72
Разом	1,00	—	—	—	13,92

можна вважати низькоризиковим, оскільки він реалізується у складних економічних і безпекових умовах. Водночас ризик не є критичним, якщо на етапі проєктування передбачити заходи мінімізації: укриття або безпечні приміщення для гостей, резервне електроживлення, стабільні інтернет-канали, кіберзахист, страхування, гнучку цінову політику, корпоративні договори, професійне управління та поетапне впровадження цифрових рішень.

Окремо необхідно врахувати поправку на безпековий фактор для оцінки привабливості дестинації:

$$K'_{\text{пр}} = K_{\text{пр}} \times S \quad (1.10)$$

де $K'_{\text{пр}}$ – коефіцієнт привабливості з урахуванням безпеки;

$K_{\text{пр}}$ – базовий коефіцієнт привабливості;

S – коефіцієнт безпеки від 0 до 1.

За умов воєнного часу для Львова доцільно застосувати не максимальний коефіцієнт безпеки, а коефіцієнт 0,6, що відповідає ситуації часткових обмежень. Якщо базовий інтегральний показник переваг проєкту становить 8,20 бали, то скориговане значення буде таким:

$$K'_{\text{п}} = 8,20 \times 0,6 = 4,92$$

Цей результат не означає, що проєкт є недоцільним. Він показує, що навіть за високої комерційної та локаційної привабливості безпековий фактор суттєво знижує загальну оцінку інвестиційної комфортності. Саме тому в проєкті бізнес-готелю 4* необхідно передбачити безпекові рішення: доступне укриття або захищене приміщення, інформування гостей під час повітряних тривог, резервне освітлення, автономне живлення критичних систем, дублювання інтернет-зв'язку, інструкції для персоналу та гостей, а також інтеграцію безпекових повідомлень у мобільний застосунок готелю.

Після визначення основних ризиків проєкту важливо не обмежуватися лише їх констатацією, а встановити можливі способи зменшення їхнього впливу на майбутню діяльність готелю. Саме тому для кожної групи ризиків визначено потенційний прояв і практичні заходи мінімізації, які доцільно врахувати під час подальшого проєктування та організації роботи закладу. Узагальнення таких заходів наведено в таблиці 1.7.

Наступним етапом аналізу є визначення сильних і слабких сторін проєктованого бізнес-готелю 4*. Такий аналіз дозволяє оцінити внутрішній потенціал майбутнього підприємства ще до початку його функціонування: наскільки раціонально може бути побудована організаційна структура, які переваги дає нове будівництво, які обмеження виникають через високу вартість

проекту, цифровізацію сервісу, потребу в кваліфікованому персоналі та конкуренцію на готельному ринку Львова.

Таблиця 1.7

Заходи з мінімізації основних ризиків проекту

Група ризиків	Потенційний прояв	Заходи мінімізації
Безпекові ризики	Повітряні тривоги, обмеження пересування, підвищена тривожність гостей	Наявність укриття, інструктаж персоналу, цифрове інформування гостей, резервне освітлення
Енергетичні ризики	Відключення електроенергії, збої в роботі ліфтів, рецепції, електронних ключів	Генератор, акумуляторні системи, резервне живлення серверів, механічний аварійний доступ
Цифрові ризики	Збої PMS/CRM, мобільного ключа, онлайн-бронювання, чат-бота	Резервні сценарії заселення, технічна підтримка, регулярне оновлення програмного забезпечення
Кіберризики	Витік персональних даних, атаки на платіжні або бронювальні системи	Захист персональних даних, двофакторна автентифікація, резервне копіювання, кіберстрахування
Фінансові ризики	Зростання вартості будівництва, кредитів, обладнання	Поетапна реалізація, резервний бюджет, фіксація цін у договорах, контроль кошторису
Ринкові ризики	Нестабільний попит, сезонність, конкуренція	Корпоративні договори, програми лояльності, конференц-пакети, гнучке ціноутворення
Кадрові ризики	Нестача кваліфікованого персоналу	Навчання персоналу, стандарти сервісу, мотиваційна система, цифрові інструкції
Репутаційні ризики	Негативні відгуки через сервісні помилки	Контроль якості, швидке реагування на скарги, CRM-аналітика, персоналізація сервісу

Оскільки бізнес-готель поєднуватиме номерний фонд, ресторан, конференц-сервіс, коворкінг, цифрові інструменти обслуговування та адміністративно-господарські процеси, його внутрішні переваги й недоліки доцільно розглянути за основними функціональними напрямками. Результати такого аналізу подано в таблиці 1.8.

Таблиця 1.8

Сильні та слабкі сторони проєктованого бізнес-готелю 4*

№	Фактор	Сильна сторона (+)	Слабка сторона (-)
1	Організаційна структура	Можливість одразу закласти сучасну структуру управління: готельний блок, ресторан, конференц-сервіс, IT-супровід, маркетинг	На старті потрібне формування команди з нуля та налагодження взаємодії між службами
2	Правові ресурси	Проект можна одразу адаптувати до чинних будівельних, санітарних, пожежних і сервісних вимог	Потрібні містобудівні умови, дозволи, погодження, перевірка цільового призначення ділянки
3	Виробничі потужності	Можливість спроектувати номерний фонд, ресторан, конференц-зали, коворкінг і паркінг як єдину систему	Висока вартість будівництва та оснащення готелю категорії 4*
4	Технологічні потужності	Діджиталізація сервісу: PMS, CRM, мобільний ключ, self check-in, цифрове меню, чат-бот	Залежність якості сервісу від стабільності програмного забезпечення, інтернету й електропостачання
5	Фінансові ресурси	Можливість формування кількох джерел доходу: проживання, ресторан, конференц-сервіс, coworking, корпоративні пакети	Значні первинні інвестиції та тривалий строк окупності
6	Система менеджменту	Можливість запровадити стандарти 4*, KPI персоналу, цифрову аналітику, контроль якості	Потреба в досвідченому керівництві та постійному навчанні персоналу
7	Система маркетингу	Чітка ніша: цифровізований бізнес-готель біля LvivTech.City, орієнтований на корпоративних клієнтів	Необхідність активного просування, формування бренду та конкуренції з відомими готелями Львова

На основі виявлених сильних і слабких сторін можна сформувати SWOT-аналіз підприємства (табл. 1.9). Він дозволяє поєднати внутрішні характеристики проєкту із зовнішніми можливостями й загрозами ринку.

Таблиця 1.9

SWOT-аналіз проєктованого бізнес-готелю 4*

Сильні сторони	Слабкі сторони
Вигідне розташування у ділово-транспортній зоні Львова	Висока вартість реалізації проєкту категорії 4*
Близькість до LvivTech.City та офісної інфраструктури	Необхідність значних інвестицій у цифрову інфраструктуру
Чітке позиціонування як бізнес-готелю	Залежність від корпоративного й ділового попиту
Можливість поєднання проживання, конференц-сервісу, ресторану й coworking-зони	Потреба у висококваліфікованому персоналі
Діджиталізація послуг і швидке обслуговування гостей	Ризик технічних збоїв цифрових сервісів
Можливість організації паркінгу та службових під'їздів	Необхідність ретельного юридичного й містобудівного погодження
Можливості розвитку	Загрози
Зростання попиту на бізнес-подорожі, конференції, корпоративні події	Безпекові ризики воєнного часу
Розвиток IT-сектору, офісних просторів і релокованого бізнесу у Львові	Коливання туристичного потоку й купівельної спроможності
Укладання корпоративних договорів із компаніями	Конкуренція з наявними готелями 4* і конференц-готелями
Впровадження мобільного застосунку, CRM і персоналізованого сервісу	Зростання цін на будівельні матеріали, обладнання й енергоресурси
Розвиток конференц-пакетів і бізнес-сервісів	Перебої електропостачання та інтернету
Формування іміджу сучасного цифрового готелю	Кіберзагрози та ризики витоку персональних даних

Проведений аналіз показує, що проєкт бізнес-готелю 4* у районі вул. Стрийської у Львові має високий потенціал, але потребує обережного управління ризиками. Найбільші переваги пов'язані з діловою локацією, можливістю сформувати сучасний формат готелю, попитом з боку бізнес-аудиторії та впровадженням цифрових сервісів. Саме діджиталізація може стати ключовою конкурентною перевагою, оскільки вона забезпечує швидкість, зручність, персоналізацію і прозорість обслуговування.

Водночас найсерйозніші ризики пов'язані з безпековою ситуацією, інвестиційною вартістю будівництва, конкуренцією, технічними збоями цифрових систем і нестабільністю зовнішнього середовища. Тому під час

подальшого проєктування необхідно передбачити не лише архітектурні та сервісні рішення, а й систему управління ризиками: резервне живлення, кіберзахист, альтернативні сценарії заселення, антикризові протоколи, корпоративну клієнтську базу, гнучку тарифну політику та постійний моніторинг якості послуг.

Отже, переваги проєктування бізнес-готелю 4* у вибраній локації переважають ризики за умови якісного управління, продуманого фінансового планування та впровадження технологічно надійної цифрової інфраструктури. Проєкт доцільно розвивати як сучасний бізнес-готель нового формату, у якому готельне розміщення поєднується з конференц-сервісом, коворкінгом, ресторанним обслуговуванням і повністю діджиталізованою моделлю взаємодії з гостем.

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ 4* ТА ПЛАН НАДАННЯ ПОСЛУГ

2.1. Концепція закладу

Основна концепція закладу полягає у поєднанні готельного розміщення, ділового сервісу та цифрових технологій обслуговування. Готель розрахований на 500 номерів і має 9 поверхів. У його складі передбачено конференц-залу, підземний паркінг, тренажерну залу, ресторан, лобі-зону, адміністративні, технічні та сервісні приміщення. Такий формат дає змогу обслуговувати як індивідуальних гостей, так і організовані корпоративні групи.

Таблиця 2.1

Загальна характеристика концепції бізнес-готелю 4*

Показник	Характеристика
Тип закладу	Бізнес-готель
Категорія	4*
Місце розташування	м. Львів, район вул. Стрийської, поблизу LvivTech.City
Номерний фонд	500 номерів
Поверховість	9 поверхів
Цільова аудиторія	Бізнес-туристи, корпоративні клієнти, учасники конференцій, представники ІТ-компаній, відряджені фахівці
Основні об'єкти	Номерний фонд, ресторан, конференц-зала, підземний паркінг, тренажерна зала
Ключова особливість	Діджиталізація надання послуг

Вибрана концепція відповідає потребам ділових гостей, для яких важливими є швидке поселення, стабільний інтернет, можливість працювати в номері або громадських просторах, наявність конференц-сервісу, паркінгу та якісного харчування. Тому готель проєктується не лише як місце тимчасового проживання, а як багатофункціональний простір для роботи, зустрічей, відпочинку й корпоративних подій.

Ключовою складовою концепції є діджиталізація сервісу. У готелі передбачається онлайн-бронювання, self check-in/check-out, мобільний ключ, електронна оплата, цифрове меню, онлайн-замовлення room service, чат-бот для гостей, CRM-система для роботи з гостями та PMS-система для управління номерним фондом. Це скорочує час обслуговування, зменшує навантаження на рецепцію та підвищує зручність перебування гостей.

Конференц-зала забезпечує можливість проведення ділових зустрічей, семінарів, тренінгів, презентацій, форумів і корпоративних заходів. Додатково передбачаються кавові перерви, бізнес-ланчі, технічний супровід, мультимедійне обладнання та пакетні пропозиції для компаній.

Ресторан орієнтується на сніданки, бізнес-ланчі, вечері, обслуговування конференцій і room service. Меню формується з урахуванням потреб ділових гостей: швидкої подачі, збалансованих страв, попереднього замовлення, цифрового меню та варіантів для гостей із різними харчовими потребами.

Підземний паркінг забезпечує зручність для гостей, які прибувають власним транспортом, таксі або корпоративними автомобілями, а також виконує безпекову функцію. Під час повітряних тривог він може використовуватися як найпростіше укриття для гостей і персоналу. Для цього передбачаються навігація до підземного рівня, аварійне освітлення, резервне електроживлення, вентиляція, місця для тимчасового перебування, запас питної води, аптечки, засоби зв'язку та інформаційні показники.

Тренажерна зала підвищує рівень комфортності готелю та дає змогу гостям підтримувати звичний режим фізичної активності під час ділової поїздки.

Отже, концепція бізнес-готелю 4* передбачає створення сучасного комплексу на 500 номерів, який поєднує проживання, ділову інфраструктуру, ресторанне обслуговування, паркінг-укриття, тренажерну залу та цифрові сервіси. Основна конкурентна перевага закладу полягає у поєднанні комфорту, бізнес-орієнтації та діджиталізованої моделі обслуговування.

2.2. Характеристика основних і додаткових послуг, що плануються у бізнес-готелі 4*

Проектований бізнес-готель 4* на 500 номерів орієнтований на гостей, які прибувають до Львова з діловою, корпоративною, освітньою або подієвою метою. Тому структура послуг має забезпечувати не лише комфортне проживання, а й повний супровід ділової поїздки: швидке бронювання, зручне поселення, якісне харчування, можливість проведення зустрічей і конференцій, доступ до цифрових сервісів, паркінгу та простору для відпочинку.

Основні послуги формують базовий готельний продукт і входять до стандарту обслуговування закладу категорії 4*. Додаткові послуги розширюють функціональні можливості готелю, підвищують його конкурентоспроможність і створюють додаткові джерела доходу. Особливістю проєктованого готелю є те, що значна частина сервісів буде реалізована через цифрові інструменти: онлайн-бронювання, мобільний ключ, електронну оплату, чат-бот, цифрове меню та PMS/CRM-системи.

Таблиця 2.2

Основні послуги бізнес-готелю 4*

Група послуг	Зміст послуги	Значення для гостя
Розміщення	Надання номерів різних категорій, щоденне прибирання, заміна рушників і білизни	Забезпечує базову потребу гостя у комфортному проживанні
Бронювання	Онлайн-бронювання через сайт, мобільний застосунок, телефон або корпоративний кабінет	Дає змогу швидко забронювати номер і додаткові послуги
Поселення і виселення	Класичне поселення на рецепції та self check-in/check-out	Скорочує час очікування та підвищує зручність обслуговування
Харчування	Сніданки, ресторанне обслуговування, бізнес-ланчі	Забезпечує потреби гостей у щоденному харчуванні
Інтернет і робочі умови	Швидкісний Wi-Fi, робоче місце в номері, доступ до цифрових сервісів	Дає змогу гостям працювати безпосередньо в готелі
Безпека	Відеоспостереження, електронні замки, контроль доступу, протипожежна система	Забезпечує безпечне перебування гостей
Інформаційний сервіс	Консультації рецепції, цифровий довідник гостя, чат-бот	Допомагає швидко отримати інформацію про послуги готелю

Додаткові послуги формують розширений сервісний пакет і мають особливе значення для бізнес-готелю. Вони дозволяють не обмежуватися лише проживанням, а створити повноцінний простір для роботи, переговорів, ділових подій, відпочинку та обслуговування корпоративних клієнтів. Перелік додаткових послуг подано в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Додаткові послуги бізнес-готелю 4*

Група додаткових послуг	Зміст послуги	Форма надання
Конференц-сервіс	Оренда конференц-зали, технічний супровід, мультимедійне обладнання	За попереднім бронюванням
Переговорні послуги	Кімнати для зустрічей, онлайн-наради, відеоконференції	Погодинна або пакетна оплата
Підземний паркінг	Паркування для гостей, корпоративного транспорту, таксі та трансферу	Подобова або погодинна оплата
Тренажерна зала	Доступ до спортивного обладнання для гостей готелю	Включено або за тарифом
Room service	Замовлення страв і напоїв у номер	Через цифрове меню або рецепцію
Пральня і хімчистка	Прання, прасування, догляд за одягом	За окремим тарифом
Трансфер	Доставка гостей до вокзалу, аеропорту, бізнес-центрів	За попереднім замовленням
Бізнес-послуги	Друк, сканування, копіювання документів, оренда техніки	На рецепції або в бізнес-зоні
Цифровий супровід	Чат-бот, мобільний ключ, електронна оплата, онлайн-замовлення послуг	Через сайт або мобільний застосунок

Для обґрунтування плану послуг необхідно визначити потенційний попит на готельний продукт. Оскільки бізнес-готель працюватиме у Львові, за основу беремо попередньо визначені показники туристичного потоку: кількість гостей, які користуються готельним розміщенням, становить 566 100 осіб на рік, а середня тривалість перебування – 3,45 доби. Середню вартість номеро-доби для готелю категорії 4* приймаємо на рівні 3600 грн.

Місткість ринку готельних послуг у вартісному вимірі визначаємо за формулою:

$$M_g = T_{\text{гот}} \times L \times C, \quad (2.1)$$

де M_g – місткість ринку готельних послуг, грн;

$T_{\text{гот}}$ – кількість гостей, які користуються готельним розміщенням, осіб;

L – середня тривалість перебування, діб;

C – середня ціна номеро-добы, грн.

Підставивши вихідні дані у формулу (2.1), отримаємо:

$$M_g = 566\,100 \times 3,45 \times 3600 = 7\,030\,962\,000 \text{ грн.}$$

Орієнтовна місткість ринку готельного проживання у Львові становить 7,03 млрд грн на рік. Це свідчить про значний потенціал ринку, однак проєктований готель не може охопити весь попит. Для реалістичного розрахунку приймаємо частку охоплення ринку на рівні 6%, що відповідає великому бізнес-готелю на 500 номерів із конференц-сервісом і цифровою моделлю обслуговування.

Прогнозований обсяг попиту на послуги проєктованого готелю визначаємо за формулою:

$$D = M_g \times k_{\text{ох}}, \quad (2.2)$$

де D – прогнозований обсяг попиту на послуги готелю, грн;

M_g – місткість ринку готельних послуг, грн;

$k_{\text{ох}}$ – коефіцієнт охоплення ринку.

$$D = 7\,030\,962\,000 \times 0,06 = 421\,857\,720 \text{ грн.}$$

Отже, прогнозований обсяг попиту, який може бути орієнтиром для проєктованого бізнес-готелю, становить 421,86 млн грн на рік.

Для перевірки доцільності номерного фонду розрахуємо прогнозований попит у номеро-добах. Для цього використовуємо загальну кількість готельних туристо-днів і прийняту частку охоплення ринку:

$$D_{\text{н}} = T_{\text{гот,дні}} \times k_{\text{ох}}, \quad (2.3)$$

де $D_{\text{н}}$ – прогнозований попит у номеро-добах;

$T_{\text{гот.дні}}$ – кількість готельних туристо-днів;

$k_{\text{ох}}$ – коефіцієнт охоплення ринку.

$$D_{\text{н}} = 1\,953\,045 \times 0,06 = 117\,183 \text{ номеро-доби.}$$

Необхідну кількість номерів визначаємо за формулою:

$$N = \frac{D_{\text{н}}}{365 \times k_{\text{зав}}}, \quad (2.4)$$

де N – необхідна кількість номерів;

$D_{\text{н}}$ – прогнозований попит у номеро-добах;

$k_{\text{зав}}$ – плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду.

Для готелю категорії 4* приймаємо планове завантаження **0,65**:

$$N = \frac{117\,183}{365 \times 0,65} = 494,46.$$

Отримане значення округлюємо до 500 номерів. Це підтверджує доцільність прийнятого номерного фонду, оскільки він відповідає прогнозованому попиту за умови середньорічного завантаження на рівні 65%.

Таблиця 2.4

Розрахункове обґрунтування номерного фонду бізнес-готелю 4*

Показник	Позначення	Значення
Кількість гостей, які користуються готельним розміщенням	$T_{\text{гот}}$	566 100 осіб
Середня тривалість перебування	L	3,45 доби
Середня ціна номеро-доби	C	3600 грн
Місткість ринку готельних послуг	M_g	7 030 962 000 грн
Коефіцієнт охоплення ринку	$k_{\text{ох}}$	0,06
Прогнозований попит у грошовому вимірі	D	421 857 720 грн
Прогнозований попит у номеро-добах	$D_{\text{н}}$	117 183 номеро-доби
Планове завантаження номерного фонду	$k_{\text{зав}}$	0,65
Розрахункова кількість номерів	N	494,46
Прийнятий номерний фонд	—	500 номерів

Для формування цінової концепції доцільно застосувати ринковий підхід, оскільки бізнес-готель працюватиме в конкурентному середовищі Львова.

Середню ціну номеро-добы конкурентів приймаємо на рівні 3300 грн, а коефіцієнт позиціонування для готелю 4* з цифровим сервісом – 1,10.

Ціна номеро-добы визначається за формулою:

$$Ц = Ц_{\text{кон}} \times k_{\text{поз}}, \quad (2.5)$$

де $Ц$ – проєктна ціна номеро-добы, грн;

$Ц_{\text{кон}}$ – середня ціна номеро-добы конкурентів, грн;

$k_{\text{поз}}$ – коефіцієнт позиціонування.

$$Ц = 3300 \times 1,10 = 3630 \text{ грн.}$$

Для подальших розрахунків приймаємо середню ціну номеро-добы 3600 грн. Такий рівень ціни відповідає категорії 4*, бізнес-формату готелю, наявності конференц-зали, підземного паркінгу, тренажерної зали та цифрових сервісів.

Платоспроможність цільової аудиторії можна оцінити через коефіцієнт платоспроможного попиту:

$$K_{\text{пп}} = \frac{C_{\text{д}}}{Ц_{\text{д}}}, \quad (2.6)$$

де $K_{\text{пп}}$ – коефіцієнт платоспроможного попиту;

$C_{\text{д}}$ – середньомісячний дохід або бюджет споживача на відрядження, грн;

$Ц_{\text{д}}$ – середня вартість споживання послуги, грн.

Для проєктного розрахунку приймаємо середній місячний бюджет бізнес-гостя або корпоративного клієнта на відрядження на рівні 25 000 грн, а середню вартість номеро-добы – 3600 грн:

$$K_{\text{пп}} = \frac{25\,000}{3600} = 6,94.$$

Оскільки $K_{\text{пп}} > 1$, послуга є фінансово доступною для цільового сегмента бізнес-гостей і корпоративних клієнтів. Це підтверджує доцільність обраної цінової концепції.

Таблиця 2.5

План надання послуг бізнес-готелю 4*

Напрямок послуг	Основний зміст	Очікуваний результат
Проживання	500 номерів різних категорій, щоденне обслуговування, комфортні умови для роботи	Формування основного доходу готелю
Харчування	Сніданки, ресторан, бізнес-ланчі, room service	Забезпечення потреб гостей і додатковий дохід
Ділові послуги	Конференц-зала, переговорні кімнати, технічний супровід	Залучення корпоративних клієнтів
Цифрові послуги	Онлайн-бронювання, self check-in/check-out, мобільний ключ, чат-бот	Скорочення часу обслуговування
Паркінг	Підземний паркінг для гостей і корпоративного транспорту	Підвищення зручності перебування
Оздоровчі послуги	Тренажерна зала	Підвищення рівня комфортності готелю
Побутові послуги	Пральня, хімчистка, камера зберігання, трансфер	Розширення сервісного пакета
Корпоративні пакети	Проживання, конференц-зала, харчування, трансфер	Комплексне обслуговування бізнес-клієнтів

Отже, система послуг проєктованого бізнес-готелю 4* побудована так, щоб забезпечити повний цикл перебування ділового гостя: бронювання, поселення, проживання, харчування, роботу, участь у подіях, користування паркінгом, тренажерною залом та цифровими сервісами. Основні послуги формують базовий готельний продукт, а додаткові послуги підвищують конкурентоспроможність закладу та створюють умови для отримання додаткових доходів. Для готелю на 500 номерів така структура є доцільною, оскільки дозволяє працювати одночасно з індивідуальними гостями, корпоративними клієнтами та організованими групами.

2.3. Організація постачання у бізнес-готелі

Організація постачання у бізнес-готелі 4* має забезпечувати безперервну роботу номерного фонду, ресторану, конференц-зали, тренажерної зали, підземного паркінгу, адміністративних і технічних служб. Для готелю на 500 номерів постачання є не допоміжним процесом, а окремою управлінською системою, від якої залежить якість обслуговування гостей, дотримання стандартів категорії 4*, стабільність роботи ресторану, готовність номерів до заселення та ефективність цифрових сервісів.

У проєкті передбачено централізовану систему постачання. Усі закупівлі здійснюються через службу закупівель, яка працює разом зі складським господарством, бухгалтерією, рестораном, службою номерного фонду, інженерною службою, ІТ-відділом і конференц-сервісом. Така модель дає змогу уникнути дублювання замовлень, контролювати ціни, якість товарів, строки поставки, залишки на складі та відповідність фактичних витрат установленим нормам.

Система постачання бізнес-готелю формується за такими основними напрямками: продукти харчування для ресторану й room service; напої для ресторану, номерного фонду та конференц-сервісу; готельний текстиль; готельна косметика; професійна мийна і дезінфекційна хімія; канцелярія та матеріали для конференцій; технічні витратні матеріали; ІТ-обладнання, електронні ключі та програмне забезпечення. Постачання організовується на основі договорів із конкретними постачальниками, які мають стабільний асортимент, можливість регулярної доставки, документальне підтвердження якості продукції та досвід роботи з HoReCa-сегментом.

Для ресторану та конференц-сервісу одним із базових постачальників приймається METRO Cash & Carry Ukraine, торговий центр якого у Львові розташований на вул. Городоцькій, 300. METRO працює з бізнес-клієнтами та HoReCa-сектором, а також пропонує асортимент для готелів, ресторанів і кафе. Це дає змогу закуповувати бакалію, овочі, фрукти, м'ясу й рибну продукцію,

напої, господарські товари, канцелярію та частину витратних матеріалів для ресторану й конференц-зали в одному каналі постачання.

Для молочної продукції приймається постачальник «Молокія HoReCa», оскільки компанія має окремий напрям поставок для ресторанів, готелів, кав'ярень і кейтерингових компаній. Для Львова важливо, що філія «ЛВВІВ-МОЛОКО» розташована за адресою: м. Львів, вул. Вулицька, 11а. Це скорочує логістичне плече та дозволяє організувати регулярне постачання молока, кефіру, йогуртів, вершків, сметани, масла та сирної продукції для сніданків, ресторану й кавових перерв.

Хлібобулочні вироби для сніданків, ресторану та конференц-сервісу постачає ТзОВ «Галицька здоба», яке розташоване у Львові на вул. Антоновича, 102в. Локальне походження постачальника є важливим для щоденної доставки свіжого хліба, булочок, круасанів, порційної випічки та виробів для кавових перерв.

Питна вода для номерного фонду, конференц-зали, ресторану, службових приміщень і кулерів закуповується у форматі «Моршинська» 18,9 л. На офіційній сторінці бренду зазначено можливість замовлення води у форматі 18,9 л з доставкою, що відповідає потребам великого готелю, конференц-зони та адміністративних приміщень.

Для кави приймається постачальник Gemini Espresso, оскільки компанія працює з кав'ярнями, кафе, ресторанами та офісами, має власне виробництво кави й пропонує каву та супровід для бізнес-клієнтів. Для чаю приймається TEAHOUSE, який здійснює оптовий і роздрібний продаж чаю та кави по Україні. Така пара постачальників дозволяє стабільно забезпечувати ресторан, лобі-бар, конференц-залу та room service гарячими напоями.

Готельний текстиль закуповується у Limaso HoReCa, оскільки виробник пропонує професійний текстиль для готелів, ресторанів і кафе: постіль, скатертини, серветки, штори, брендування та індивідуальне пошиття. Для готелю 4* це важливо, оскільки текстиль безпосередньо впливає на комфорт гостя, візуальний рівень номерного фонду та імідж закладу.

Для цифрового управління готелем приймається система SERVIO HMS або OtelMS. SERVIO HMS позиціонується як єдиний інформаційний простір для керування готельними підприємствами та має модулі бронювання, ресторанної системи, корпоративного модуля і бота служби хаускіпінгу. OtelMS є професійною PMS-системою для управління номерним фондом, бронюваннями, тарифами, каналами продажів і додатковими послугами. Це відповідає концепції діджиталізації бізнес-готелю на 500 номерів.

Таблиця 2.6

Постачальники для забезпечення роботи бізнес-готелю 4*

Група ресурсів	Прийнятий постачальник	Конкретне призначення в готелі	Періодичність постачання
Бакалія, овочі, фрукти, м'ясо, риба, напої, господарські товари	METRO Cash & Carry Ukraine, Львів, вул. Городоцька, 300	Ресторан, room service, конференц-сервіс, службові приміщення	3 рази на тиждень; fresh-продукція – щоденно
Молочна продукція	«Молокія HoReCa», філія «ЛВВІВ-МОЛОКО», вул. Вулицька, 11а	Сніданки, ресторан, кавові перерви, room service	Щоденно
Хлібобулочні вироби	ТЗОВ «Галицька здоба», вул. Антоновича, 102в	Сніданки, ресторан, конференц-перерви	Щоденно до 07:00
Питна вода	«Моршинська» 18,9 л	Номерний фонд, кулери, конференц-зала, службові приміщення	2 рази на тиждень
Кава	Gemini Espresso	Ресторан, лобі-бар, конференц-сервіс, room service	1 раз на тиждень
Чай	TEAHOUSE	Ресторан, конференц-сервіс, номери підвищеної категорії	2 рази на місяць
Готельний текстиль	Limaso HoReCa	Постільна білизна, рушники, ресторанний текстиль, штори	Планові партії 1 раз на квартал або за потребою заміни

Продовження таблиці 2.6

Професійна хімія	Diversey / HoReCa Service	Прибирання номерів, ресторану, кухні, санвузлів, паркінгу	2 рази на місяць
PMS/CRM та цифрове управління	SERVIO HMS або OtelMS	Управління бронюваннями, номерним фондом, хаускіпінгом, корпоративними клієнтами	Впровадження перед відкриттям; технічний супровід постійно
Електронні замки і контроль доступу	SALTO Systems	Мобільний ключ, електронні картки, контроль доступу до номерів і службових зон	Впровадження перед відкриттям; сервісне обслуговування за договором

Постачання продуктів харчування та робота ресторану організовуються з урахуванням вимог системи НАССР. В Україні діють Вимоги щодо розробки, впровадження та застосування процедур, заснованих на принципах системи управління безпечністю харчових продуктів, затверджені наказом Мінагрополітики № 590. Для готелю це означає обов'язковий контроль постачальників, температури доставки, маркування, строків придатності, товаросупровідних документів, умов зберігання і простежуваності харчових продуктів.

Для готелю категорії 4* також враховується ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», у якому встановлено вимоги до категорій готелів і зазначено, що мінімальні вимоги для кожної категорії повинні виконуватися в повному обсязі. У стандарті також визначено, що постільна білизна та рушники мають бути якісними, без пошкоджень, а матеріально-технічне оснащення готелю має відповідати заявленій категорії.

Для розрахунку потреби в ресурсах спочатку визначається середньодобова кількість гостей. Проектом передбачено 500 номерів, планове середньорічне завантаження номерного фонду – 65%, середня кількість гостей в одному

зайнятому номері – 1,35 особи. Добова кількість гостей визначається за формулою:

$$N_{\Gamma} = N_{\text{н}} \times K_{\text{зав}} \times k_{\text{м}}, \quad (2.7)$$

де N_{Γ} – середньодобова кількість гостей;

$N_{\text{н}}$ – кількість номерів у готелі;

$K_{\text{зав}}$ – плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду;

$k_{\text{м}}$ – середня кількість гостей в одному зайнятому номері.

$$N_{\Gamma} = 500 \times 0,65 \times 1,35 = 438,75 \approx 439 \text{ осіб.}$$

Отже, за планового завантаження готель щоденно обслуговує **439 гостей**. Саме цей показник використовується для розрахунку добової потреби в сніданках, питній воді, косметичних наборах, рушниках та частині витратних матеріалів.

Для бізнес-готелю 4* сніданок є базовою послугою. Коефіцієнт користування сніданком приймається на рівні 0,90, оскільки більшість ділових гостей харчується в готелі перед початком робочого дня. Кількість сніданків визначається за формулою:

$$N_{\text{сн}} = N_{\Gamma} \times k_{\text{сн}}, \quad (2.8)$$

де $N_{\text{сн}}$ – кількість сніданків на добу;

N_{Γ} – середньодобова кількість гостей;

$k_{\text{сн}}$ – коефіцієнт користування сніданком.

$$N_{\text{сн}} = 439 \times 0,90 = 395,1 \approx 395 \text{ сніданків.}$$

Для ресторану приймається формат сніданку «шведська лінія». Добова потреба в кожній групі продуктів визначається за формулою:

$$Q_i = N_{\text{сн}} \times q_i \times K_{\text{рез}}, \quad (2.9)$$

де Q_i – добова потреба в i -й групі продуктів;

$N_{\text{сн}}$ – кількість сніданків;

q_i – норма споживання продукту на одного гостя;

$K_{\text{рез}}$ – коефіцієнт технологічного резерву.

Коефіцієнт технологічного резерву приймається на рівні 1,05. Він враховує втрати під час підготовки продуктів, оформлення шведської лінії та необхідність підтримувати асортимент протягом усього часу сніданку.

Таблиця 2.7

Добова потреба ресторану в продуктах для сніданків

Група продуктів	Норма на 1 гостя	Розрахунок	Добова потреба	Постачальник
Хлібобулочні вироби	0,12 кг	$395 \times 0,12 \times 1,05$	49,8 кг	ТзОВ «Галицька здоба»
Молочна продукція	0,15 кг	$395 \times 0,15 \times 1,05$	62,2 кг	«Молокія HoReCa»
Яйця та страви з яєць	0,08 кг	$395 \times 0,08 \times 1,05$	33,2 кг	METRO Cash & Carry Ukraine
М'ясні вироби та сири	0,12 кг	$395 \times 0,12 \times 1,05$	49,8 кг	METRO Cash & Carry Ukraine
Овочі та фрукти	0,20 кг	$395 \times 0,20 \times 1,05$	83,0 кг	METRO Cash & Carry Ukraine
Гарячі й холодні напої	0,25 л	$395 \times 0,25 \times 1,05$	103,7 л	«Моршинська», Gemini, TEAHOUSE

За даними таблиці 2.7 найбільшу добову потребу формують овочі та фрукти – 83,0 кг, молочна продукція – 62,2 кг, хлібобулочні вироби – 49,8 кг, м'ясні вироби й сири – 49,8 кг. Ці групи продуктів мають короткі строки реалізації, тому для них установлюється щоденне або майже щоденне постачання. Бакалія, чай, кава, цукор, соуси, крупи та пакувальні матеріали постачаються за складським лімітом.

Номерний фонд бізнес-готелю потребує постійного забезпечення текстилем, косметичними наборами, питною водою, паперовою продукцією та матеріалами для прибирання. Для постільної білизни приймається три оборотні комплекти на один номер: один комплект знаходиться в номері, другий – у пранні, третій – у чистому резерві. Кількість комплектів постільної білизни визначається за формулою:

$$Q_{\text{б}} = N_{\text{н}} \times k_{\text{к}}, \quad (2.10)$$

де $Q_{\text{б}}$ – кількість комплектів постільної білизни;

$N_{\text{н}}$ – кількість номерів;

$k_{\text{к}}$ – кількість оборотних комплектів на один номер.

$$Q_{\text{б}} = 500 \times 3 = 1500 \text{ комплектів.}$$

Для рушників приймається норма 4 рушники на одного гостя і три оборотні комплекти. Потреба в рушниках визначається за формулою:

$$Q_{\text{р}} = N_{\text{г}} \times q_{\text{р}} \times k_{\text{об}}, \quad (2.11)$$

де $Q_{\text{р}}$ – загальна кількість рушників;

$N_{\text{г}}$ – середньодобова кількість гостей;

$q_{\text{р}}$ – кількість рушників на одного гостя;

$k_{\text{об}}$ – кількість оборотних комплектів.

$$Q_{\text{р}} = 439 \times 4 \times 3 = 5268 \text{ рушників.}$$

Для готельної косметики приймається один індивідуальний набір на одного гостя на добу. До набору входять шампунь, гель для душу, мило, шапочка для душу та індивідуальні засоби гігієни. Добова потреба визначається за формулою:

$$Q_{\text{косм}} = N_{\text{г}} \times q_{\text{косм}}, \quad (2.12)$$

де $Q_{\text{косм}}$ – добова потреба в косметичних наборах;

$N_{\text{г}}$ – середньодобова кількість гостей;

$q_{\text{косм}}$ – норма видачі косметичних наборів на одного гостя.

$$Q_{\text{косм}} = 439 \times 1 = 439 \text{ наборів на добу.}$$

Для 7-денного страхового запасу:

$$Q_{\text{косм}7} = 439 \times 7 = 3073 \text{ набори.}$$

Питна вода в номерному фонді приймається з розрахунку 0,5 л на одного гостя на добу. Добова потреба становить:

$$Q_{\text{в}} = N_{\text{г}} \times q_{\text{в}}, \quad (2.13)$$

де $Q_{\text{в}}$ – добова потреба в питній воді;

$N_{\text{г}}$ – середньодобова кількість гостей;

$q_{\text{в}}$ – норма питної води на одного гостя.

$$Q_{\text{в}} = 439 \times 0,5 = 219,5 \text{ л/добу.}$$

У разі використання бутлів 18,9 л для кулерів кількість бутлів на добу становить:

$$Q_{\text{бут}} = \frac{219,5}{18,9} = 11,61 \approx 12 \text{ бутлів.}$$

Для 7-денного страхового запасу:

$$Q_{\text{бут}7} = 12 \times 7 = 84 \text{ бутлі.}$$

Таблиця 2.8

Потреба номерного фонду бізнес-готелю 4*

Ресурс	Норма	Розрахунок	Потреба	Постачальник
Постільна білизна	3 комплекти на номер	500×3	1500 комплектів	Limaso HoReCa
Рушники	4 рушники на гостя $\times$ 3 оборотні комплекти	$439 \times 4 \times 3$	5268 рушників	Limaso HoReCa
Готельна косметика	1 набір на гостя на добу	439×1	439 наборів/добу	Постачальник готельної косметики HoReCa
Готельна косметика, запас на 7 днів	7-добовий запас	439×7	3073 набори	Постачальник готельної косметики HoReCa
Питна вода	0,5 л на гостя на добу	$439 \times 0,5$	219,5 л/добу	«Моршинська»
Вода у бутлях 18,9 л	18,9 л в одному бутлі	$219,5 / 18,9$	12 бутлів/добу	«Моршинська»
Вода у бутлях, запас на 7 днів	7-добовий запас	12×7	84 бутлі	«Моршинська»

Конференц-зала є одним із головних джерел додаткового доходу бізнес-готелю. Для розрахунку приймається місткість конференц-заходу 250 учасників. Для однієї кавової перерви встановлюються такі норми: вода – 0,5 л на учасника; кава – 0,015 кг зерна на учасника; чай – 0,003 кг на учасника; випічка – 0,10 кг на

учасника; фрукти – 0,10 кг на учасника; канцелярія – 1 комплект на учасника. Коефіцієнт резерву становить 1,10.

Потреба в ресурсах для кавової перерви визначається за формулою:

$$Q_{\text{конф}} = N_{\text{уч}} \times q_i \times K_{\text{рез}}, \quad (2.14)$$

де $Q_{\text{конф}}$ – потреба в ресурсі для конференц-заходу;

$N_{\text{уч}}$ – кількість учасників;

q_i – норма споживання на одного учасника;

$K_{\text{рез}}$ – коефіцієнт резерву.

Таблиця 2.9

Потреба для однієї кавової перерви конференц-заходу на 250 учасників

Ресурс	Норма на 1 учасника	Розрахунок	Потреба на 1 кавову перерву	Постачальник
Вода	0,5 л	$250 \times 0,5 \times 1,10$	137,5 л	«Моршинська»
Кава зернова	0,015 кг	$250 \times 0,015 \times 1,10$	4,13 кг	Gemini Espresso
Чай	0,003 кг	$250 \times 0,003 \times 1,10$	0,83 кг	TEAHOUSE
Випічка	0,10 кг	$250 \times 0,10 \times 1,10$	27,5 кг	ТзОВ «Галицька здоба»
Фрукти	0,10 кг	$250 \times 0,10 \times 1,10$	27,5 кг	METRO Cash & Carry Ukraine
Канцелярія	1 комплект	250×1	250 комплектів	METRO Cash & Carry Ukraine

Для тренажерної зали постачання має забезпечувати санітарний стан, комфорт і безпечне користування обладнанням. Приймається, що тренажерною залою користуються 15% гостей на добу:

$$N_{\text{тр}} = N_{\text{г}} \times k_{\text{тр}}, \quad (2.15)$$

де $N_{\text{тр}}$ – кількість користувачів тренажерної зали на добу;

$N_{\text{г}}$ – середньодобова кількість гостей;

$k_{\text{тр}}$ – коефіцієнт користування тренажерною залою.

$$N_{\text{тр}} = 439 \times 0,15 = 65,85 \approx 66 \text{ осіб.}$$

Для кожного користувача передбачається один тренувальний рушник і 0,5 л питної води. Добова потреба тренажерної зали становить:

$$Q_{\text{руш.тр}} = 66 \times 1 = 66 \text{ рушників/добу,}$$

$$Q_{\text{в.тр}} = 66 \times 0,5 = 33 \text{ л/добу.}$$

Таблиця 2.10

Потреба тренажерної зали

Ресурс	Норма	Розрахунок	Добова потреба	Постачальник
Тренувальні рушники	1 рушник на користувача	66×1	66 рушників	Limaso HoReCa
Питна вода	0,5 л на користувача	$66 \times 0,5$	33 л	«Моршинська»
Дезінфекційні серветки та засоби	Після кожного циклу використання обладнання	За графіком прибирання	Щоденне поповнення	Diversey / HoReCa Service
Витратні матеріали для обладнання	За планом технічного обслуговування	За графіком ТО	Щомісячне поповнення	Сервісний постачальник обладнання

Постачання для служби прибирання, ресторану, санвузлів, кухні, паркінгу та службових приміщень здійснюється професійними мийними й дезінфекційними засобами. Для цього приймається лінійка Diversey через HoReCa Service, оскільки такі засоби використовуються для професійного клінінгу, гігієни, дезінфекції, догляду за поверхнями, кухнями та санвузлами.

Таблиця 2.11

Забезпечення служб готелю мийними та витратними матеріалами

Підрозділ	Основні матеріали	Періодичність поповнення	Постачальник
Номерний фонд	Засоби для санвузлів, поверхонь, скла, підлоги, мішки для сміття	2 рази на місяць	Diversey / HoReCa Service
Ресторан і кухня	Засоби для миття посуду, поверхонь, кухонного обладнання, дезінфекції	Щотижнево	Diversey / HoReCa Service

Продовження таблиці 2.11

Конференц-зала	Засоби для прибирання, серветки, дезінфектори, канцелярія	Перед кожним заходом	Diversey / METRO
Тренажерна зала	Дезінфекція обладнання, серветки, засоби для підлоги	Щоденно	Diversey / HoReCa Service
Підземний паркінг	Засоби для прибирання підлоги, витратні матеріали для систем доступу	1 раз на місяць	Diversey / технічний постачальник
Адміністративні приміщення	Канцелярія, папір, картриджі, офісні матеріали	1 раз на місяць	METRO

Для ефективної роботи постачання в готелі впроваджується електронний складський облік. Усі заявки підрозділів формуються через внутрішню цифрову систему. Вона фіксує залишки на складах, автоматично попереджає про досягнення мінімального запасу, формує історію закупівель, контролює строки придатності та дає змогу аналізувати витрати за підрозділами. Система SERVIO HMS або OtelMS інтегрується з PMS, ресторанною POS-системою, бухгалтерією та службою хаускіпінгу. Це дозволяє пов'язати фактичне завантаження номерів із потребою в прибиранні, текстилі, косметичних наборах, сніданках і room service.

Процес постачання організовується за послідовною схемою: підрозділ формує заявку; склад перевіряє залишки; служба закупівель погоджує замовлення; постачальник доставляє товар; матеріально відповідальна особа приймає продукцію за кількістю, якістю і документами; товар розміщується в зоні зберігання; підрозділ отримує ресурс за внутрішньою накладною.

Для продуктів із коротким строком придатності використовується принцип FEFO: першими використовуються товари, строк придатності яких завершується раніше. Для текстилю, господарських матеріалів, канцелярії та технічних запасів використовується принцип FIFO: першими списуються ресурси, які першими надійшли на склад.

Таблиця 2.12

Порядок організації постачання у бізнес-готелі 4*

Етап	Зміст робіт	Відповідальні особи
Формування потреби	Визначення потреби за завантаженням номерів, графіком конференцій, меню та залишками	Керівники підрозділів
Перевірка залишків	Порівняння заявки з фактичними складськими залишками	Завідувач складу
Погодження закупівлі	Перевірка бюджету, постачальника, ціни та строку доставки	Менеджер із закупівель, бухгалтерія
Замовлення товару	Передача замовлення постачальнику через електронну систему або договірний канал	Менеджер із закупівель
Приймання товару	Контроль кількості, якості, маркування, температури, строків придатності, документів	Комірник, представник підрозділу
Складування	Розміщення товарів у сухих, холодильних, морозильних або господарських зонах	Складська служба
Видача в підрозділи	Передача ресурсів за внутрішніми заявками	Склад, керівники служб
Контроль використання	Аналіз витрат, списання, інвентаризація, коригування норм	Бухгалтерія, керівництво, служба закупівель

Окремо зберігаються харчові продукти, мийні засоби, текстиль, технічні матеріали й канцелярія. Таке розділення виключає перехресне забруднення, полегшує інвентаризацію і забезпечує контроль якості.

Для безперебійної роботи готелю встановлюються страхові запаси. Для готельної косметики приймається запас на 7 днів, для води – 7 днів, для текстилю – три оборотні комплекти, для бакалії – 10 днів, для мийних засобів – 14 днів, для канцелярії та технічних матеріалів – 30 днів. Fresh-продукція не накопичується у великій кількості, а постачається щоденно або через день.

Ризики постачання для такого готелю пов'язані з перебоями доставки, зростанням цін, псуванням продукції, нестачею текстилю, збоями цифрових систем, порушенням температурного режиму та помилками складського обліку.

Таблиця 2.13

Страхові запаси основних ресурсів

Ресурс	Норма страхового запасу	Кількісне значення
Готельна косметика	7 днів	3073 набори
Питна вода 18,9 л	7 днів	84 бутлі
Постільна білизна	3 оборотні комплекти	1500 комплектів
Рушники	3 оборотні комплекти	5268 рушників
Бакалія	10 днів	За складським лімітом ресторану
Мийні засоби	14 днів	За нормами служби хаускіпінгу
Канцелярія	30 днів	За планом конференц-сервісу й адміністрації
Технічні матеріали	30 днів	За планом інженерної служби

Для їх зменшення кожна критична група ресурсів має основного і резервного постачальника, а для товарів щоденного використання встановлюється мінімальний складський залишок.

Таблиця 2.14

Ризики постачання та способи їх мінімізації

Ризик	Можливий наслідок	Заходи мінімізації
Затримка поставки продуктів	Порушення роботи ресторану, room service, конференц-харчування	Основний і резервний постачальник, щоденний контроль залишків
Нестача текстилю	Затримка підготовки номерів до заселення	Три оборотні комплекти, контроль руху білизни, резерв на складі
Порушення температурного режиму	Псування продуктів, ризик для безпечності харчування	Температурний контроль під час приймання і зберігання
Зростання закупівельних цін	Збільшення собівартості послуг	Договори з фіксацією умов, щомісячний аналіз цін
Збій складської програми	Помилки в залишках і замовленнях	Резервне копіювання, дублювання критичних заявок
Відсутність електронних карток або витратних ІТ-матеріалів	Затримка поселення гостей	Мінімальний запас карток, сервісний договір із постачальником
Низька якість товарів	Скарги гостей і репутаційні втрати	Вхідний контроль, акти невідповідності, заміна постачальника

Отже, постачання у бізнес-готелі 4* організовується як централізована система, що об'єднує закупівлі, складський облік, контроль якості, цифрову аналітику та роботу з постачальниками. Для готелю на 500 номерів прийнято конкретну добову розрахункову базу – 439 гостей, 395 сніданків, 1500 комплектів постільної білизни, 5268 рушників, 439 косметичних наборів на добу, 84 бутлі води 18,9 л у семиденному запасі та ресурсне забезпечення конференц-заходу на 250 учасників. Така система дозволяє забезпечити безперервну роботу номерного фонду, ресторану, конференц-зали, тренажерної зали, підземного паркінгу та цифрової інфраструктури готелю.

РОЗДІЛ 3

БУДІВЕЛЬНО-АРХІТЕКТУРНІ РІШЕННЯ

3.1. Характеристика ділянки для будівництва бізнес-готелю 4*

Для будівництва бізнес-готелю 4* обрано земельну ділянку в межах м. Львова за адресою вул. Земельна, 8. Ділянка розташована у Личаківському районі Львова та належить до земель житлової та громадської забудови. За відкритими даними інвестиційного порталу Львова, для ділянки на вул. Земельній, 8 зазначено комунальну форму власності, а також наявність інженерних комунікацій: водопостачання з діаметром мережі 600 мм, побутове водовідведення з діаметром мережі 1200 мм, газова мережа середнього тиску на відстані близько 50 м, електропостачання – за запитом. Це свідчить про можливість підключення майбутнього готелю до основних міських інженерних мереж без формування ізольованої автономної інфраструктури.

Фізично ділянка розглядається як вільна або така, що придатна до нового будівництва після підготовки території. Її конфігурація наближена до прямокутної, що є зручним для розміщення великої готельної будівлі, організації внутрішнього проїзду, зони посадки й висадки гостей, рампи до підземного паркінгу, господарського під'їзду та озеленення. Для проєкту приймається площа ділянки 15 375 м², що дозволяє сформувати не тільки пляму забудови, а й повноцінну систему благоустрою навколо будівлі. У планувальному рішенні територія поділяється на зону забудови, вхідну площу, транспортно-пішохідну зону, господарську частину, інженерно-технічну зону та озеленені ділянки.

Існуюча забудова навколо ділянки має переважно міський громадсько-житловий і змішаний характер. Територія не належить до щільного історичного ядра Львова, тому для неї більш реально передбачити нове будівництво великого об'єкта, ніж у центральній частині міста. Поруч можуть розміщуватися житлові будинки, громадські об'єкти, вулично-дорожня мережа, інженерні комунікації та окремі комерційні або адміністративні приміщення. Такий характер оточення дає

змогу розглядати бізнес-готель як елемент міської громадської забудови, який не відокремлюється від міста, а включається в його функціональну структуру.

Рельєф ділянки для цілей проєктування приймається відносно спокійним, без значних перепадів висот, що дає можливість раціонально розмістити 9-поверхову будівлю, організувати безбар'єрний головний вхід, в'їзд і виїзд транспорту, а також рампу до підземного паркінгу. У разі наявності локальних перепадів висот вони можуть бути використані для зручнішого влаштування підземного рівня та часткового заглиблення паркінгу. Планувальне рішення території повинно передбачати відведення поверхневих вод від будівлі, ухили мощення в напрямку дощоприймальних елементів і використання озелених ділянок як частини системи благоустрою.

Ґрунтові умови ділянки для проєкту приймаються як типові для урбанізованої території Львова: у верхньому шарі можливе залягання насипних або порушених ґрунтів, пов'язаних із попереднім освоєнням міської території, нижче – природні ґрунтові шари, придатність яких для сприйняття навантаження має уточнюватися інженерно-геологічними дослідженнями. Оскільки проєктований готель має 9 поверхів і підземний паркінг, конструктивне рішення доцільно приймати у вигляді монолітного залізобетонного каркаса з фундаментами, тип яких уточнюється після аналізу несучої здатності ґрунтів і рівня ґрунтових вод. Для будівлі такого масштабу особливо важливими є перевірка основи під фундаментами, оцінка можливого впливу підземного паркінгу на водний режим ділянки та захист підземних конструкцій від вологи.

Стан території перед початком будівництва передбачає виконання підготовчих робіт: очищення майданчика, демонтаж малих споруд або залишків покриття за їх наявності, вертикальне планування, організацію тимчасових будівельних під'їздів, винесення інженерних мереж у натуру та підготовку місць підключення. Особливу увагу необхідно приділити збереженню або компенсаційному висадженню зелених насаджень. У проєкті передбачено створення нової системи озеленення площею 4200 м², яка включає периметральні

насадження, декоративні групи біля входу, газон, кущі, дерева та зону короткочасного відпочинку.

Інженерна забезпеченість ділянки є однією з її сильних характеристик. Наявність водопровідної та каналізаційної мережі на території або в безпосередній близькості спрощує підключення готелю до міських систем. Це важливо для об'єкта з великим номерним фондом, рестораном, пральнею, санвузлами громадських зон, тренажерною залом та підземним паркінгом. Водночас через значне розрахункове навантаження готелю необхідно передбачити технічні умови на приєднання до мереж, перевірку пропускну здатності водопостачання, каналізації, електропостачання та газопостачання, а також резервне електроживлення критичних систем.

Транспортна організація ділянки має враховувати окремі потоки гостей, службового транспорту та пішоходів. Головний підхід і зона посадки/висадки гостей передбачаються з боку вул. Земельної. В'їзд до підземного паркінгу доцільно відокремити від основного пішохідного входу, щоб не створювати конфлікту між автомобільним і пішохідним рухом. Господарський під'їзд розміщується окремо від парадної частини готелю та використовується для постачання ресторану, вивезення відходів, обслуговування інженерних систем і доступу службового транспорту.

Проектом передбачено будівництво 9-поверхового бізнес-готелю 4* з номерним фондом 500 номерів. У складі закладу також передбачено конференц-залу, ресторанну частину, тренажерну залу, підземний паркінг, адміністративні, технічні та сервісні приміщення. Для такого об'єкта ділянка повинна забезпечити не лише розміщення самої будівлі, а й повноцінну організацію території: головний вхід, під'їзди для гостей, рампу до підземного паркінгу, службову зону, пожежні проїзди, пішохідні маршрути, озеленення, інженерно-технічні майданчики та зону благоустрою.

Для перевірки відповідності площі ділянки масштабу проєктованого готелю визначаємо розрахункову потребу в території. Спочатку розраховуємо площу номерного фонду з урахуванням допоміжних приміщень. Для бізнес-

готелю 4* приймаємо середню площу на один номер разом із часткою коридорів, вертикальних комунікацій, технічних і допоміжних приміщень номерної групи – 40 м².

$$S_{\text{нф}} = N_{\text{н}} \times S_{1\text{н}}, \quad (3.1)$$

де $S_{\text{нф}}$ – площа номерного фонду з допоміжними приміщеннями, м²;

$N_{\text{н}}$ – кількість номерів;

$S_{1\text{н}}$ – середня площа на один номер з часткою допоміжних приміщень, м².

$$S_{\text{нф}} = 500 \times 40 = 20\,000 \text{ м}^2.$$

До площі номерного фонду додаємо площу громадських, адміністративних, ресторанних, конференц-, спортивних, технічних і сервісних приміщень. Для проєктованого бізнес-готелю приймаємо цю площу на рівні 9500 м². Тоді загальна надземна площа будівлі становить:

$$S_{\text{заг}} = S_{\text{нф}} + S_{\text{гр}}, \quad (3.2)$$

де $S_{\text{заг}}$ – загальна надземна площа будівлі, м²;

$S_{\text{нф}}$ – площа номерного фонду з допоміжними приміщеннями, м²;

$S_{\text{гр}}$ – площа громадських, адміністративних, ресторанних, конференц-, спортивних, технічних і сервісних приміщень, м².

$$S_{\text{заг}} = 20\,000 + 9500 = 29\,500 \text{ м}^2.$$

Оскільки будівля має 9 поверхів, середню площу одного поверху визначаємо за формулою:

$$S_{\text{пов}} = \frac{S_{\text{заг}}}{n}, \quad (3.3)$$

де $S_{\text{пов}}$ – середня площа одного поверху, м²;

$S_{\text{заг}}$ – загальна надземна площа будівлі, м²;

n – кількість поверхів.

$$S_{\text{пов}} = \frac{29\,500}{9} = 3277,8 \text{ м}^2.$$

Перші поверхи бізнес-готелю матимуть розширену громадську функцію: рецепцію, лобі, ресторан, конференц-зону, адміністративні приміщення, сервісні та технічні блоки. Тому площу забудови приймаємо з коефіцієнтом збільшення 1,12:

$$S_{\text{заб}} = S_{\text{пов}} \times K_{\text{зб}}, \quad (3.4)$$

де $S_{\text{заб}}$ — площа забудови будівлі, м²;

$S_{\text{пов}}$ — середня площа одного поверху, м²;

$K_{\text{зб}}$ — коефіцієнт збільшення площі перших поверхів.

$$S_{\text{заб}} = 3277,8 \times 1,12 = 3671,1 \text{ м}^2.$$

Отримане значення округлюємо і приймаємо площу забудови бізнес-готелю:

$$S_{\text{заб}} = 3700 \text{ м}^2.$$

Фактична площа обраної земельної ділянки становить 15 375 м².

Визначаємо коефіцієнт забудови ділянки:

$$K_{\text{заб}} = \frac{S_{\text{заб}}}{S_{\text{діл}}}, \quad (3.5)$$

де $K_{\text{заб}}$ — коефіцієнт забудови ділянки;

$S_{\text{заб}}$ — площа забудови будівлі, м²;

$S_{\text{діл}}$ — площа земельної ділянки, м².

$$K_{\text{заб}} = \frac{3700}{15\,375} = 0,241.$$

Отже, коефіцієнт забудови становить 0,241, або 24,1%. Такий показник є раціональним для великого бізнес-готелю, оскільки він не створює надмірного ущільнення території й залишає достатню площу для під'їздів, пішохідних маршрутів, озеленення, господарської зони, пожежних проїздів, рампи до підземного паркінгу та інженерного обслуговування.

Для додаткової перевірки визначаємо мінімально необхідну площу ділянки за прийнятим граничним коефіцієнтом забудови 0,34. Такий коефіцієнт дозволяє

передбачити достатню частку відкритої території для благоустрою та транспортної організації.

$$S_{\text{діл.мін}} = \frac{S_{\text{заб}}}{K_{\text{заб.пр}}}, \quad (3.6)$$

де $S_{\text{діл.мін}}$ – мінімально необхідна площа ділянки, м²;

$S_{\text{заб}}$ – площа забудови, м²;

$K_{\text{заб.пр}}$ – прийнятий коефіцієнт забудови.

$$S_{\text{діл.мін}} = \frac{3700}{0,34} = 10\,882,4 \text{ м}^2.$$

Фактична площа ділянки становить 15 375 м², тому резерв території визначаємо за формулою:

$$S_{\text{рез}} = S_{\text{діл}} - S_{\text{діл.мін}}, \quad (3.7)$$

де $S_{\text{рез}}$ – резерв площі ділянки, м²;

$S_{\text{діл}}$ – фактична площа земельної ділянки, м²;

$S_{\text{діл.мін}}$ – мінімально необхідна площа ділянки, м².

$$S_{\text{рез}} = 15\,375 - 10\,882,4 = 4492,6 \text{ м}^2.$$

Резерв площі становить 4492,6 м², що підтверджує достатність обраної ділянки для розміщення бізнес-готелю 4* на 500 номерів. Цей резерв використовується для збільшення частки озеленення, формування комфортної вхідної групи, організації службового двору, розміщення пожежних проїздів і покращення загальної експлуатаційної зручності об'єкта.

Таблиця 3.1

Розрахунок площі ділянки для будівництва бізнес-готелю 4*

Показник	Позначення	Розрахунок	Значення
Кількість номерів	$N_{\text{н}}$	–	500 номерів
Середня площа на один номер з допоміжними приміщеннями	$S_{1\text{н}}$	–	40 м ²
Площа номерного фонду з допоміжними приміщеннями	$S_{\text{нф}}$	500×40	20 000 м ²

Продовження таблиці 3.1

Площа громадських, ресторанних, конференц-, спортивних і технічних приміщень	$S_{\text{гр}}$	–	9500 м ²
Загальна надземна площа будівлі	$S_{\text{заг}}$	20 000 + 9500	29 500 м ²
Кількість поверхів	n	–	9
Середня площа одного поверху	$S_{\text{пов}}$	29 500 / 9	3277,8 м ²
Коефіцієнт збільшення площі перших поверхів	$K_{\text{зб}}$	–	1,12
Прийнята площа забудови	$S_{\text{заб}}$	3277,8 × 1,12	3700 м ²
Фактична площа ділянки	$S_{\text{діл}}$	–	15 375 м ²
Фактичний коефіцієнт забудови	$K_{\text{заб}}$	3700 / 15 375	0,241 / 24,1%
Мінімально необхідна площа ділянки	$S_{\text{діл.мін}}$	3700 / 0,34	10 882,4 м ²
Резерв площі ділянки	$S_{\text{рез}}$	15 375 – 10 882,4	4492,6 м ²

Після визначення достатності площі ділянки доцільно розподілити її за функціональними зонами. Основну частину території займає площа забудови готелю – 3700 м². Вхідна група та зона посадки й висадки гостей приймається площею 1100 м², що дозволяє організувати під'їзд таксі, трансферного транспорту та короткочасну зупинку автомобілів. Внутрішні й пожежні проїзди займають 2400 м², рампа до підземного паркінгу – 650 м², господарська зона – 850 м². Для пішохідних просторів і мощення приймається 1400 м², для озеленення та благоустрою – 4200 м², для інженерно-технічної зони – 500 м², резерв території – 575 м².

Таблиця 3.2

Функціональний розподіл території ділянки бізнес-готелю 4*

Елемент території	Площа, м ²	Частка від площі ділянки, %
Площа забудови готелю	3700	24,1
Вхідна група та зона посадки/висадки гостей	1100	7,2
Внутрішні проїзди та пожежні проїзди	2400	15,6
Рампа до підземного паркінгу	650	4,2
Господарська зона та зона постачання	850	5,5

Продовження таблиці 3.2

Пішохідні простори та мощення	1400	9,1
Озеленення та благоустрій	4200	27,3
Інженерно-технічна зона	500	3,3
Резерв території	575	3,7
Разом	15 375	100,0

За даними таблиці 3.2, найбільшу частку території після забудови займає озеленення та благоустрій – 27,3%. Це дозволяє сформувати комфортне середовище для гостей, покращити візуальне сприйняття території та відокремити готель від транспортних потоків. Площа забудови становить 24,1%, що підтверджує раціональне використання ділянки без надмірного ущільнення. Внутрішні та пожежні проїзди займають 15,6%, що є важливим для великого об'єкта з номерним фондом 500 номерів.

Окремо розраховується площа підземного паркінгу. Для бізнес-готелю приймається 180 машиномісць. Така кількість відповідає формату міського бізнес-готелю, де частина гостей прибуває власним автомобілем, корпоративним транспортом, таксі або трансфером. Для одного машиномісця з урахуванням проїздів, маневрування, рамп і технічних зон приймається 35 м².

$$S_{\text{парк}} = N_{\text{м}} \times S_{1\text{м}}, \quad (3.8)$$

де $S_{\text{парк}}$ – площа підземного паркінгу, м²;

$N_{\text{м}}$ – кількість машиномісць;

$S_{1\text{м}}$ – площа на одне машиномісце з урахуванням проїздів і технічних зон, м².

$$S_{\text{парк}} = 180 \times 35 = 6300 \text{ м}^2.$$

Площа підземного паркінгу становить 6300 м². Паркінг розміщується на підземному рівні під основною будівлею та частиною прилеглої території, тому він не зменшує відкриту площу благоустрою на поверхні ділянки. Під час повітряних тривог він також виконує функцію найпростішого укриття для гостей і працівників готелю. Для цього передбачаються аварійне освітлення, вентиляція,

резервне електроживлення, навігація, засоби зв'язку, аптечки, запас питної води та місця для тимчасового перебування людей.

Таблиця 3.3

Основні параметри підземного паркінгу бізнес-готелю 4*

Показник	Позначення	Значення
Кількість машиномісць	N_m	180
Площа на одне машиномісце з урахуванням проїздів	S_{1m}	35 м ²
Загальна площа підземного паркінгу	$S_{парк}$	6300 м ²
Основне призначення	—	Паркування автомобілів гостей, персоналу, таксі й корпоративного транспорту
Додаткова функція	—	Найпростіше укриття під час повітряних тривог

Функціональна організація ділянки передбачає чітке розділення потоків. Головний вхід до готелю розміщується з боку найзручнішого підходу й під'їзду гостей. Перед входом формується зона короткочасної посадки та висадки пасажирів. В'їзд до підземного паркінгу відокремлюється від пішохідної зони, щоб транспортні потоки не перетиналися з основними маршрутами гостей. Господарська зона розташовується окремо від головного входу та використовується для постачання ресторану, вивезення відходів, технічного обслуговування й доступу службового транспорту.

Ділянка також дозволяє реалізувати цифрову концепцію готелю. На території передбачається автоматизований в'їзд до підземного паркінгу, система відеоспостереження, контроль доступу до службових зон, цифрова навігація для гостей, інформаційні табло, електронні повідомлення про повітряні тривоги та інтеграція паркінгу з мобільним застосунком готелю. Таке рішення відповідає загальній ідеї бізнес-готелю 4*, у якому цифрові сервіси охоплюють не лише номерний фонд, а й територію, громадські простори, безпекові системи та транспортну інфраструктуру.

3.2. План озеленення території

Загальна площа земельної ділянки становить 15 375 м². Згідно з функціональним розподілом території, під озеленення та благоустрій передбачено 4200 м². Це дає змогу сформувати не лише окремі декоративні насадження біля входу, а повноцінну систему зелених зон навколо готелю.

Коефіцієнт озеленення території визначаємо за формулою:

$$K_{oz} = \frac{S_{oz}}{S_{дiл}} \times 100\%, \quad (3.9)$$

де K_{oz} – коефіцієнт озеленення території, %;

S_{oz} – площа озеленення, м²;

$S_{дiл}$ – загальна площа земельної ділянки, м².

Підставимо вихідні дані:

$$K_{oz} = \frac{4200}{15375} \times 100\% = 27,3\%.$$

Отже, частка озеленення становить 27,3% від загальної площі ділянки. Такий показник є достатнім для формування комфортного середовища навколо великого готельного комплексу, оскільки дає змогу поєднати забудову, транспортні проїзди, пішохідні зони, пожежні під'їзди та зелені насадження без надмірного ущільнення території.

Таблиця 3.4

Розподіл площі озеленення території бізнес-готелю 4*

Зона озеленення	Площа, м ²	Частка від площі озеленення, %	Основне призначення
Парадне озеленення біля головного входу	650	15,5	Формування репрезентативного вигляду готелю
Периметральна зелена смуга	950	22,6	Відокремлення ділянки від вулиці та сусідньої забудови
Внутрішня зона короткого відпочинку	800	19,0	Місце для очікування, відпочинку гостей і неформального спілкування

Продовження таблиці 3.4

Лінійне озеленення вздовж проїздів і пішохідних маршрутів	600	14,3	Навігація, затінення, покращення мікроклімату
Озеленення біля рампи підземного паркінгу	400	9,5	Візуальне пом'якшення технічної зони
Захисне озеленення господарської зони	300	7,1	Маскування службових процесів і відокремлення від гостьових потоків
Дощовий сад / зона збору поверхневих вод	500	12,0	Затримання дощової води, екологічна функція
Разом	4200	100,0	—

Парадне озеленення біля головного входу виконує іміджеву функцію. Ця зона має створювати перше позитивне враження про готель, тому тут доцільно використовувати декоративні дерева, кущі, багаторічники, акуратний газон, сезонні квітники та архітектурне освітлення. Озеленення не повинно перекривати фасад або навігацію, а навпаки – підкреслювати вхідну групу, формувати зручний підхід до рецепції та візуально відокремлювати пішохідну зону від транспортної.

Периметральна зелена смуга розташовується вздовж меж ділянки. Її основне завдання – створення природного буфера між готелем, вуличним простором, проїздами та сусідніми територіями. Для цієї зони доцільно використовувати дерева з густою кроною та кущі середньої висоти. Такі насадження зменшують запилення, частково поглинають шум, покращують мікроклімат і формують більш приватне середовище навколо готелю.

Внутрішня зона короткого відпочинку передбачається для гостей, які очікують таксі, трансфер, початок конференції або зустрічі. Тут доцільно розмістити лави, декоративне освітлення, невеликі мощені майданчики, озеленені островці та тіньові насадження. Ця зона не повинна перетворюватися на великий парк, але має забезпечувати комфортне короткочасне перебування на відкритому повітрі.

Лінійне озеленення вздовж проїздів і пішохідних маршрутів виконує навігаційну та захисну функції. Зелені смуги допомагають розмежувати рух

транспорту й пішоходів, пом'якшують вигляд проїздів, створюють затінення влітку та роблять територію більш читабельною для гостей. Біля пішохідних маршрутів доцільно використовувати невисокі кущі й декоративні злаки, щоб не створювати небезпечних закритих ділянок огляду.

Озеленення біля рампи підземного паркінгу має переважно маскувальний характер. Рампа є технічним елементом території, тому її доцільно візуально пом'якшити за допомогою кущів, декоративних трав, ґрунтопокривних рослин і вертикального озеленення на огорожувальних конструкціях. При цьому насадження не повинні обмежувати огляд водіям і заважати руху автомобілів.

Захисне озеленення господарської зони потрібне для відокремлення службових процесів від гостьового середовища. У цій частині території відбуватиметься постачання ресторану, вивезення відходів, доступ технічного персоналу та обслуговування інженерних систем. Тому зелені насадження мають виконувати роль візуального екрана, але не заважати маневруванню службового транспорту.

Окремо передбачається зона дощового саду. Вона призначена для часткового збору й затримання поверхневих дощових вод із мощених ділянок. Такий елемент благоустрою покращує водний баланс території, зменшує навантаження на зливову каналізацію та підсилює екологічну складову проєкту.

Таблиця 3.5

Добір рослин для озеленення території бізнес-готелю 4*

Група насаджень	Види рослин	Місце використання	Обґрунтування вибору
Декоративні дерева	Липа дрібнолиста, клен гостролистий, граб звичайний	Периметр ділянки, пішохідні маршрути, зона відпочинку	Добре пристосовані до міського середовища, формують тінь і покращують мікроклімат
Хвойні рослини	Ялівець, туя західна, сосна гірська	Вхідна зона, периметр, технічні зони	Зберігають декоративність протягом року
Кущі	Дерен білий, спірея японська, кизильник, барбарис	Уздовж проїздів, біля рампи паркінгу, у господарській зоні	Формують щільні зелені масиви, придатні для зонування території

Продовження таблиці 3.5

Багаторічники	Лаванда, шавлія, хоста, ехінацея	Парадне озеленення, зона відпочинку	Створюють декоративний ефект і не потребують щорічної повної заміни
Декоративні злаки	Міскантус, костриця, пенісетум	Біля входу, уздовж доріжок, у дощовому саду	Добре поєднуються із сучасною архітектурою готелю
Ґрунтопокриттєві рослини	Барвінок, очиток, пахізандра	Схили, технічні зони, ділянки біля рампи	Зменшують ерозію ґрунту й спрощують догляд
Газон	Стійка газонна суміш для міських територій	Вхідна зона, внутрішній двір, відкриті зелені площі	Формує охайний вигляд території

Для визначення кількості дерев приймаємо, що одне дерево середнього розміру потребує приблизно 25 м² площі озеленення з урахуванням простору для росту, крони та догляду. Площа, яку доцільно відвести під дерева в межах загального озеленення, становить 1250 м².

$$N_{\text{дер}} = \frac{S_{\text{дер}}}{S_{1\text{дер}}}, \quad (3.10)$$

де $N_{\text{дер}}$ – кількість дерев, шт.;

$S_{\text{дер}}$ – площа, відведена під деревні насадження, м²;

$S_{1\text{дер}}$ – площа на одне дерево, м².

$$N_{\text{дер}} = \frac{1250}{25} = 50 \text{ дерев.}$$

Отже, на території бізнес-готелю доцільно передбачити 50 дерев. Їх розміщують переважно вздовж периметра ділянки, біля пішохідних маршрутів, у зоні короткого відпочинку та частково біля головного входу.

Кількість кущів визначаємо з розрахунку 1 кущ на 4 м². Для кущових насаджень приймається площа 1000 м².

$$N_{\text{к}} = \frac{S_{\text{к}}}{S_{1\text{к}}}, \quad (3.11)$$

де $N_{\text{к}}$ – кількість кущів, шт.;

$S_{\text{к}}$ – площа кущових насаджень, м²;

$S_{1к}$ – площа на один кущ, м².

$$N_k = \frac{1000}{4} = 250 \text{ кущів.}$$

Отже, для озеленення території передбачається 250 кущів. Їх використовують для формування зелених смуг уздовж проїздів, біля рампи підземного паркінгу, у господарській зоні та навколо внутрішньої зони відпочинку.

Площу газону визначаємо як частину озеленення, що залишається після деревних, кущових, багаторічних насаджень і дощового саду. Для газону приймається площа 1450 м². Газонні ділянки розміщуються біля головного входу, у внутрішній зоні короткого відпочинку та на відкритих фрагментах території, де потрібно створити візуально чисту й доглянуту поверхню.

Таблиця 3.6

Розрахунок кількості зелених насаджень

Вид озеленення	Прийнята площа, м ²	Норма розміщення	Розрахунок	Кількість / площа
Дерева	1250	25 м ² на 1 дерево	1250 / 25	50 дерев
Кущі	1000	4 м ² на 1 кущ	1000 / 4	250 кущів
Багаторічники та декоративні злаки	700	Суцільні декоративні групи	За композиційним рішенням	700 м ²
Дощовий сад	500	Окрема екологічна зона	За планом благоустрою	500 м ²
Газон	1450	Відкрите газонне покриття	За залишковою площею	1450 м ²
Разом	4900	—	—	потребує коригування

Уточнюємо розподіл, оскільки загальна площа озеленення повинна становити 4200 м². Остаточного приймаємо таку структуру: дерева – 1100 м², кущі – 800 м², багаторічники та декоративні злаки – 550 м², дощовий сад – 500 м², газон – 1250 м².

Остаточний розрахунок озеленення території

Вид озеленення	Площа, м ²	Норма розміщення	Розрахунок	Кількість / площа
Дерева	1100	25 м ² на 1 дерево	1100 / 25	44 дерева
Кущі	800	4 м ² на 1 кущ	800 / 4	200 кущів
Багаторічники та декоративні злаки	550	Композиційне розміщення	—	550 м ²
Дощовий сад	500	Окрема зона збору води	—	500 м ²
Газон	1250	Відкрите газонне покриття	—	1250 м ²
Разом	4200	—	—	4200 м ²

За остаточним розрахунком на території бізнес-готелю передбачається 44 дерева, 200 кущів, 550 м² багаторічників і декоративних злаків, 500 м² дощового саду та 1250 м² газону. Така структура озеленення є збалансованою, оскільки поєднує декоративні, захисні та екологічні функції.

План озеленення також враховує сезонність. Хвойні рослини забезпечують декоративність у зимовий період, листяні дерева створюють затінення влітку, кущі формують об'єм і захисні смуги, багаторічники додають кольору в теплий сезон, а газон забезпечує охайний загальний вигляд території. Декоративні злаки використовуються для підкреслення сучасної архітектури готелю, оскільки вони добре поєднуються з лаконічними фасадами, склом, металом і натуральними матеріалами.

Для догляду за зеленими насадженнями передбачається автоматизована система поливу. Вона охоплює газон, квітники, багаторічники, дощовий сад і частину кущових насаджень. Для дерев передбачається крапельний полив у перші роки після висаджування. Дощовий сад, навпаки, працює як зона природного накопичення вологи, тому для нього добираються рослини, здатні витримувати періодичне зволоження.

Озеленення території повинно бути пов'язане з системою освітлення та навігації. Уздовж основних пішохідних маршрутів передбачаються низькі ландшафтні світильники, біля входу – акцентне освітлення дерев і декоративних

груп, у зоні відпочинку – м'яке освітлення для вечірнього використання. Освітлення не повинно засліплювати гостей або водіїв, але має забезпечувати безпечне пересування території.

У зоні головного входу доцільно використовувати більш виразні декоративні композиції: групи злаків, багаторічників, низьких кущів і кількох дерев із правильно сформованою кроною. Периметральне озеленення виконується щільнішим, із використанням дерев і кущів, що створюють зелений екран. Біля господарської зони та рампи підземного паркінгу насадження мають бути менш декоративними, але більш функціональними – вони маскують технічні елементи та пом'якшують їхній вигляд.

Отже, план озеленення території бізнес-готелю 4* передбачає створення цілісної системи зелених насаджень площею 4200 м², що становить 27,3% від загальної площі ділянки. Озеленення включає парадну зону біля входу, периметральні насадження, внутрішню зону короткого відпочинку, лінійне озеленення вздовж маршрутів, захисне озеленення господарської зони, озеленення біля рампи паркінгу та дощовий сад. Такий підхід дозволяє підвищити комфорт гостей, покращити мікроклімат, зменшити візуальний вплив транспортних і технічних зон та сформувати сучасне середовище навколо бізнес-готелю.

3.3. Дизайнерські рішення щодо бізнес-готелю 4*

Бізнес-готель 4* проєктується як головний громадський простір будівлі, через який гість отримує перше враження про рівень закладу, його функціональність і сервісну культуру. Для готелю на 500 номерів вестибюль не може бути лише зоною очікування біля рецепції. Він має виконувати функції прийому гостей, навігації, короточасного відпочинку, ділового спілкування, цифрового самообслуговування, доступу до ресторану, конференц-зали, ліфтового холу, тренажерної зали та підземного паркінгу.

Концепція дизайну вестибюлю базується на поєднанні сучасного бізнес-стилю, технологічності, стриманої естетики та комфортної атмосфери. Оскільки готель орієнтований на ділових гостей, інтер'єр має бути репрезентативним, але не перевантаженим декоративними елементами. Основний акцент робиться на простій навігації, якісних матеріалах, зручних меблях, достатньому освітленні, акустичному комфорті та інтеграції цифрових сервісів.

Для визначення площі вестибюльної групи враховуємо масштаб готелю. За попередніми розрахунками, середньодобова кількість гостей становить 439 осіб. У години пікового заїзду або виїзду одночасно у вестибюлі може перебувати близько 12% добової кількості гостей:

$$N_{\text{одн}} = N_{\text{г}} \times 0,12, \quad (3.12)$$

де $N_{\text{одн}}$ – кількість гостей, які можуть одночасно перебувати у вестибюлі, осіб;

$N_{\text{г}}$ – середньодобова кількість гостей, осіб.

$$N_{\text{одн}} = 439 \times 0,12 = 52,68 \approx 53 \text{ особи.}$$

Для комфортного перебування, руху гостей із багажем, роботи рецепції, self check-in-зони, очікування, доступу до ліфтів і лобі-бару приймаємо нормативну площу 2,5 м² на одну особу з коефіцієнтом резерву 1,2:

$$S_{\text{вест}} = N_{\text{одн}} \times S_1 \times K_{\text{рез}}, \quad (3.13)$$

де $S_{\text{вест}}$ – мінімальна площа основної зони вестибюлю, м²;

S_1 – площа на одного гостя, м²;

$K_{\text{рез}}$ – коефіцієнт резерву.

$$S_{\text{вест}} = 53 \times 2,5 \times 1,2 = 159 \text{ м}^2.$$

Отже, мінімальна площа основної зони перебування гостей становить 159 м². Проте для бізнес-готелю 4* на 500 номерів вестибюльна група включає не лише зону очікування, а й рецепцію, self check-in, лобі-бар, зону коротких ділових зустрічей, камеру зберігання, санвузли, ліфтовий хол, навігаційний вузол

і проходи до основних функціональних блоків. Тому загальну площу вестибюльної групи приймаємо 1200 м².

Таблиця 3.8

Функціональне зонування вестибюлю бізнес-готелю 4*

Функціональна зона	Площа, м ²	Призначення
Вхідна зона з тамбуром	90	Захист від холоду, вітру, опадів; організація основного входу
Основний хол	260	Розподіл потоків гостей, візуальний центр вестибюлю
Рецепція	120	Реєстрація, консультації, робота з індивідуальними й корпоративними гостями
Self check-in-зона	70	Самостійне поселення, виселення, електронна оплата, друк ключів
Зона очікування	180	Короткочасний відпочинок гостей, очікування таксі, трансферу, поселення
Зона ділових зустрічей	140	Неформальні переговори, робота з ноутбуком, короткі зустрічі
Лобі-бар	160	Кава, напої, легкі закуски, обслуговування гостей і відвідувачів
Ліфтовий хол	90	Доступ до номерних поверхів
Камера зберігання багажу	45	Тимчасове зберігання речей гостей
Санвузли для гостей	65	Обслуговування гостей вестибюльної групи
Навігаційна зона та проходи	80	Зв'язок із рестораном, конференц-залом, паркінгом і службовими зонами
Разом	1200	—

Планувальне рішення вестибюлю будується за принципом чіткого розподілу потоків. Після входу гість одразу потрапляє в основний хол, звідки візуально зчитуються рецепція, self check-in-термінали, ліфтовий хол, лобі-бар і напрямок до конференц-зали. Це зменшує потребу в додаткових поясненнях з боку персоналу та полегшує орієнтацію в просторі. Для бізнес-готелю така логіка особливо важлива, оскільки значна частина гостей прибуває в обмежений час і очікує швидкого доступу до потрібної послуги.

Рецепція проектується у вигляді лаконічної стійки з кількома робочими місцями адміністраторів. Її розташування має забезпечувати прямий огляд головного входу, зони очікування, self check-in-терміналів і ліфтового холу. За

рецепцією передбачається службова зона для документів, сейфових комірок, зв'язку з адміністрацією та оперативної роботи персоналу. Стійка рецепції має бути виконана з міцних матеріалів, стійких до щоденного навантаження: каменю, керамограніту, металу, HPL-панелей або якісного шпону.

Self check-in-зона розміщується поруч із рецепцією, але не перекриває основний рух гостей. У цій зоні встановлюються термінали для самостійної реєстрації, оплати, підтвердження бронювання та отримання електронного ключа. Таке рішення відповідає загальній концепції діджиталізації готелю та дозволяє зменшити черги під час групових заїздів, конференцій або пікових годин поселення.

Зона очікування виконується у форматі м'якого лаунж-простору. Тут передбачаються дивани, крісла, журнальні столики, зарядні модулі для телефонів і ноутбуків, доступ до Wi-Fi, декоративне освітлення та озеленення. Меблі мають бути зносостійкими, з оббивкою, придатною для інтенсивного використання. Для бізнес-аудиторії важливо, щоб зона очікування була не лише декоративною, а й функціональною: гість повинен мати можливість коротко попрацювати, відповісти на повідомлення або провести неформальну розмову.

Окрема зона ділових зустрічей проєктується як напіввідкрита частина вестибюлю. Її доцільно відокремити від основного холу за допомогою меблевих груп, декоративних перегородок, рослин або акустичних панелей. У цій зоні передбачаються столи для роботи з ноутбуком, розетки, USB-порти, якісне локальне освітлення та акустично комфортні посадкові місця. Це дозволить гостям використовувати вестибюль як простір короточасної роботи без необхідності одразу орендувати переговорну кімнату.

Лобі-бар є частиною вестибюльної групи й виконує сервісну та комунікаційну функції. Він обслуговує гостей під час очікування, коротких зустрічей, перерв між конференціями та вечірнього відпочинку. Лобі-бар доцільно розмістити так, щоб він був доступним із холу, але не створював перешкод для основного руху до рецепції та ліфтів. Його дизайн має підтримувати загальну стилістику вестибюлю: стримана кольорова гама, якісні

матеріали, барна стійка з підсвічуванням, зручні посадкові місця та цифрове меню.

Таблиця 3.9

Основні дизайнерські рішення для вестибюлю

Елемент інтер'єру	Проектне рішення	Обґрунтування
Колірна гама	Теплі сірі, графітові, бежеві, деревні відтінки з акцентами глибокого синього або зеленого	Створює стриманий бізнес-характер і водночас не робить простір холодним
Підлога	Керамограніт великого формату в основних проходах; килимові вставки в зонах очікування	Витримує інтенсивний рух і покращує акустику в лаунж-зонах
Стіни	Декоративні панелі, шпон, акустичні панелі, фрагменти з каменю або керамограніту	Поєднання довговічності, репрезентативності та акустичного комфорту
Стеля	Комбінована: рівна підвісна стеля, акустичні фрагменти, приховане освітлення	Дає змогу інтегрувати вентиляцію, освітлення, датчики й навігацію
Меблі	Модульні дивани, крісла, столи для роботи, барні місця, меблі для очікування	Забезпечують гнучке використання простору
Освітлення	Загальне, акцентне, локальне, декоративне, аварійне	Підтримує різні сценарії використання вестибюлю
Озеленення	Великі рослини в кашпо, вертикальні зелені акценти, декоративні композиції	Пом'якшує діловий інтер'єр і покращує сприйняття простору
Цифрові елементи	Self check-in-термінали, інформаційні екрани, цифрова навігація, QR-меню	Підтримують концепцію діджиталізації послуг

Матеріали для вестибюлю добираються з урахуванням високого щоденного навантаження. Підлога в зоні входу, рецепції та основних проходів виконується з керамограніту великого формату, оскільки він стійкий до стирання, вологи, бруду та механічного впливу валіз. У зоні очікування й ділових зустрічей доцільно використовувати килимові покриття або килимові вставки, які зменшують шум і створюють більш камерну атмосферу.

Стіни вестибюлю оформлюються поєднанням декоративних панелей, шпону, акустичних матеріалів і окремих акцентів із каменю або керамограніту. Таке рішення дозволяє уникнути монотонності, але зберегти стриманий характер простору. У зоні реєстрації доцільно передбачити акцентну стіну з логотипом готелю, підсвічуванням і декоративним матеріалом, який відрізняється від основної обробки.

Освітлення вестибюлю проєктується багаторівневим. Загальне освітлення забезпечує рівномірну видимість у холі та проходах. Акцентне освітлення підкреслює реєстрацію, логотип, барну стійку, декоративні панелі й зелені композиції. Локальне освітлення використовується в зоні ділових зустрічей і очікування. Аварійне освітлення передбачається для безпечної евакуації та руху гостей до підземного паркінгу, який під час повітряних тривог може використовуватися як найпростіше укриття.

Особливу увагу приділено акустиці. Вестибюль великого бізнес-готелю може бути шумним через рух гостей, валіз, роботу реєстрації, лобі-бару й групові заїзди. Тому в інтер'єрі використовуються акустичні стельові панелі, м'які меблі, текстильні елементи, килимові покриття в лаунж-зонах і декоративні перегородки. Це дозволяє зменшити рівень шуму та зробити перебування у вестибюлі комфортним.

Навігація у вестибюлі має бути зрозумілою з першого погляду. Біля входу розміщується інформаційний екран із позначенням реєстрації, ліфтів, ресторану, конференц-зали, тренажерної зали, санвузлів, паркінгу та укриття. Додатково використовуються піктограми, настінні покажчики, підлогові акценти та цифрові табло. Усі позначення виконуються українською та англійською мовами, оскільки готель орієнтований як на внутрішніх, так і на іноземних гостей.

Вестибюль має бути доступним для маломобільних груп населення. Для цього передбачаються безбар'єрний вхід, достатня ширина проходів, понижена частина реєстрації, зручне розташування self check-in-терміналів, тактильні елементи навігації, контрастне маркування скляних поверхонь і доступний

санвузол. Усі основні маршрути – від входу до рецепції, ліфтів, ресторану, конференц-зали та паркінгу – мають бути логічними й безпечними.

Таблиця 3.10

Цифрові елементи у вестибюлі бізнес-готелю 4*

Цифровий елемент	Місце розміщення	Функція
Self check-in-термінали	Поруч із рецепцією	Самостійне поселення, оплата, отримання ключа
Інформаційні екрани	Біля входу та ліфтового холу	Навігація, події, конференції, повідомлення для гостей
Електронна черга	Рецепція	Регулювання потоку гостей під час пікових заїздів
QR-навігація	Вхідна зона, рецепція, ліфти	Швидкий доступ до карти готелю та переліку послуг
Цифрове меню	Лобі-бар	Замовлення напоїв і легких страв
Система повідомлень про тривогу	Вестибюль, ліфти, коридори	Інформування гостей про маршрут до укриття
Контроль доступу	Ліфтовий хол, службові двері	Розмежування доступу гостей і персоналу

Зв'язок вестибюлю з підземним паркінгом є окремим елементом проєктного рішення. У звичайному режимі цей зв'язок забезпечує зручний доступ гостей від автомобіля до рецепції та номерного фонду. Під час повітряної тривоги маршрут до підземного паркінгу використовується як шлях до найпростішого укриття. Тому у вестибюлі передбачаються помітні покажчики напрямку до укриття, аварійне освітлення, інформаційні екрани з інструкціями та зрозумілий маршрут до сходово-ліфтового вузла, що веде на підземний рівень.

РОЗДІЛ 4

ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА ТЕХНІЧНІ РОЗРАХУНКИ

Першим етапом є визначення структури номерного фонду та розрахункової місткості готелю. Для бізнес-готелю 4* доцільно передбачити поєднання одномісних, двомісних номерів, номерів підвищеної комфортності та люксів. Така структура дозволяє обслуговувати індивідуальних бізнес-гостей, корпоративні групи, учасників конференцій, іноземних гостей і гостей, які прибувають до Львова на декілька діб.

Таблиця 4.1

Структура номерного фонду бізнес-готелю 4*

Категорія номера	Кількість номерів, од.	Кількість місць у номері	Загальна кількість місць
Стандарт одномісний / Business Single	160	1	160
Стандарт двомісний / Business Double	260	2	520
Напівлюкс / Junior Suite	60	2	120
Люкс / Suite	20	2	40
Разом	500	—	840

Отже, розрахункова максимальна місткість бізнес-готелю становить 840 місць. Разом із цим у щоденній експлуатації готель не завжди працюватиме зі 100% заселенням. Для розрахунку операційного навантаження приймаємо плановий середньорічний коефіцієнт завантаження номерного фонду 0,65, а середню кількість гостей в одному зайнятому номері – 1,35 особи. Середньодобова кількість гостей визначається за формулою:

$$N_{\Gamma} = N_{\text{н}} \times K_{\text{зав}} \times k_{\text{м}}, \quad (4.1)$$

де N_{Γ} – середньодобова кількість гостей, осіб;

$N_{\text{н}}$ – кількість номерів у готелі, од.;

$K_{\text{зав}}$ – плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду;

$k_{\text{м}}$ – середня кількість гостей в одному зайнятому номері, осіб.

$$N_{\Gamma} = 500 \times 0,65 \times 1,35 = 438,75 \approx 439 \text{ осіб.}$$

Отже, середньодобове операційне навантаження готелю становить 439 гостей. Саме цей показник використовується для розрахунку щоденного обсягу сніданків, потреби у білизні, готельній косметичці, воді в номерах, роботі служби прибирання та пральні.

Меблеве та технічне оснащення номерного фонду має відповідати категорії 4*, функціональному призначенню бізнес-готелю та очікуванням ділових гостей. У кожному номері передбачається спальне місце, робоче місце, шафа або гардеробна секція, приліжкова тумба, багажна тумба, сейф, телевізор, мінібар або холодильник, електрочайник, система клімат-контролю, електронний замок і набір розеток для заряджання пристроїв.

Кількість меблів, що прямо залежить від кількості номерів, визначається за формулою:

$$N_{\text{меб}} = N_{\text{н}} \times k, \quad (4.2)$$

де $N_{\text{меб}}$ – загальна кількість одиниць певного виду меблів, шт.;

$N_{\text{н}}$ – кількість номерів у готелі, од.;

k – кількість одиниць меблів на один номер.

Для ліжок використовується окремий розрахунок за структурою номерного фонду:

$$N_{\text{л}} = \sum (N_{\text{н}i} \times m_i), \quad (4.3)$$

де $N_{\text{л}}$ – загальна кількість ліжок або спальних місць, шт.;

$N_{\text{н}i}$ – кількість номерів i -го типу;

m_i – кількість спальних місць у номері i -го типу.

У проєкті приймається, що одномісні номери мають одне спальне місце, а двомісні номери, напівлюкси та люкси – два спальні місця. Тому загальна кількість спальних місць дорівнює:

$$N_{\text{л}} = (160 \times 1) + (260 \times 2) + (60 \times 2) + (20 \times 2) = 840 \text{ місць.}$$

Таблиця 4.2

Розрахунок основних меблів номерного фонду

Найменування меблів	Норма оснащення	Розрахунок	Кількість, шт.
Спальні місця	За структурою номерного фонду	$160 \times 1 + 260 \times 2 + 60 \times 2 + 20 \times 2$	840
Шафа / гардеробна секція	1 на номер	500×1	500
Робочий стіл	1 на номер	500×1	500
Робоче крісло	1 на номер	500×1	500
Багажна тумба	1 на номер	500×1	500
Дзеркало	1 на номер	500×1	500
Приліжкова тумба	1 для одномісного, 2 для двомісного номера	$160 \times 1 + 340 \times 2$	840
М'яке крісло / зона відпочинку	1 на номер	500×1	500
Світильник робочої зони	1 на номер	500×1	500
Приліжковий світильник	За кількістю спальних місць	840×1	840

Технічне обладнання номерів також розраховується відповідно до кількості номерів. Для бізнес-готелю 4* важливо передбачити не лише базове оснащення, а й цифрові інструменти управління номером: електронний замок, термостат, датчик відкриття вікна, система енергозбереження за картою або мобільним ключем.

Таблиця 4.3

Технічне обладнання номерного фонду бізнес-готелю 4*

Найменування обладнання	Норма оснащення	Розрахунок	Кількість, шт.
Телевізор Smart TV	1 на номер	500×1	500
Мінібар / холодильник	1 на номер	500×1	500
Сейф	1 на номер	500×1	500
Електрочайник	1 на номер	500×1	500
Електронний дверний замок	1 на номер	500×1	500
Термостат / панель клімат-контролю	1 на номер	500×1	500
Фен	1 на номер	500×1	500
Телефон внутрішнього зв'язку	1 на номер	500×1	500
Wi-Fi access point	1 на 4 номери	$500 / 4$	125
Інформаційний QR-довідник	1 на номер	500×1	500

За результатами розрахунку номерний фонд потребує 840 спальних місць, 500 шаф, 500 робочих столів, 500 робочих крісел, 500 телевізорів, 500 сейфів, 500 мінібарів, 500 електронних замків і 125 точок Wi-Fi для покриття номерної частини. Такий набір обладнання відповідає концепції бізнес-готелю, оскільки забезпечує комфортне проживання, можливість роботи в номері та цифрову взаємодію гостя з готелем.

Ресторанна частина бізнес-готелю обслуговує сніданки для гостей, бізнес-ланчі, вечері, room service, кавові перерви для конференц-заходів і корпоративні пакети харчування. Основою для розрахунку ресторанної зали є середньодобова кількість гостей та кількість сніданків.

У попередніх розрахунках встановлено, що середньодобова кількість гостей становить 439 осіб. Для бізнес-готелю приймаємо, що сніданком користуються 90% гостей. Кількість сніданків визначається за формулою:

$$N_{\text{сн}} = N_{\text{г}} \times k_{\text{сн}}, \quad (4.4)$$

де $N_{\text{сн}}$ – кількість сніданків на добу;

$N_{\text{г}}$ – середньодобова кількість гостей, осіб;

$k_{\text{сн}}$ – коефіцієнт користування сніданком.

$$N_{\text{сн}} = 439 \times 0,90 = 395,1 \approx 395 \text{ сніданків.}$$

Для визначення кількості місць у ресторані враховуємо тривалість сніданку 180 хвилин і середній час перебування одного гостя за сніданком 45 хвилин. Коефіцієнт оборотності місця становить:

$$K_{\text{об}} = \frac{T_{\text{сн}}}{t_{\text{г}}}, \quad (4.5)$$

де $K_{\text{об}}$ – коефіцієнт оборотності місця за період сніданку;

$T_{\text{сн}}$ – тривалість періоду сніданку, хв.;

$t_{\text{г}}$ – середня тривалість перебування одного гостя, хв.

$$K_{\text{об}} = \frac{180}{45} = 4.$$

Необхідна кількість місць у ресторані визначається за формулою:

$$N_{\text{м.р}} = \frac{N_{\text{сн}}}{K_{\text{об}}} \times K_{\text{рез}}, \quad (4.6)$$

де $N_{\text{м.р}}$ – кількість місць у ресторані;

$N_{\text{сн}}$ – кількість сніданків;

$K_{\text{об}}$ – коефіцієнт оборотності місця;

$K_{\text{рез}}$ – коефіцієнт резерву.

Для ресторану приймаємо коефіцієнт резерву 1,20, оскільки необхідно врахувати нерівномірність приходу гостей, групові заїзди та конференц-навантаження.

$$N_{\text{м.р}} = \frac{395}{4} \times 1,20 = 118,5.$$

Отримане значення округлюємо і приймаємо 120 місць у ресторані.

Для лобі-бару приймається 60 місць, оскільки він обслуговує гостей у вестибюльній групі, очікування, короткі зустрічі, неформальні переговори та вечірнє перебування. Загальна кількість місць у ресторанно-сервісній частині становить:

Таблиця 4.4

Розрахунок місткості ресторанної частини бізнес-готелю 4*

Зона обслуговування	Розрахунок / обґрунтування	Прийнята кількість місць
Ресторан для сніданків і бізнес-ланчів	$395 / 4 \times 1,20 = 118,5$	120
Лобі-бар	За функцією вестибюльної групи	60
Зона кавових перерв при конференц-залі	Обслуговування до 250 учасників без постійної посадки	250 учасників
Разом постійних посадкових місць	$120 + 60$	180

Для визначення добового обсягу кулінарної продукції приймаємо, що ресторан протягом доби обслуговує гостей на сніданок, частину гостей на обід і вечерю, а також відвідувачів лобі-бару. Кількість споживачів ресторанної продукції за добу визначаємо так:

$$N_{\text{сп}} = N_{\text{сн}} + (N_{\text{г}} \times k_{\text{обід}}) + (N_{\text{г}} \times k_{\text{веч}}), \quad (4.7)$$

де $N_{\text{сп}}$ – добова кількість споживачів ресторанної продукції;

$N_{\text{сн}}$ – кількість сніданків;

$k_{\text{обід}}$ – частка гостей, які користуються обідом;

$k_{\text{веч}}$ – частка гостей, які користуються вечерею.

Приймаємо $k_{\text{обід}} = 0,35$, $k_{\text{веч}} = 0,25$.

$$N_{\text{сп}} = 395 + (439 \times 0,35) + (439 \times 0,25) = 395 + 153,65 + 109,75 = 658,4 \\ \approx 659 \text{ осіб.}$$

Кількість страв за добу визначається за формулою:

$$n_{\text{стр}} = N_{\text{сп}} \times m, \quad (4.8)$$

де $n_{\text{стр}}$ – кількість страв за добу;

$N_{\text{сп}}$ – кількість споживачів за добу;

m – середня кількість страв на одного споживача.

Для ресторану бізнес-готелю приймаємо $m = 2,5$.

$$n_{\text{стр}} = 659 \times 2,5 = 1647,5 \approx 1648 \text{ страв.}$$

Отже, ресторанна частина готелю повинна бути розрахована на виробництво приблизно 1648 страв на добу. Цей показник використовується для планування виробничих приміщень, постачання продуктів, кількості персоналу, холодильного та теплового обладнання.

Пральня бізнес-готелю забезпечує обробку постільної білизни, рушників, ресторанного текстилю, текстилю тренажерної зали та частини службового текстилю. Для готелю на 500 номерів доцільно передбачити власну пральню, оскільки це зменшує залежність від зовнішніх підрядників і дає змогу оперативно реагувати на групові заїзди, конференції та пікові періоди завантаження.

Добову кількість білизни визначаємо за формулою:

$$Q_{\text{біл}} = N_{\text{г}} \times q_{\text{біл}} \times K_{\text{рез}}, \quad (4.9)$$

де $Q_{\text{біл}}$ – добова маса білизни, кг;

N_{Γ} – середньодобова кількість гостей, осіб;

$q_{\text{біл}}$ – норма білизни на одного гостя за добу, кг;

$K_{\text{рез}}$ – коефіцієнт резерву.

Для готелю 4* приймаємо $q_{\text{біл}} = 2,5$ кг на одного гостя за добу, що враховує постільну білизну, рушники, ресторанний текстиль і додатковий текстиль. Коефіцієнт резерву приймаємо 1,15.

$$Q_{\text{біл}} = 439 \times 2,5 \times 1,15 = 1262,1 \text{ кг/добу.}$$

Отже, пральня повинна забезпечувати обробку приблизно 1262 кг білизни на добу.

Кількість пральних машин визначається за формулою:

$$N_{\text{пр}} = \frac{Q_{\text{біл}}}{P \times t}, \quad (4.10)$$

де $N_{\text{пр}}$ – кількість пральних машин, шт.;

$Q_{\text{біл}}$ – добова кількість білизни, кг;

P – продуктивність однієї пральної машини за цикл, кг;

t – кількість циклів за зміну.

Для проєкту приймаємо професійну пральну машину продуктивністю 25 кг за цикл і 6 циклів за зміну:

$$N_{\text{пр}} = \frac{1262,1}{25 \times 6} = \frac{1262,1}{150} = 8,41.$$

Отримане значення округлюємо до цілого у більший бік. Приймаємо 9 пральних машин.

Кількість сушильних машин приймається рівною кількості пральних машин:

$$N_{\text{суш}} = 9 \text{ шт.}$$

Кількість прасувальних столів приймаємо з розрахунку один стіл на дві пральні машини:

$$N_{\text{прас}} = \frac{9}{2} = 4,5 \approx 5 \text{ шт.}$$

Таблиця 4.5

Розрахунок обладнання пральні бізнес-готелю 4*

Показник	Розрахунок	Значення
Середньодобова кількість гостей	—	439 осіб
Норма білизни на одного гостя	—	2,5 кг/добу
Коефіцієнт резерву	—	1,15
Добова маса білизни	$439 \times 2,5 \times 1,15$	1262,1 кг
Продуктивність пральної машини	—	25 кг/цикл
Кількість циклів за зміну	—	6
Кількість пральних машин	$1262,1 / (25 \times 6)$	9 шт.
Кількість сушильних машин	Приймається рівною кількості пральних машин	9 шт.
Кількість прасувальних столів	$9 / 2$	5 шт.

Санітарно-технічне обладнання громадських зон розраховується з урахуванням одночасного перебування гостей у ресторані, лобі-барі, конференц-залі та вестибюльній групі. Для пікового навантаження приймаємо: ресторан – 120 місць, лобі-бар – 60 місць, конференц-зала – 250 учасників, вестибюльна група – 53 особи. Загальне пікове навантаження становить:

$$N_{\text{пik}} = 120 + 60 + 250 + 53 = 483 \text{ особи.}$$

Кількість унітазів для відвідувачів визначається за формулою:

$$N_{\text{ун}} = \frac{N_{\text{пik}}}{n_{\text{ун}}}, \quad (4.11)$$

де $N_{\text{ун}}$ – кількість унітазів для відвідувачів, шт.;

$N_{\text{пik}}$ – пікова кількість відвідувачів громадських зон, осіб;

$n_{\text{ун}}$ – нормативна кількість осіб на один унітаз.

Приймаємо $n_{\text{ун}} = 35$ осіб.

$$N_{\text{ун}} = \frac{483}{35} = 13,8 \approx 14 \text{ шт.}$$

Кількість умивальників приймається рівною кількості унітазів:

$$N_{\text{ум}} = 14 \text{ шт.}$$

Для персоналу приймається одночасна чисельність у найбільш завантажену зміну 95 осіб. Кількість унітазів для персоналу визначається за формулою:

$$N_{\text{ун.п}} = \frac{N_{\text{перс}}}{n_{\text{ун.п}}}, \quad (4.12)$$

де $N_{\text{ун.п}}$ – кількість унітазів для персоналу, шт.;

$N_{\text{перс}}$ – чисельність персоналу в найбільш завантажену зміну, осіб;

$n_{\text{ун.п}}$ – нормативна кількість осіб на один унітаз.

Приймаємо $n_{\text{ун.п}} = 15$ осіб.

$$N_{\text{ун.п}} = \frac{95}{15} = 6,33 \approx 7 \text{ шт.}$$

Кількість умивальників для персоналу приймається рівною кількості унітазів:

$$N_{\text{ум.п}} = 7 \text{ шт.}$$

Кількість душових кабін для персоналу визначається за формулою:

$$N_{\text{д}} = \frac{N_{\text{перс}}}{n_{\text{д}}}, \quad (4.13)$$

де $N_{\text{д}}$ – кількість душових кабін;

$N_{\text{перс}}$ – чисельність персоналу в найбільш завантажену зміну;

$n_{\text{д}}$ – нормативна кількість осіб на одну душову кабінку.

Приймаємо $n_{\text{д}} = 15$ осіб.

$$N_{\text{д}} = \frac{95}{15} = 6,33 \approx 7 \text{ кабін}$$

Таблиця 4.6

Зведений розрахунок санітарно-технічного обладнання

Категорія	Найменування обладнання	Розрахунок	Кількість
Відвідувачі громадських зон	Унітази	483 / 35	14 шт.
Відвідувачі громадських зон	Умивальники	Приймається рівним кількості унітазів	14 шт.
Відвідувачі громадських зон	Дзеркала	Приймається рівним кількості умивальників	14 шт.
Відвідувачі громадських зон	Інклюзивні санвузли	Не менше одного на основному рівні та в зоні конференцій	2 комплекти
Персонал	Унітази	95 / 15	7 шт.
Персонал	Умивальники	Приймається рівним кількості унітазів	7 шт.
Персонал	Душові кабінки	95 / 15	7 шт.
Виробничі приміщення ресторану	Умивальники виробничі	За зонами виробництва	8 шт.
Пральня	Умивальники службові	За функціональною потребою	2 шт.

Для 9-поверхового бізнес-готелю на 500 номерів ліфтове господарство є важливим елементом технологічної організації будівлі. Ліфти забезпечують вертикальний рух гостей, персоналу, багажу, сервісних візків, білизни та технічного обслуговування. У бізнес-готелі доцільно розділити гостьові та службові потоки, щоб персонал, постачання, прибирання і транспортування білизни не перетиналися з основним рухом гостей.

Кількість гостьових ліфтів визначається за формулою:

$$N_{\text{лфт}} = \frac{N_{\text{м}}}{n_{\text{лфт}}}, \quad (4.14)$$

де $N_{\text{лфт}}$ – кількість гостьових ліфтів, шт.;

$N_{\text{м}}$ – розрахункова кількість місць у готелі;

$n_{\text{лфт}}$ – кількість місць у готелі, що припадає на один гостьовий ліфт.

Для бізнес-готелю приймаємо $n_{\text{лфт}} = 180$ місць на один гостьовий ліфт.

$$N_{\text{лфт}} = \frac{840}{180} = 4,67.$$

Отримане значення округлюємо до цілого у більший бік. Приймаємо 5 гостьових ліфтів.

Для службового руху приймаємо 2 службові ліфти: один для housekeeping, білизни та сервісних візків, другий – для технічного обслуговування, кухонного й господарського забезпечення. Загальна кількість ліфтів становить:

$$N_{\text{лфт.заг}} = 5 + 2 = 7 \text{ ліфтів.}$$

Таблиця 4.7

Розрахунок ліфтового господарства бізнес-готелю 4*

Тип ліфта	Розрахунок / обґрунтування	Кількість
Гостьові ліфти	$840 / 180 = 4,67$	5
Службові ліфти	Для housekeeping, білизни, технічного обслуговування і постачання	2
Разом	$5 + 2$	7

Прийнята кількість ліфтів забезпечує розділення гостьових і службових потоків, скорочує очікування в години заїзду та виїзду, підвищує комфорт гостей і забезпечує стабільну роботу служб готелю.

Розрахунок водопостачання виконується за максимальною місткістю готелю – 840 місць, оскільки інженерні системи повинні забезпечувати роботу готелю навіть у періоди повного завантаження. Добова витрата води визначається за формулою:

$$Q_{\text{доб}} = N_{\text{м}} \times q, \quad (4.15)$$

де $Q_{\text{доб}}$ – добова витрата води, л/добу;

$N_{\text{м}}$ – кількість місць у готелі;

q – норма водопостачання на одне місце, л/добу.

Для бізнес-готелю 4* приймаємо $q = 250$ л на одне місце за добу.

$$Q_{\text{доб}} = 840 \times 250 = 210\,000 \text{ л/добу.}$$

Переведемо показник у кубічні метри:

$$Q_{\text{доб}} = 210\,000/1000 = 210 \text{ м}^3/\text{добу}.$$

Максимальна добова витрата води з урахуванням коефіцієнта нерівномірності визначається за формулою:

$$Q_{\text{max}} = Q_{\text{доб}} \times k_{\text{н}}, \quad (4.16)$$

де Q_{max} – максимальна добова витрата води, $\text{м}^3/\text{добу}$;

$Q_{\text{доб}}$ – середня добова витрата води, $\text{м}^3/\text{добу}$;

$k_{\text{н}}$ – коефіцієнт нерівномірності.

Приймаємо $k_{\text{н}} = 1,3$.

$$Q_{\text{max}} = 210 \times 1,3 = 273 \text{ м}^3/\text{добу}.$$

Витрата гарячої води приймається на рівні 60% від загальної добової витрати:

$$Q_{\text{гв}} = Q_{\text{доб}} \times k_{\text{гв}}, \quad (4.17)$$

де $Q_{\text{гв}}$ – добова витрата гарячої води, $\text{м}^3/\text{добу}$;

$k_{\text{гв}}$ – частка гарячої води у загальній витраті.

$$Q_{\text{гв}} = 210 \times 0,60 = 126 \text{ м}^3/\text{добу}.$$

Пропускна здатність каналізації приймається рівною витратам водопостачання:

$$Q_{\text{кан}} = Q_{\text{доб}} = 210 \text{ м}^3/\text{добу}.$$

Максимальне каналізаційне навантаження становить:

$$Q_{\text{кан.мах}} = Q_{\text{max}} = \frac{273 \text{ м}^3}{\text{добу}}.$$

Таблиця 4.8

Розрахунок водопостачання та каналізації бізнес-готелю 4*

Показник	Розрахунок	Значення
Розрахункова місткість готелю	–	840 місць
Норма водоспоживання	–	250 л/місце·добу
Добова витрата води	840×250	210 000 л/добу
Добова витрата води	$210\,000 / 1000$	210 $\text{м}^3/\text{добу}$
Коефіцієнт нерівномірності	–	1,3
Максимальна добова витрата води	$210 \times 1,3$	273 $\text{м}^3/\text{добу}$
Добова витрата гарячої води	$210 \times 0,60$	126 $\text{м}^3/\text{добу}$
Добове каналізаційне навантаження	$Q_{\text{кан}} = Q_{\text{доб}}$	210 $\text{м}^3/\text{добу}$
Максимальне каналізаційне навантаження	$Q_{\text{кан.мах}} = Q_{\text{max}}$	273 $\text{м}^3/\text{добу}$

Отже, система водопостачання бізнес-готелю повинна бути розрахована на середню добову витрату 210 м³ і максимальне навантаження 273 м³/добу. Система каналізації повинна мати таку саму розрахункову пропускну здатність.

Система вентиляції бізнес-готелю повинна забезпечувати нормативний повітрообмін у номерах, громадських приміщеннях, ресторані, кухні, конференц-залі, пральні, тренажерній залі та підземному паркінгу. Розрахунок виконується за формулою:

$$L = V \times n, \quad (4.18)$$

де L – необхідний об'єм повітрообміну, м³/год;

V – об'єм приміщення, м³;

n – кратність повітрообміну.

Об'єм приміщення визначається за формулою:

$$V = S \times h, \quad (4.19)$$

де S – площа приміщення, м²;

h – висота приміщення, м.

Для номерного фонду приймаємо площу 20 000 м², висоту приміщень 3,0 м, кратність повітрообміну 1,5:

$$V_{\text{нф}} = 20\,000 \times 3,0 = 60\,000 \text{ м}^3,$$

$$L_{\text{нф}} = 60\,000 \times 1,5 = 90\,000 \text{ м}^3/\text{год}.$$

Аналогічно розраховуємо інші функціональні зони.

Таблиця 4.9

Розрахунок повітрообміну бізнес-готелю 4*

Зона	Площа, м ²	Висота, м	Об'єм, м ³	Кратність повітрообміну	Повітрообмін, м ³ /год
Номерний фонд	20 000	3,0	60 000	1,5	90 000
Вестибюльна група	1200	3,6	4320	3	12 960
Ресторанна зала	600	3,6	2160	4	8640
Виробничі приміщення ресторану	700	3,6	2520	10	25 200

Продовження таблиці 4.9

Конференц-зала	650	3,6	2340	4	9360
Пральня	500	3,3	1650	12	19 800
Тренажерна зала	350	3,6	1260	5	6300
Підземний паркінг	6300	3,0	18 900	6	113 400
Разом	—	—	—	—	285 660

Загальна розрахункова потреба в повітрообміні становить 285 660 м³/год. Найбільше навантаження формує підземний паркінг – 113 400 м³/год, оскільки він потребує інтенсивного повітрообміну для видалення забрудненого повітря. Другим за обсягом є номерний фонд – 90 000 м³/год. Для цих зон доцільно передбачити окремі вентиляційні системи, щоб уникнути змішування потоків і забезпечити стабільну роботу готелю.

Електропостачання бізнес-готелю 4* повинно забезпечувати роботу номерного фонду, ресторану, конференц-зали, пральні, ліфтів, вентиляції, освітлення, цифрових систем, підземного паркінгу, систем безпеки та аварійного освітлення. У зв'язку з тим, що готель передбачає діджиталізовану модель обслуговування, особливе значення має резервне живлення PMS/CRM-систем, серверного обладнання, електронних замків, систем контролю доступу, відеоспостереження, пожежної сигналізації та навігації до укриття.

Розрахункове електричне навантаження визначається за формулою:

$$P_p = P_{\text{вст}} \times K_{\text{поп}}, \quad (4.20)$$

де P_p – розрахункова потужність, кВт;

$P_{\text{вст}}$ – встановлена потужність обладнання, кВт;

$K_{\text{поп}}$ – коефіцієнт попиту.

Таблиця 4.10

Розрахунок електричного навантаження бізнес-готелю 4*

Група споживачів	Встановлена потужність, кВт	Коефіцієнт попиту	Розрахункова потужність, кВт
Номерний фонд	1500	0,45	675
Вестибюль, громадські простори, освітлення	220	0,70	154
Ресторан і кухня	450	0,80	360

Продовження таблиці 4.10

Конференц-зала та мультимедійне обладнання	120	0,70	84
Ліфти	280	0,60	168
Вентиляція та кондиціонування	900	0,70	630
Пральня	180	0,75	135
Підземний паркінг	120	0,65	78
ІТ-системи, PMS/CRM, серверна, контроль доступу	90	0,90	81
Зовнішнє освітлення та благоустрій	60	0,60	36
Разом	3920	—	2401

Отже, загальна розрахункова електрична потужність бізнес-готелю становить 2401 кВт. Для стабільної роботи об'єкта необхідно передбачити трансформаторну підстанцію з резервом потужності. З урахуванням 15% резерву:

$$P_{\text{рез}} = P_p \times 1,15, \quad (4.21)$$

$$P_{\text{рез}} = 2401 \times 1,15 = 2761,15 \text{ кВт.}$$

Отже, трансформаторна потужність повинна бути не меншою ніж 2760 кВт. Доцільно передбачити двотрансформаторну підстанцію, наприклад 2×1600 кВА, що забезпечить роботу основних систем і резервування частини потужності.

Для аварійного режиму необхідно передбачити дизель-генератор або іншу систему резервного живлення. Резервне живлення повинно забезпечувати роботу аварійного освітлення, пожежної сигналізації, серверної, системи контролю доступу, частини ліфтів, насосів, вентиляції укриття, електронних замків, систем зв'язку та мінімального освітлення громадських зон. Для критичних систем приймається резервне навантаження 650 кВт.

Таблиця 4.11

Критичні системи, що підключаються до резервного живлення

Система	Призначення	Резервна потужність, кВт
Аварійне освітлення	Евакуація та рух гостей до укриття	60
Серверна, PMS/CRM, мережеве обладнання	Робота цифрової інфраструктури	70
Система контролю доступу та електронні замки	Доступ до номерів і службових зон	45
Пожежна сигналізація і сповіщення	Безпека гостей і персоналу	35
Насосне обладнання	Водопостачання і пожежні системи	110
Частина ліфтів	Вертикальна евакуаційна та сервісна доступність	120
Вентиляція підземного паркінгу-укриття	Безпечне перебування людей під час тривоги	140
Мінімальне освітлення громадських зон	Робота рецепції та вестибюлю	70
Разом	—	650

Отже, для аварійного режиму доцільно передбачити резервне джерело живлення потужністю не менше 650 кВт. Це особливо важливо з огляду на використання підземного паркінгу як найпростішого укриття під час повітряних тривог.

Після виконання окремих технологічних і технічних розрахунків доцільно узагальнити основні показники обладнання бізнес-готелю 4*. Зведення дає змогу перевірити відповідність прийнятих рішень масштабу готелю та використати ці дані для подальшого економічного обґрунтування проєкту.

Таблиця 4.12

Зведений розрахунок основного обладнання бізнес-готелю 4*

Зона	Найменування обладнання / елемента	Кількість
Номерний фонд	Спальні місця	840
Номерний фонд	Телевізори Smart TV	500
Номерний фонд	Мінібари / холодильники	500
Номерний фонд	Сейфи	500

Продовження таблиці 4.12

Номерний фонд	Електронні замки	500
Номерний фонд	Точки Wi-Fi для номерної зони	125
Ресторан	Посадкові місця	120
Лобі-бар	Посадкові місця	60
Конференц-сервіс	Максимальна кількість учасників заходу	250
Пральня	Пральні машини	9
Пральня	Сушильні машини	9
Пральня	Прасувальні столи	5
Санітарні вузли громадських зон	Унітази	14
Санітарні вузли громадських зон	Умивальники	14
Санітарні вузли персоналу	Унітази	7
Санітарні вузли персоналу	Душові кабінки	7
Ліфтове господарство	Гостьові ліфти	5
Ліфтове господарство	Службові ліфти	2
Підземний паркінг	Машиномісця	180
Інженерні системи	Добова витрата води	210 м³/добу
Інженерні системи	Максимальна добова витрата води	273 м³/добу
Інженерні системи	Загальний повітрообмін	285 660 м³/год
Електропостачання	Розрахункова потужність	2401 кВт
Електропостачання	Резервне живлення критичних систем	650 кВт

Таким чином, технологічні та технічні розрахунки підтверджують можливість функціонування бізнес-готелю 4* на 500 номерів і 840 розрахункових місць. Для щоденної експлуатації готель орієнтується на середнє навантаження 439 гостей, 395 сніданків, ресторан на 120 місць, лобі-бар на 60 місць, конференц-залу на 250 учасників, пральню з 9 пральними та 9 сушильними машинами, підземний паркінг на 180 машиномісць і резервне живлення критичних систем потужністю 650 кВт.

РОЗДІЛ 5

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

Економічна модель готелю ґрунтується на поєднанні кількох джерел доходу. Основним джерелом є реалізація послуг проживання. Додатковий дохід формують ресторан, лобі-бар, конференц-сервіс, підземний паркінг, room service, тренажерна зала, пральня, трансфер, цифрові послуги та корпоративні пакети. Така структура доходів є доцільною для бізнес-готелю, оскільки він орієнтований не лише на індивідуальне проживання, а й на корпоративних клієнтів, учасників конференцій, ділових гостей і групові заїзди.

Для розрахунків приймаються такі базові показники проєкту.

Таблиця 5.1

Вихідні економічні показники проєкту бізнес-готелю 4*

Показник	Значення
Кількість номерів	500 номерів
Розрахункова місткість	840 місць
Кількість поверхів	9
Середньорічний коефіцієнт завантаження номерного фонду	0,65
Середня кількість гостей в одному зайнятому номері	1,35 особи
Середньодобова кількість гостей	439 осіб
Середня ціна номеро-добы	3600 грн
Кількість днів роботи готелю на рік	365 днів
Кількість місць у ресторані	120 місць
Кількість місць у лобі-барі	60 місць
Місткість конференц-зали	250 учасників
Кількість машиномісць у підземному паркінгу	180
Площа земельної ділянки	15 375 м ²
Площа забудови	3700 м ²
Загальна надземна площа будівлі	29 500 м ²
Площа підземного паркінгу	6300 м ²

Особливістю бізнес-готелю є значний масштаб номерного фонду, тому навіть за середнього завантаження 65% заклад щоденно обслуговуватиме приблизно 439 гостей. Це створює достатню базу для формування доходів від проживання, харчування, конференц-сервісу та додаткових послуг.

Основним джерелом доходу бізнес-готелю є продаж номеро-діб. Річна кількість реалізованих номеро-діб визначається за формулою:

$$N_{\text{нд}} = N_{\text{н}} \times K_{\text{зав}} \times D, \quad (5.1)$$

де $N_{\text{нд}}$ – кількість реалізованих номеро-діб за рік;

$N_{\text{н}}$ – кількість номерів у готелі;

$K_{\text{зав}}$ – середньорічний коефіцієнт завантаження номерного фонду;

D – кількість днів роботи готелю на рік.

Підставимо вихідні дані:

$$N_{\text{нд}} = 500 \times 0,65 \times 365 = 118\,625 \text{ номеро-діб.}$$

Річний дохід від проживання визначається за формулою:

$$D_{\text{прож}} = N_{\text{нд}} \times C_{\text{нд}}, \quad (5.2)$$

де $D_{\text{прож}}$ – річний дохід від проживання, грн;

$N_{\text{нд}}$ – кількість реалізованих номеро-діб;

$C_{\text{нд}}$ – середня ціна номеро-добы, грн.

$$D_{\text{прож}} = 118\,625 \times 3600 = 427\,050\,000 \text{ грн.}$$

Отже, очікуваний річний дохід від проживання становить 427 050,0 тис. грн.

Дохід ресторану формується за рахунок сніданків, бізнес-ланчів, вечерь, room service та обслуговування корпоративних заходів. У попередніх розрахунках визначено, що середньодобова кількість гостей становить 439 осіб, а кількість сніданків – 395. Для розрахунку ресторанного доходу приймаємо середній чек ресторанного обслуговування на одного гостя на добу 650 грн, оскільки частина гостей користується лише сніданком, а частина – обідом, вечерею або room service.

Річний дохід ресторану визначається за формулою:

$$D_{\text{рест}} = N_{\text{г}} \times C_{\text{рест}} \times D, \quad (5.3)$$

де $D_{\text{рест}}$ – річний дохід ресторану, грн;

$N_{\text{г}}$ – середньодобова кількість гостей;

$C_{\text{рест}}$ – середній чек ресторанного обслуговування на одного гостя, грн;

D – кількість днів роботи.

$$D_{\text{рест}} = 439 \times 650 \times 365 = 104\,147\,750 \text{ грн.}$$

Дохід лобі-бару розраховується окремо, оскільки ним користуються не лише мешканці готелю, а й відвідувачі ділових зустрічей, учасники конференцій та гості ресторану. Приймаємо середньодобовий дохід лобі-бару 85 000 грн.

$$D_{\text{бар}} = 85\,000 \times 365 = 31\,025\,000 \text{ грн.}$$

Конференц-сервіс є одним із важливих напрямів доходу бізнес-готелю. Приймаємо, що конференц-зала використовується в середньому 160 днів на рік, середній дохід від одного заходу з урахуванням оренди зали, технічного супроводу, кавових перерв і сервісного обслуговування становить 95 000 грн.

$$D_{\text{конф}} = N_{\text{зах}} \times C_{\text{зах}}, \quad (5.4)$$

де $D_{\text{конф}}$ – річний дохід від конференц-сервісу, грн;

$N_{\text{зах}}$ – кількість заходів на рік;

$C_{\text{зах}}$ – середній дохід від одного заходу, грн.

$$D_{\text{конф}} = 160 \times 95\,000 = 15\,200\,000 \text{ грн.}$$

Дохід від підземного паркінгу розраховується з урахуванням 180 машиномісць, середнього завантаження паркінгу 50% і середньої вартості користування 300 грн на добу.

$$D_{\text{парк}} = N_{\text{м}} \times K_{\text{зав.п}} \times C_{\text{парк}} \times D, \quad (5.5)$$

де $D_{\text{парк}}$ – річний дохід від паркінгу, грн;

$N_{\text{м}}$ – кількість машиномісць;

$K_{\text{зав.п}}$ – середній коефіцієнт завантаження паркінгу;

$C_{\text{парк}}$ – середня вартість користування паркінгом за добу, грн.

$$D_{\text{парк}} = 180 \times 0,50 \times 300 \times 365 = 9\,855\,000 \text{ грн.}$$

Дохід від інших додаткових послуг включає пральню, хімчистку, трансфер, раннє поселення, пізнє виселення, оренду додаткового обладнання, користування окремими цифровими сервісами, корпоративні пакети та інші послуги. Приймаємо його на рівні 6% від доходу проживання:

$$D_{\text{дод}} = D_{\text{прож}} \times 0,06 \quad (5.6)$$

$$D_{\text{дод}} = 427\,050\,000 \times 0,06 = 25\,623\,000 \text{ грн.}$$

Зведений розрахунок доходів подано в таблиці 5.2.

Таблиця 5.2

Розрахунок річних доходів бізнес-готелю 4*

Джерело доходу	Формула / розрахунок	Дохід, грн	Дохід, тис. грн
Проживання	$118\,625 \times 3600$	427 050 000	427 050,0
Ресторан	$439 \times 650 \times 365$	104 147 750	104 147,8
Лобі-бар	$85\,000 \times 365$	31 025 000	31 025,0
Конференц-сервіс	$160 \times 95\,000$	15 200 000	15 200,0
Підземний паркінг	$180 \times 0,50 \times 300 \times 365$	9 855 000	9 855,0
Інші додаткові послуги	$427\,050\,000 \times 0,06$	25 623 000	25 623,0
Разом	—	612 900 750	612 900,8

Отже, прогнозований річний дохід бізнес-готелю становить 612 900,8 тис. грн. Найбільшу частку забезпечує проживання – 427 050,0 тис. грн, тобто майже 70% загального доходу. Водночас ресторан, лобі-бар, конференц-сервіс, паркінг та інші додаткові послуги формують важливу додаткову частину доходів і підвищують економічну стійкість готелю.

Наступним важливим етапом економічного розрахунку є розрахунок капітальних вкладень. Капітальні вкладення включають витрати на будівництво будівлі, підземного паркінгу, інженерні мережі, благоустрій, меблі, обладнання, цифрові системи, проєктні роботи та резерв непередбачених витрат. Оскільки проєктований бізнес-готель має великий масштаб, найбільшу частку капітальних вкладень становить будівництво основної будівлі та підземного паркінгу.

Вартість будівництва надземної частини визначається за формулою:

$$K_{\text{буд}} = S_{\text{заг}} \times C_{1\text{м}^2}, \quad (5.7)$$

де $K_{\text{буд}}$ – вартість будівництва надземної частини, грн;

$S_{\text{заг}}$ – загальна надземна площа будівлі, м²;

$C_{1\text{м}^2}$ – вартість будівництва 1 м², грн.

Для бізнес-готелю 4* приймаємо загальну надземну площу 29 500 м², а середню вартість будівництва 1 м² – 42 000 грн.

$$K_{\text{буд}} = 29\,500 \times 42\,000 = 1\,239\,000\,000 \text{ грн.}$$

Вартість будівництва підземного паркінгу визначається окремо:

$$K_{\text{парк}} = S_{\text{парк}} \times C_{\text{парк.1м}^2}, \quad (5.8)$$

де $K_{\text{парк}}$ – вартість будівництва підземного паркінгу, грн;

$S_{\text{парк}}$ – площа підземного паркінгу, м²;

$C_{\text{парк.1м}^2}$ – вартість будівництва 1 м² підземного паркінгу, грн.

Площа підземного паркінгу становить 6300 м², середня вартість будівництва 1 м² підземного паркінгу приймається 36 000 грн.

$$K_{\text{парк}} = 6300 \times 36\,000 = 226\,800\,000 \text{ грн.}$$

Вартість благоустрою території визначається за площею ділянки, яка відведена під озеленення, проїзди, пішохідні простори, вхідну групу, освітлення та зовнішні елементи благоустрою. Приймаємо площу благоустрою 11 675 м² та середню вартість благоустрою 2500 грн/м².

$$K_{\text{благ}} = 11\,675 \times 2500 = 29\,187\,500 \text{ грн.}$$

Вартість меблів, обладнання, ІТ-систем, ресторанного й прального обладнання визначається укрупнено за групами.

Таблиця 5.3

Розрахунок капітальних вкладень у проєкт бізнес-готелю 4*

Стаття капітальних вкладень	Розрахунок / обґрунтування	Сума, грн	Сума, тис. грн
Будівництво надземної частини	29 500 м ² × 42 000 грн	1 239 000 000	1 239 000,0
Будівництво підземного паркінгу	6300 м ² × 36 000 грн	226 800 000	226 800,0
Благоустрій та озеленення території	11 675 м ² × 2500 грн	29 187 500	29 187,5
Меблі та оснащення номерного фонду	500 номерів × 180 000 грн	90 000 000	90 000,0
Обладнання ресторану і кухні	За укрупненим кошторисом	45 000 000	45 000,0
Обладнання пральні	9 пральних, 9 сушильних машин, прасувальні столи	18 000 000	18 000,0
Ліфтове обладнання	7 ліфтів × 5 000 000 грн	35 000 000	35 000,0

Продовження таблиці 5.3

Системи вентиляції, кондиціювання, водопостачання, електропостачання	Інженерне обладнання будівлі	160 000 000	160 000,0
Цифрові системи PMS/CRM, електронні замки, Wi-Fi, серверна, відеонагляд	Діджиталізація сервісу	32 000 000	32 000,0
Конференц-обладнання	Мультимедіа, звук, екрани, меблі	18 000 000	18 000,0
Проектні роботи та авторський нагляд	5% від будівельно-монтажних робіт	74 000 000	74 000,0
Резерв непередбачених витрат	7% від основних капітальних вкладень	137 000 000	137 000,0
Разом	—	2 104 987 500	2 104 987,5

Отже, загальна потреба в капітальних вкладеннях для реалізації проекту бізнес-готелю 4* становить приблизно 2 104 987,5 тис. грн, або 2,105 млрд грн. Найбільшу частку займають будівництво надземної частини, підземного паркінгу та інженерні системи. Значними також є витрати на меблі, обладнання номерного фонду, цифрові системи та ліфти.

Наступним етапом є розрахунок експлуатаційних витрат бізнес-готелю, що проектується. Експлуатаційні витрати включають витрати на оплату праці, продукти харчування, комунальні послуги, прання, господарські матеріали, ремонт і технічне обслуговування, маркетинг, цифрові сервіси, адміністративні витрати, охорону, страхування та інші витрати, пов'язані з поточною діяльністю готелю.

Для розрахунку приймається штатна чисельність 220 працівників, що включає службу прийому, службу номерного фонду, ресторан, кухню, конференц-сервіс, інженерну службу, IT-відділ, службу безпеки, адміністрацію, маркетинг, бухгалтерію та допоміжний персонал. Середня місячна заробітна плата з урахуванням категорій персоналу приймається 32 000 грн.

Річний фонд оплати праці визначається за формулою:

$$F_{\text{зп}} = N_{\text{перс}} \times Z_{\text{сер}} \times 12, \quad (5.9)$$

де $F_{\text{зп}}$ – річний фонд оплати праці, грн;

$N_{\text{перс}}$ – чисельність персоналу;

$Z_{\text{сер}}$ – середня місячна заробітна плата, грн.

$$F_{\text{зп}} = 220 \times 32\,000 \times 12 = 84\,480\,000 \text{ грн.}$$

Нарахування на оплату праці приймаються на рівні 22%:

$$F_{\text{есв}} = F_{\text{зп}} \times 0,22 \quad (5.10)$$

$$F_{\text{есв}} = 84\,480\,000 \times 0,22 = 18\,585\,600 \text{ грн.}$$

Загальні витрати на персонал становлять:

$$F_{\text{перс}} = 84\,480\,000 + 18\,585\,600 = 103\,065\,600 \text{ грн.}$$

Витрати на продукти харчування приймаються на рівні 38% від доходу ресторану та лобі-бару, оскільки ресторанна діяльність має значну частку собівартості продуктів.

$$B_{\text{прод}} = (D_{\text{рест}} + D_{\text{бар}}) \times 0,38 \quad (5.11)$$

$$B_{\text{прод}} = (104\,147\,750 + 31\,025\,000) \times 0,38 = 51\,365\,645 \text{ грн.}$$

Комунальні витрати включають електроенергію, воду, водовідведення, опалення, кондиціонування, вентиляцію, вивезення відходів та резервне енергозабезпечення. Для великого готелю приймаємо річні комунальні витрати на рівні 9% від загального доходу:

$$B_{\text{ком}} = D_{\text{заг}} \times 0,09. \quad (5.12)$$

$$B_{\text{ком}} = 612\,900\,750 \times 0,09 = 55\,161\,068 \text{ грн.}$$

Витрати на господарські матеріали, готельну косметику, мийні засоби, текстиль, витратні матеріали та інші матеріали приймаються на рівні 5% від доходу проживання:

$$B_{\text{госп}} = D_{\text{прож}} \times 0,05. \quad (5.13)$$

$$B_{\text{госп}} = 427\,050\,000 \times 0,05 = 21\,352\,500 \text{ грн.}$$

Витрати на ремонт і технічне обслуговування приймаються на рівні 2,5% від капітальних вкладень без резерву непередбачених витрат. Для спрощення розрахунку приймаємо річні витрати на технічне обслуговування 42 000 000 грн.

Витрати на маркетинг, просування, роботу з ОТА-каналами, корпоративними клієнтами, рекламу, сайт і CRM-комунікацію приймаються на рівні 3% від загального доходу:

$$B_{\text{марк}} = D_{\text{заг}} \times 0,03. \quad (5.14)$$

$$B_{\text{марк}} = 612\,900\,750 \times 0,03 = 18\,387\,023 \text{ грн.}$$

Витрати на цифрові сервіси, PMS/CRM, ліцензії, кібербезпеку, серверне обслуговування, технічну підтримку, електронні замки та Wi-Fi приймаються на рівні 12 000 000 грн на рік.

Адміністративні, страхові та інші витрати приймаються на рівні 4% від загального доходу:

$$B_{\text{інш}} = D_{\text{заг}} \times 0,04. \quad (5.15)$$

$$B_{\text{інш}} = 612\,900\,750 \times 0,04 = 24\,516\,030 \text{ грн.}$$

Зведення експлуатаційних витрат подано в таблиці 5.4.

Таблиця 5.4

Розрахунок річних експлуатаційних витрат бізнес-готелю 4*

Стаття витрат	Розрахунок / обґрунтування	Сума, грн	Сума, тис. грн
Заробітна плата персоналу	$220 \times 32\,000 \times 12$	84 480 000	84 480,0
Нарахування на оплату праці	$84\,480\,000 \times 22\%$	18 585 600	18 585,6
Продукти харчування	$(104\,147\,750 + 31\,025\,000) \times 38\%$	51 365 645	51 365,6
Комунальні витрати	$612\,900\,750 \times 9\%$	55 161 068	55 161,1
Господарські матеріали, косметика, текстиль	$427\,050\,000 \times 5\%$	21 352 500	21 352,5
Ремонт і технічне обслуговування	Укрупнений розрахунок	42 000 000	42 000,0
Маркетинг і просування	$612\,900\,750 \times 3\%$	18 387 023	18 387,0

Продовження таблиці 5.4

Цифрові сервіси та ІТ-підтримка	PMS/CRM, сервери, кібербезпека, Wi-Fi	12 000 000	12 000,0
Охорона, страхування, адміністративні та інші витрати	$612\,900\,750 \times 4\%$	24 516 030	24 516,0
Разом	—	327 847 866	327 847,9

Отже, загальні річні експлуатаційні витрати бізнес-готелю становлять 327 847,9 тис. грн. Найбільшими статтями витрат є оплата праці персоналу з нарахуваннями, комунальні витрати, продукти харчування, технічне обслуговування та господарські матеріали. Така структура витрат є характерною для великого готельного комплексу, де одночасно функціонують номерний фонд, ресторан, конференц-сервіс, інженерні системи та цифрова інфраструктура.

Валовий фінансовий результат до оподаткування визначається як різниця між загальним доходом і експлуатаційними витратами:

$$P_{\text{до}} = D_{\text{заг}} - B_{\text{експ}}, \quad (5.16)$$

де $P_{\text{до}}$ – прибуток до оподаткування, грн;

$D_{\text{заг}}$ – загальний річний дохід, грн;

$B_{\text{експ}}$ – річні експлуатаційні витрати, грн.

$$P_{\text{до}} = 612\,900\,750 - 327\,847\,866 = 285\,052\,884 \text{ грн.}$$

Податок на прибуток приймається на рівні 18%:

$$P_{\text{под}} = P_{\text{до}} \times 0,18. \quad (5.17)$$

$$P_{\text{под}} = 285\,052\,884 \times 0,18 = 51\,309\,519 \text{ грн.}$$

Чистий прибуток визначається за формулою:

$$P_{\text{ч}} = P_{\text{до}} - P_{\text{под}}. \quad (5.18)$$

$$P_{\text{ч}} = 285\,052\,884 - 51\,309\,519 = 233\,743\,365 \text{ грн.}$$

Рентабельність діяльності за чистим прибутком визначається як відношення чистого прибутку до загального доходу:

$$R_d = \frac{P_{\text{ч}}}{D_{\text{заг}}} \times 100\%. \quad (5.19)$$

$$R_d = \frac{233\,743\,365}{612\,900\,750} \times 100\% = 38,1\%.$$

Рентабельність витрат визначається як відношення чистого прибутку до експлуатаційних витрат:

$$R_v = \frac{P_{\text{ч}}}{B_{\text{експ}}} \times 100\%. \quad (5.20)$$

$$R_v = \frac{233\,743\,365}{327\,847\,866} \times 100\% = 71,3\%.$$

Таблиця 5.5

Розрахунок прибутку та рентабельності бізнес-готелю 4*

Показник	Розрахунок	Значення, грн	Значення, тис. грн
Загальний річний дохід	—	612 900 750	612 900,8
Річні експлуатаційні витрати	—	327 847 866	327 847,9
Прибуток до оподаткування	612 900 750 – 327 847 866	285 052 884	285 052,9
Податок на прибуток	285 052 884 × 18%	51 309 519	51 309,5
Чистий прибуток	285 052 884 – 51 309 519	233 743 365	233 743,4
Рентабельність діяльності	233 743 365 / 612 900 750 × 100%	—	38,1%
Рентабельність витрат	233 743 365 / 327 847 866 × 100%	—	71,3%

Результати розрахунку показують, що за прийнятих вихідних умов бізнес-готель може отримувати 233 743,4 тис. грн чистого прибутку на рік. Рентабельність діяльності становить 38,1%, що свідчить про достатньо високий рівень економічної ефективності. Водночас такий результат можливий лише за умови стабільного завантаження номерного фонду, ефективного управління витратами, якісного маркетингу, активної роботи з корпоративними клієнтами та підтримання високого рівня сервісу.

Строк окупності показує, за скільки років чистий прибуток від діяльності готелю може компенсувати початкові капітальні вкладення. Простий строк окупності визначається за формулою:

$$T_{\text{ок}} = \frac{K}{P_{\text{ч}}}, \quad (5.21)$$

де $T_{\text{ок}}$ – строк окупності, років;

K – загальна сума капітальних вкладень, грн;

$P_{\text{ч}}$ – чистий прибуток за рік, грн.

$$T_{\text{ок}} = \frac{2\,104\,987\,500}{233\,743\,365} = 9,0 \text{ років.}$$

Для готельного бізнесу ключовим фактором економічної ефективності є завантаження номерного фонду. Навіть незначне зниження середньорічного завантаження може істотно вплинути на дохід і строк окупності. Тому доцільно оцінити три сценарії: песимістичний, базовий і оптимістичний.

Для сценарного розрахунку приймаємо:

песимістичний сценарій – завантаження 55%;

базовий сценарій – завантаження 65%;

оптимістичний сценарій – завантаження 75%.

Середня ціна номеро-добі залишається 3600 грн. Інші доходи коригуються пропорційно до зміни завантаження.

Таблиця 5.7

Сценарний аналіз доходів і прибутку бізнес-готелю 4*

Показник	Песимістичний сценарій	Базовий сценарій	Оптимістичний сценарій
Завантаження номерного фонду	55%	65%	75%
Реалізовані номеро-добі	100 375	118 625	136 875
Дохід від проживання, тис. грн	361 350,0	427 050,0	492 750,0
Загальний дохід, тис. грн	518 608,3	612 900,8	707 193,3
Експлуатаційні витрати, тис. грн	303 000,0	327 847,9	356 000,0

Продовження таблиці 5.7

Прибуток до оподаткування, тис. грн	215 608,3	285 052,9	351 193,3
Податок на прибуток 18%, тис. грн	38 809,5	51 309,5	63 214,8
Чистий прибуток, тис. грн	176 798,8	233 743,4	287 978,5
Простий строк окупності, років	11,9	9,0	7,3

Сценарний аналіз показує, що за базового завантаження 65% простий строк окупності становить 9 років. У разі зниження завантаження до 55% строк окупності зростає до 11,9 року, що підвищує інвестиційні ризики. За оптимістичного сценарію із завантаженням 75% строк окупності скорочується до 7,3 року. Отже, для економічної стійкості проєкту важливо забезпечити стабільне завантаження номерного фонду через корпоративні договори, активне просування, конференц-сервіс, гнучке ціноутворення та якісну цифрову взаємодію з гостями.

Річна кількість реалізованих номеро-діб за середнього завантаження 65% становить 118 625 номеро-діб. Дохід від проживання розраховано на рівні 427 050,0 тис. грн, а загальний річний дохід з урахуванням ресторану, лобі-бару, конференц-сервісу, паркінгу та додаткових послуг становить 612 900,8 тис. грн.

Загальні капітальні вкладення у будівництво та оснащення готелю становлять 2 104 987,5 млрд. грн. Найбільші витрати припадають на будівництво надземної частини, підземного паркінгу, інженерних систем, оснащення номерного фонду, ліфтове обладнання, цифрові системи та благоустрій території.

Річні експлуатаційні витрати готелю становлять 327 847,9 млн. грн. Основними статтями витрат є заробітна плата персоналу, нарахування на оплату праці, комунальні витрати, продукти харчування, господарські матеріали, ремонт і технічне обслуговування, маркетинг та цифрові сервіси.

Прибуток до оподаткування становить 285 052,9 тис. грн, податок на прибуток – 51 309,5 тис. грн, чистий прибуток – 233 743,4 тис. грн.

Рентабельність діяльності становить 38,1%, а рентабельність витрат – 71,3%. Простий строк окупності проєкту за базового сценарію становить 9 років.

Сценарний аналіз показав, що економічна ефективність проєкту найбільше залежить від рівня завантаження номерного фонду. За песимістичного сценарію із завантаженням 55% строк окупності зростає до 11,9 року, а за оптимістичного сценарію із завантаженням 75% скорочується до 7,3 року. Отже, реалізація проєкту є економічно доцільною за умови стабільного попиту, активної роботи з корпоративними клієнтами, розвитку конференц-сервісу, ефективного управління витратами та підтримання високої якості діджиталізованого обслуговування.

РОЗДІЛ 6

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПРОЄКТОВАНОГО БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ 4*

Формування іміджу проєктованого бізнес-готелю 4* є важливою частиною загальної концепції закладу, оскільки для сучасного готелю недостатньо лише забезпечити номерний фонд, ресторан, конференц-залу й технічну інфраструктуру. Готель має бути впізнаваним, зрозумілим для цільової аудиторії та конкурентоспроможним на ринку гостинності Львова. Імідж готелю формується через назву, візуальний стиль, якість сервісу, атмосферу інтер'єру, цифрові послуги, комунікацію з гостями, відгуки, корпоративні партнерства та репутацію на онлайн-платформах.

Для проєктованого закладу доцільно обрати назву Business Hotel Zemelna 4* або більш брендований варіант – Zemelna Business Hotel 4*. Така назва є простою, зрозумілою, прив'язаною до реальної локації та водночас підкреслює діловий формат закладу. У комунікації готелю можна використовувати гасло: «Простір для роботи, відпочинку та ефективних рішень». Воно відображає головну функцію готелю – поєднання проживання, бізнес-сервісу, комфорту й цифрової зручності.

Імідж бізнес-готелю має базуватися на трьох ключових характеристиках: діловій надійності, сервісній зручності та технологічності. Ділова надійність означає, що готель забезпечує стабільний рівень послуг, зрозумілі умови бронювання, якісний конференц-сервіс, зручну логістику, безпеку та професійне обслуговування. Сервісна зручність передбачає комфортний номерний фонд, ресторан, лобі-бар, тренажерну залу, підземний паркінг, зручну рецепцію, швидке поселення і зрозумілу навігацію. Технологічність реалізується через онлайн-бронювання, self check-in/check-out, мобільний ключ, електронну оплату, цифрове меню, чат-бот, CRM/PMS-систему та персоналізовані повідомлення для гостей.



Рис 6.1 Логотип готелю

Таблиця 6.1

Концепція імідж у проєктованого бізнес-готелю 4*

Елемент іміджу	Зміст
Назва закладу	Zemelna Business Hotel 4*
Тип закладу	Бізнес-готель категорії 4*
Локація	м. Львів, вул. Земельна, 8
Основна ідея бренду	Сучасний діловий готель із цифровими сервісами, конференц-інфраструктурою та комфортним проживанням
Цільова аудиторія	Бізнес-туристи, корпоративні клієнти, учасники конференцій, відряджені фахівці, іноземні гості, організовані групи
Ключова перевага	Поєднання проживання, роботи, ділових заходів, цифрового обслуговування та безпечної інфраструктури
Основне повідомлення бренду	«Простір для роботи, відпочинку та ефективних рішень»
Іміджевий акцент	Технологічність, надійність, комфорт, ділова атмосфера
Формат комунікації	Стриманий, професійний, зрозумілий, орієнтований на потреби бізнес-гостя

Позиціонування готелю на ринку має відрізнятися від класичних туристичних готелів історичного центру Львова. Якщо бутик-готелі й апарт-готелі центральної частини міста часто роблять акцент на історичній атмосфері, туристичній привабливості та близькості до пам'яток, то проєктований бізнес-готель повинен просуватися як функціональний готель ділового типу. Його перевага полягає не в романтизованому образі старого міста, а в можливості

надати гостю повний комплекс послуг: проживання, робочий простір, конференц-залу, ресторан, паркінг, тренажерну залу, цифрове керування послугами та безпечне середовище.

Для формування сильного іміджу важливо, щоб заявлене позиціонування відповідало реальному досвіду гостя. Якщо готель називає себе бізнес-готелем, то в кожному елементі сервісу має бути помітна ділова логіка: швидке бронювання, чіткі тарифи, можливість отримати рахунок і документи для компанії, стабільний Wi-Fi, якісне робоче місце в номері, доступ до переговорних зон, професійний конференц-супровід і швидка комунікація з персоналом.

Таблиця 6.2

Позиціонування бізнес-готелю 4* на ринку готельних послуг Львова

Критерій позиціонування	Характеристика проєктованого готелю
Ринкова ніша	Великий бізнес-готель 4* із конференц-сервісом і цифровими послугами
Відмінність від туристичних готелів	Орієнтація на ділові поїздки, корпоративні заходи, робочий простір і сервісну швидкість
Відмінність від апарт-готелів	Повний комплекс готельних послуг, ресторан, рецепція, конференц-зала, паркінг, сервіс 4*
Відмінність від конференц-центрів	Наявність великого номерного фонду, проживання й харчування в одному комплексі
Основна цінність для гостя	Економія часу, комфортне перебування, можливість працювати й отримувати послуги в одному місці
Основна цінність для корпоративних клієнтів	Пакетне обслуговування: проживання, конференц-зала, харчування, трансфер, документообіг
Іміджевий образ	Сучасний, технологічний, стриманий, надійний бізнес-готель

Таким чином, іміджева концепція бізнес-готелю має бути побудована не навколо абстрактної «гостинності», а навколо конкретної користі для ділового гостя. Готель повинен сприйматися як місце, де все організовано швидко, зручно, безпечно й професійно. Саме така іміджева модель відповідає масштабу проєкту, категорії 4*, номерному фонду на 500 номерів і темі діджиталізації надання послуг.

Візуальна ідентичність бізнес-готелю є зовнішнім вираженням його концепції. Вона охоплює назву, логотип, кольорову гаму, шрифтові рішення,

оформлення фасаду, навігацію, дизайн сайту, мобільного застосунку, рекламних матеріалів, уніформи персоналу, інформаційних табличок, меню, карток доступу та цифрових інтерфейсів. Для проєктованого бізнес-готелю 4* візуальний стиль має бути стриманим, сучасним і преміальним, але без надмірної декоративності.

Основою фірмового стилю доцільно обрати поєднання теплих нейтральних кольорів, графітових акцентів, природних деревних відтінків і спокійного зеленого кольору. Така палітра відповідає інтер'єрній концепції вестибюльної групи, де використовуються світлий керамограніт, натуральний шпон, теплий сірий текстиль, матовий метал, жива зелень та інтегроване освітлення. Зелений або оливковий акцент може символізувати спокій, стабільність і комфорт, а графітовий і теплий сірий – діловий характер, стриманість і професійність.

Логотип готелю доцільно виконати у лаконічній формі. Він може складатися з назви Zemelna Business Hotel 4* та стилізованого графічного знака, наприклад монограми з літер ZBH або умовного знака, що поєднує геометрію будівлі, дверного прорізу й цифрового символу. Такий знак буде добре використовуватися на фасаді, у мобільному застосунку, на картках доступу, бланках, меню, навігації та рекламних матеріалах.

Таблиця 6.3

Основні елементи фірмового стилю бізнес-готелю 4*

Елемент фірмового стилю	Проектне рішення
Назва	Zemelna Business Hotel 4*
Логотип	Лаконічний текстовий знак із графічною монограмою ZBH
Основні кольори	Теплий сірий, графітовий, світлий бежевий, деревний, оливково-зелений
Акцентний колір	Матовий латунний або приглушений зелений
Шрифти	Сучасний гротеск для цифрових матеріалів, стриманий антиква-акцент для преміальної комунікації
Матеріали візуального стилю	Камінь, дерево, матовий метал, якісний текстиль, скло
Графічні елементи	Лінійна навігація, піктограми, модульні блоки, мінімалістичні іконки
Тон комунікації	Професійний, спокійний, ввічливий, точний
Основні носії стилю	Фасадна вивіска, сайт, застосунок, рецепція, меню, картки доступу, уніформа, навігація

Візуальна ідентичність має бути послідовною у всіх точках контакту з гостем. Якщо гість бачить сайт готелю, бронює номер через мобільний застосунок, отримує електронне підтвердження, заходить до вестибюлю, користується карткою доступу, читає меню або отримує рахунок, усі ці елементи повинні мати єдину стилістику. Це створює відчуття системності, професійності й високого рівня організації.

Особливе значення має навігація в готелі. Для закладу на 500 номерів із 9 поверхами, конференц-залою, рестораном, лобі-баром, тренажерною залою, підземним паркінгом і службовими зонами зрозуміла навігація є частиною сервісу. Вона має бути двомовною – українською та англійською мовами. Основні напрямки повинні позначатися не лише текстом, а й піктограмами: рецепція, ліфти, ресторан, конференц-зала, санвузли, паркінг, укриття, тренажерна зала, камера зберігання багажу.

Таблиця 6.4

Носії візуальної ідентичності бізнес-готелю

Носій	Зміст і призначення
Фасадна вивіска	Формує перше візуальне сприйняття готелю, має бути помітною та стриманою
Вхідна група	Поєднання логотипу, навігації, освітлення та архітектурного акценту
Рецепція	Центральний елемент бренду в інтер'єрі, місце першого контакту з гостем
Картки доступу / мобільний ключ	Носій логотипу, кольорової гами та цифрової концепції
Сайт готелю	Основний канал бронювання, презентації послуг і комунікації з гостем
Мобільний застосунок	Інструмент діджиталізованого сервісу: бронювання, поселення, оплата, замовлення послуг
Меню ресторану й лобі-бару	Підтримує стиль готелю, може бути цифровим через QR-код
Уніформа персоналу	Формує професійне сприйняття сервісу
Навігаційні таблички	Забезпечують швидке орієнтування гостей у будівлі
Документи й рахунки	Створюють єдиний корпоративний стиль у роботі з бізнес-клієнтами

Комунікаційна модель готелю має бути побудована навколо зручності гостя. Основними каналами комунікації є офіційний сайт, мобільний застосунок,

електронна пошта, телефон, чат-бот, сторінки у соціальних мережах, OTA-платформи, корпоративні договори, CRM-розсилки та інформаційні екрани в готелі. Для бізнес-клієнтів особливо важливими є швидкість відповіді, чіткість умов, можливість отримати комерційну пропозицію, забронювати блок номерів, замовити конференц-пакет і отримати документи для бухгалтерії.

У цифровій комунікації готель має дотримуватися принципу мінімальної складності для гостя. Бронювання повинно бути зрозумілим, оплата – безпечною, поселення – швидким, доступ до номера – зручним, а замовлення додаткових послуг – доступним у кілька кліків. Саме тому мобільний застосунок і сайт мають бути не лише рекламними інструментами, а повноцінними сервісними каналами.

Таблиця 6.5

Комунікаційні канали бізнес-готелю 4*

Канал комунікації	Основне призначення
Офіційний сайт	Бронювання номерів, презентація послуг, конференц-пакетів, ресторану й паркінгу
Мобільний застосунок	Self check-in/check-out, мобільний ключ, замовлення послуг, оплата
Чат-бот	Швидкі відповіді на типові запити гостей, навігація, сервісні звернення
CRM-система	Персоналізована комунікація, робота з корпоративними клієнтами, історія перебувань
Соціальні мережі	Формування іміджу, презентація інтер'єру, подій, сервісів і спеціальних пропозицій
OTA-платформи	Залучення індивідуальних гостей і контроль репутації через відгуки
Email-комунікація	Підтвердження бронювань, корпоративні пропозиції, програми лояльності
Інформаційні екрани в готелі	Навігація, події, конференції, безпекові повідомлення
Корпоративні договори	Довгострокова робота з компаніями, групами та організаторами заходів

Окремим елементом іміджу є поведінка персоналу. Навіть найкращий дизайн і цифрові сервіси не створять позитивної репутації, якщо гість не отримає якісного людського сервісу. Тому працівники рецепції, ресторану, конференц-сервісу, служби номерного фонду та безпеки мають дотримуватися єдиних

стандартів комунікації: ввічливість, швидкість реакції, точність інформації, охайність, знання української та англійської мов, уміння працювати з цифровими системами й готовність вирішувати нестандартні ситуації.

Таким чином, візуальна ідентичність і комунікаційна модель бізнес-готелю мають працювати як єдина система. Гість повинен бачити однакову якість і стиль на сайті, у застосунку, у вестибюлі, у номері, у ресторані, у конференц-залі та під час спілкування з персоналом. Саме така послідовність створює довіру, підвищує впізнаваність і формує стійкий позитивний імідж проєктованого бізнес-готелю 4*.

Просування бізнес-готелю 4* повинно бути спрямоване не на випадкового масового туриста, а на чітко визначені сегменти: бізнес-гостей, корпоративних гостей, організаторів конференцій, учасників ділових заходів, представників компаній, іноземних гостей і гостей міста, які шукають комфортне проживання зі швидким сервісом. Тому рекламна стратегія готелю має поєднувати цифрове просування, корпоративні продажі, партнерства, роботу з репутацією та програму лояльності.

Першим напрямом просування є створення повноцінної цифрової присутності. Готель повинен мати офіційний сайт із можливістю прямого бронювання, описом номерів, конференц-зали, ресторану, лобі-бару, тренажерної зали, підземного паркінгу та цифрових сервісів. На сайті мають бути якісні фото інтер'єрів, 3D-тури або відео-презентація, зрозумілі тарифи, корпоративні пропозиції, форма запиту для конференцій, інформація про локацію, транспортну доступність і безпекові рішення, зокрема використання підземного паркінгу як укриття під час повітряних тривог.

Другим напрямом є робота з OTA-платформами та сервісами бронювання. На таких платформах важливо не лише розмістити готель, а й системно керувати репутацією: відповідати на відгуки, відстежувати оцінки, аналізувати скарги, працювати над покращенням сервісу. Для готелю 4* рейтинг має бути одним із ключових іміджевих показників. Низькі оцінки можуть швидко знизити довіру

до нового закладу, тому репутаційний моніторинг повинен здійснюватися постійно.

Третім напрямом є прямі корпоративні продажі. Для бізнес-готелю на 500 номерів саме корпоративні клієнти можуть забезпечити стабільне завантаження протягом року. Доцільно укладати договори з компаніями, освітніми установами, організаторами конференцій, туристичними операторами ділового туризму, івент-агенціями, банками, ІТ-компаніями, консалтинговими структурами та міжнародними організаціями. Для них готель може пропонувати корпоративні тарифи, пакетне обслуговування, гнучкі умови бронювання, конференц-пакети, харчування, трансфер і звітні документи.

Таблиця 6.6

Основні заходи просування бізнес-готелю 4*

Напрямок просування	Заходи	Очікуваний результат
Офіційний сайт	Пряме бронювання, опис номерів, конференц-пакетів, ресторану, паркінгу, цифрових сервісів	Зростання прямих продажів і зменшення залежності від посередників
Мобільний застосунок	Self check-in/check-out, мобільний ключ, оплата, замовлення послуг	Підвищення зручності та технологічного іміджу
ОТА-платформи	Розміщення номерів, контроль цін, робота з відгуками	Залучення індивідуальних гостей
Корпоративні продажі	Договори з компаніями, конференц-пакети, групові тарифи	Стабільне завантаження номерного фонду
Соціальні мережі	Фото інтер'єрів, події, відгуки, спеціальні пропозиції	Формування впізнаваності та довіри
Email-маркетинг	Персоналізовані пропозиції, програма лояльності, корпоративні розсилки	Повторні бронювання та робота з постійними клієнтами
Партнерства	Співпраця з івент-агенціями, бізнес-асоціаціями, освітніми закладами	Розширення каналів залучення гостей
Репутаційний менеджмент	Моніторинг відгуків, відповіді на скарги, аналіз сервісних помилок	Підвищення рейтингу й довіри до бренду

Для оцінювання ефективності просування доцільно використовувати систему ключових показників. Вони дозволять не лише запускати рекламні заходи, а й контролювати, чи справді вони впливають на завантаження, дохід, репутацію та повторні бронювання.

Таблиця 6.7

Показники оцінювання іміджу та ефективності просування бізнес-готелю

Показник	Зміст показника	Цільове значення
Середній рейтинг на онлайн-платформах	Узагальнена оцінка гостей після проживання	Не нижче 8,8/10
Частка прямих бронювань	Частка бронювань через сайт і застосунок	35–40%
Частка корпоративних клієнтів	Частка доходу від компаній і групових заїздів	30–35%
Повторні бронювання	Частка гостей або компаній, що повертаються	20–25%
Рівень завантаження номерного фонду	Середньорічний показник використання номерів	Не нижче 65%
Час відповіді на запит	Середній час реакції на звернення гостя	До 5 хв у цифрових каналах
Частка позитивних відгуків	Відгуки з високою оцінкою сервісу	Не менше 85%
Конверсія сайту в бронювання	Частка відвідувачів сайту, які здійснили бронювання	3–5%

Особливу увагу в іміджі готелю слід приділити безпековій складовій. У сучасних умовах гість звертає увагу не лише на дизайн, сервіс і ціну, а й на те, чи передбачено в готелі зрозумілий порядок дій під час повітряної тривоги. Оскільки в проєкті підземний паркінг використовується також як найпростіше укриття, цю інформацію потрібно коректно подати в комунікації готелю. Вона не повинна виглядати як рекламне перебільшення, але має бути доступною для гостей: на сайті, у мобільному застосунку, у номерному довіднику, на інформаційних екранах і в навігації вестибюлю.

Репутація готелю формується через повторюваний досвід гостей. Якщо гість швидко заселився, отримав чистий номер, стабільний інтернет, якісний

сніданок, зручний доступ до конференц-зали, зрозумілу навігацію до паркінгу й коректну комунікацію з персоналом, він з більшою ймовірністю залишить позитивний відгук і повернеться повторно. Тому іміджеві заходи не можна відокремлювати від операційної якості. Реклама може привернути увагу, але репутацію створює реальне обслуговування.

Таблиця 6.8

Напрями формування позитивної репутації бізнес-готелю 4*

Напрямок	Практична реалізація
Якість проживання	Чисті номери, якісна білизна, шумоізоляція, робоче місце, стабільний Wi-Fi
Швидкість сервісу	Self check-in/check-out, мобільний ключ, чат-бот, електронна оплата
Ділова інфраструктура	Конференц-зала, переговорні зони, лобі-бар, coworking-простір
Харчування	Сніданки, бізнес-ланчі, room service, кавові перерви
Безпека	Контроль доступу, відеоспостереження, навігація до укриття, аварійне освітлення
Персонал	Ввічливість, професійність, знання мов, швидке вирішення звернень
Робота з відгуками	Оперативні відповіді, аналіз скарг, внесення змін у сервісні процеси
Персоналізація	CRM-історія гостя, індивідуальні пропозиції, програма лояльності

Програма лояльності також є важливим інструментом формування іміджу. Для бізнес-готелю вона може бути орієнтована не лише на окремих гостей, а й на компанії. Наприклад, для індивідуальних гостей можна передбачити накопичувальні бонуси, безкоштовне підвищення категорії номера за наявності вільних місць, раннє поселення або пізнє виселення. Для корпоративних клієнтів доцільно запропонувати фіксовані тарифи, пріоритетне бронювання, спеціальні умови для конференцій, знижки на лобі-бар і пакетне обслуговування заходів.

Цифрова присутність готелю повинна бути цілісною. Усі канали – сайт, застосунок, соціальні мережі, онлайн-платформи, email-розсилки й інформаційні екрани – мають передавати однакову ідею: готель є сучасним, зручним, технологічним і орієнтованим на потреби ділового гостя. Для цього потрібно

використовувати якісні фото інтер'єрів, зрозумілі тексти, короткі відео, презентації конференц-пакетів, відгуки клієнтів, кейси проведених заходів і матеріали про цифрові сервіси.

У соціальних мережах доцільно просувати не лише номери, а й сценарії використання готелю: «ділова поїздка до Львова», «конференція з проживанням», «зустріч у лобі-барі», «робота з номера», «корпоративний заїзд», «швидке поселення через self check-in», «ранкове тренування перед зустріччю», «безпечний маршрут до укриття під час тривоги». Такий підхід робить комунікацію живою й показує, як саме готель вирішує потреби гостя.

Отже, формування іміджу проєктованого бізнес-готелю 4* має здійснюватися комплексно. Воно включає брендинг, візуальну ідентичність, цифрові сервіси, якісний сервіс, корпоративні продажі, роботу з відгуками, безпекову комунікацію та програму лояльності. Сильний імідж готелю формується не лише через дизайн чи рекламу, а через стабільне підтвердження обіцяної цінності: швидко, зручно, безпечно, професійно й технологічно. Саме така модель дозволить проєктованому бізнес-готелю 4* у Львові зайняти окрему позицію на ринку та сформувати довіру серед ділових гостей і корпоративних клієнтів.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі розроблено проєкт бізнес-готелю категорії 4* у м. Львові з передбаченням діджиталізації надання послуг. У процесі виконання роботи було обґрунтовано вибір локації, сформовано концепцію закладу, визначено основні та додаткові послуги, розроблено будівельно-архітектурні рішення, виконано технологічні, технічні й економічні розрахунки, а також запропоновано заходи щодо формування іміджу проєктованого бізнес-готелю.

У першому розділі обґрунтовано доцільність розміщення бізнес-готелю 4* у м. Львові. Встановлено, що Львів є містом із розвиненою туристичною, діловою, освітньою, культурною та сервісною інфраструктурою, тому має стабільний потенціал для розвитку сучасних готельних підприємств. Для проєктування обрано земельну ділянку за адресою м. Львів, вул. Земельна, 8. Її площа становить 1,5375 га, що дає змогу розмістити великий готельний комплекс на 500 номерів із необхідними під'їздами, благоустроєм, озелененням, господарською зоною та підземним паркінгом. Проведений аналіз ринку закладів гостинності Львова показав, що в місті вже функціонують готелі з конференц-сервісом і розвиненою інфраструктурою, однак проєктований бізнес-готель має конкурентну перевагу завдяки поєднанню великого номерного фонду, ділової спрямованості, цифрових сервісів, підземного паркінгу та повного комплексу послуг для корпоративних клієнтів.

У другому розділі розроблено концепцію бізнес-готелю 4* та план надання послуг. Проєктований заклад визначено як сучасний готель ділового типу на 500 номерів і 9 поверхів, орієнтований на бізнес-туристів, корпоративних клієнтів, учасників конференцій, представників компаній, відряджених фахівців та гостей міста. Основна концепція полягає у поєднанні комфортного проживання, ділової інфраструктури, ресторанного обслуговування, тренажерної зали, підземного паркінгу та діджиталізованого сервісу. До основних послуг віднесено розміщення, бронювання, поселення і виселення, харчування, інформаційний сервіс, безпеку та інтернет-доступ. До додаткових послуг належать конференц-

сервіс, лобі-бар, room service, паркінг, пральня, трансфер, бізнес-послуги, цифровий супровід і тренажерна зала. Особливу увагу приділено організації постачання: визначено конкретні групи ресурсів, постачальників, добові потреби ресторану, номерного фонду, конференц-зони й тренажерної зали.

У третьому розділі розроблено будівельно-архітектурні рішення проєкту. Визначено, що фактична площа земельної ділянки на вул. Земельній, 8 становить 15 375 м², а розрахункова площа забудови готелю – 3700 м². Коефіцієнт забудови становить 24,1%, що підтверджує достатність території для розміщення будівлі, проїздів, пішохідних просторів, озеленення, господарської зони, рампи до підземного паркінгу та інженерно-технічної зони. Розраховано, що мінімально необхідна площа ділянки становить 10 882,4 м², тому резерв території дорівнює 4492,6 м². Для благоустрою та озеленення передбачено 4200 м², що становить 27,3% від загальної площі ділянки. Запропоновано висадження дерев, кущів, багаторічників, декоративних злаків, облаштування газону й дощового саду. Окремо розроблено дизайнерське рішення вестибюльної групи приміщень площею 1200 м², яке поєднує рецепцію, self check-in-зону, зону очікування, coworking-простір, лобі-бар, ліфтовий хол, камеру зберігання багажу, санвузли та сервісні приміщення.

У четвертому розділі виконано технологічні та технічні розрахунки. Встановлено, що за прийнятої структури номерного фонду максимальна місткість готелю становить 840 місць. За планового середньорічного завантаження 65% середньодобова кількість гостей дорівнює 439 осіб. Розраховано потребу в меблях і технічному обладнанні номерного фонду: 840 спальних місць, 500 шаф, 500 робочих столів, 500 телевізорів, 500 сейфів, 500 електронних замків і 125 точок Wi-Fi. Ресторанна частина розрахована на 120 місць, лобі-бар – на 60 місць, конференц-зала – на 250 учасників. Для пральні визначено добову масу білизни 1262,1 кг і потребу в 9 пральних, 9 сушильних машинах та 5 прасувальних столах. Для готелю передбачено 5 гостьових і 2 службові ліфти. Добова витрата води становить 210 м³, максимальна добова витрата – 273 м³, загальна потреба в повітрообміні – 285 660 м³/год. Розрахункова

електрична потужність готелю становить 2401 кВт, а резервне живлення критичних систем – 650 кВт.

У п'ятому розділі виконано економічне обґрунтування проєкту. Річна кількість реалізованих номеро-діб за середнього завантаження 65% становить 118 625 номеро-діб. Дохід від проживання розраховано на рівні 427 050,0 тис. грн, а загальний річний дохід з урахуванням ресторану, лобі-бару, конференц-сервісу, паркінгу та додаткових послуг – 612 900,8 тис. грн. Загальні капітальні вкладення в будівництво та облаштування бізнес-готелю становлять 2 104 987,5 тис. грн, або приблизно 2,105 млрд грн. До цієї суми входять витрати на будівництво надземної частини, підземного паркінгу, благоустрій, меблі, обладнання, інженерні системи, цифрові сервіси, ліфти, конференц-обладнання, проєктні роботи та резерв непередбачених витрат. Річні експлуатаційні витрати становлять 327 847,9 тис. грн, чистий прибуток – 233 743,4 тис. грн, рентабельність діяльності – 38,1%, а простий строк окупності – приблизно 9 років. Сценарний аналіз показав, що за завантаження 55% строк окупності зростає до 11,9 року, а за завантаження 75% скорочується до 7,3 року.

У шостому розділі розроблено підходи до формування іміджу проєктованого бізнес-готелю 4*. Запропоновано позиціонувати готель як сучасний, технологічний і комфортний бізнес-простір для роботи, проживання, зустрічей і корпоративних подій. Імідж закладу має формуватися через фірмовий стиль, візуальну ідентичність, якість сервісу, цифрові комунікації, репутацію на онлайн-платформах, програму лояльності та роботу з корпоративними клієнтами. Для бренду обрано стриману сучасну естетику з використанням графітових, теплих сірих, деревних та оливково-зелених відтінків. Запропоновано логотип без прив'язки до назви вулиці, побудований на стилізованому образі готельної будівлі та цифрових ліній, що підкреслюють діджиталізацію сервісу. Основними каналами просування визначено офіційний сайт, мобільний застосунок, OTA-платформи, соціальні мережі, CRM-комунікацію, корпоративні договори та репутаційний менеджмент.

Отже, у роботі доведено доцільність створення бізнес-готелю 4* у м. Львові. Запропонований проєкт поєднує великий номерний фонд, ділову інфраструктуру, ресторанне обслуговування, конференц-сервіс, підземний паркінг, тренажерну залу, сучасні інженерні рішення, цифрові сервіси та продуману іміджеву концепцію. Результати розрахунків підтверджують, що за умови стабільного завантаження, ефективного управління витратами, активної роботи з корпоративними клієнтами та підтримання високої якості сервісу проєкт є економічно доцільним і може зайняти конкурентну позицію на ринку готельних послуг Львова.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

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: 07.05.2026).
2. Про регулювання містобудівної діяльності : Закон України від 17.02.2011 № 3038-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3038-17#Text> (дата звернення: 07.05.2026).
3. Земельний кодекс України : Кодекс України від 25.10.2001 № 2768-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text> (дата звернення: 07.05.2026).
4. Про благоустрій населених пунктів : Закон України від 06.09.2005 № 2807-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2807-15#Text> (дата звернення: 07.05.2026).
5. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 07.05.2026).
6. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text> (дата звернення: 07.05.2026).
7. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 07.05.2026).
8. Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги : Закон України від 05.10.2017 № 2155-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text> (дата звернення: 07.05.2026).
9. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення : Постанова Кабінету Міністрів України від 29.07.2009 № 803. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF#Text> (дата звернення: 07.05.2026).

10. Про затвердження Вимог щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах системи управління безпечністю харчових продуктів : Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 01.10.2012 № 590. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1704-12#Text> (дата звернення: 07.05.2026).

11. ДБН В.2.2-20:2008. Будинки і споруди. Готелі. Київ : Мінрегіонбуд України, 2009. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3019042804090275544?doc_type=2 (дата звернення: 07.05.2026).

12. Зміна № 1 ДБН В.2.2-20:2008. Будинки і споруди. Готелі. Київ : Мінрегіон України. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3019042804090275544?doc_type=2 (дата звернення: 07.05.2026).

13. ДБН Б.2.2-12:2019. Планування та забудова територій. Київ : Мінрегіон України, 2019. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3260441209981634046 (дата звернення: 07.05.2026).

14. ДБН Б.2.2-5:2011. Благоустрій територій. Київ : Мінрегіон України, 2012. URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-1033> (дата звернення: 07.05.2026).

15. ДБН В.2.2-9:2018. Громадські будинки та споруди. Основні положення. Київ : Мінрегіон України, 2019. URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-405> (дата звернення: 07.05.2026).

16. ДБН В.2.2-40:2018. Інклюзивність будівель і споруд. Основні положення. Київ : Мінрегіон України, 2018. URL: https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/dbn_v_2_2_40/1-1-0-1832 (дата звернення: 07.05.2026).

17. ДБН В.1.1-7:2016. Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги. Київ : Мінрегіон України, 2017. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3019922918881626107 (дата звернення: 07.05.2026).

18. ДБН В.2.5-56:2014. Системи протипожежного захисту. Київ : Мінрегіон України, 2015. URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-88> (дата звернення: 07.05.2026).

19. ДБН В.2.5-64:2012. Внутрішній водопровід та каналізація. Частина I. Проектування. Частина II. Будівництво. Київ : Мінрегіон України, 2013. URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-1059> (дата звернення: 07.05.2026).

20. ДБН В.2.5-67:2013. Опалення, вентиляція та кондиціонування. Київ : Мінрегіон України, 2013. URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-1018> (дата звернення: 07.05.2026).

21. ДБН В.2.5-23:2010. Проектування електрообладнання об'єктів цивільного призначення. Київ : Мінрегіонбуд України, 2010. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3084989669637621022?doc_type=2 (дата звернення: 07.05.2026).

22. ДБН В.1.2-14:2018. Система забезпечення надійності та безпеки будівельних об'єктів. Загальні принципи забезпечення надійності та конструктивної безпеки будівель і споруд. Київ : Мінрегіон України, 2018. URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-1827> (дата звернення: 07.05.2026).

23. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Київ : Держспоживстандарт України, 2004. URL: https://zakon.isu.net.ua/sites/default/files/pdf/dstu_42692003._poslugi_turistich-3-476685.pdf (дата звернення: 07.05.2026).

24. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. Київ : Держспоживстандарт України, 2006. URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dstu/5-1-0-963> (дата звернення: 07.05.2026).

25. ДСТУ ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=64013 (дата звернення: 07.05.2026).

26. ДСТУ ISO 22000:2019. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-якої організації в харчовому ланцюгу. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2019. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=86029 (дата звернення: 07.05.2026).

27. ДСТУ ISO 31000:2018. Менеджмент ризиків. Настанови. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2019. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=80322 (дата звернення: 07.05.2026).

28. ДСТУ 8855:2019. Будівлі та споруди. Визначення класу наслідків. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2019. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=85654 (дата звернення: 07.05.2026).

29. ДСТУ Б А.2.4-7:2009. Система проектної документації для будівництва. Правила виконання архітектурно-будівельних робочих креслень. Київ : Мінрегіонбуд України, 2009. URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dstu/5-1-0-966> (дата звернення: 07.05.2026).

30. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=64411 (дата звернення: 07.05.2026).

31. Земельна ділянка несільськогосподарського призначення за адресою: м. Львів, вул. Земельна, 8 : аукціон LSE001-UA-20251120-04105. Prozorro.Продажі. URL: <https://prozorro.sale/auction/LSE001-UA-20251120-04105/> (дата звернення: 07.05.2026).

32. Портал Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва. URL: <https://e-construction.gov.ua/> (дата звернення: 07.05.2026).

33. Містобудівний кадастр Львова. Геопортал містобудівної документації. URL: <https://map.city-adm.lviv.ua/> (дата звернення: 07.05.2026).

34. Туризм. Панель міста Львова. Львівська міська рада. URL: <https://dashboard.city-adm.lviv.ua/statystyka/turyzm> (дата звернення: 07.05.2026).
35. Гості Львова у 2024 році — хто вони? Дослідження. Lviv Travel. URL: <https://lviv.travel/ua/news/hosts-lvova-u-2024-khto-vony-doslidzhennia> (дата звернення: 07.05.2026).
36. У 2024 році на Львівщині сплатили понад 47 млн грн туристичного збору. Суспільне Львів. URL: <https://susplne.media/lviv/919011-na-lvivsini-v-2024-roci-turistichnij-zbir-ustanoviv-rekord-ponad-47-miljoniv-griven/> (дата звернення: 07.05.2026).
37. METRO Cash & Carry Ukraine. Торговий центр METRO Львів, вул. Городоцька, 300. URL: <https://www.metro.ua/store-locator/lviv1-tz17> (дата звернення: 07.05.2026).
38. Молокія HoReCa. Офіційний сайт. URL: <https://horeca.molokija.com/> (дата звернення: 07.05.2026).
39. Галицька здоба. Офіційний сайт. URL: <https://halytskazdoba.com.ua/> (дата звернення: 07.05.2026).
40. Моршинська. Доставка води 18,9 л. Офіційний сайт. URL: <https://morshynska.ua/> (дата звернення: 07.05.2026).
41. SERVIO HMS. Система автоматизації готельного бізнесу. URL: <https://serviosoft.com/uk/> (дата звернення: 07.05.2026).
42. OtelMS. Hotel management system. URL: <https://www.otelms.com/> (дата звернення: 07.05.2026).
43. Buhalis D. eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management. Harlow : Pearson Education, 2003. 376 p.
44. Kotler P., Bowen J. T., Makens J. C., Baloglu S. Marketing for Hospitality and Tourism. 8th ed. Harlow : Pearson, 2021. 688 p.
45. Morrison A. M. Marketing and Managing Tourism Destinations. 3rd ed. London : Routledge, 2023. 716 p.
46. Hayes D. K., Ninemeier J. D., Miller A. A. Hotel Operations Management. 3rd ed. Boston : Pearson, 2017. 384 p.

47. Walker J. R. Introduction to Hospitality. 8th ed. Harlow : Pearson, 2021. 432 p.

48. UN Tourism. Tourism and Digital Transformation. URL: <https://www.unwto.org/digital-transformation> (дата звернення: 07.05.2026).

49. World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2024. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (дата звернення: 07.05.2026).

50. Statista. Hotel industry worldwide — statistics and facts. URL: <https://www.statista.com/topics/1102/hotels/> (дата звернення: 07.05.2026).



Звіт не був оцінений

Метадані

ДОКУМЕНТ

Заголовок

Проект бізнес-готелю 4* з діджиталізацією послуг

Автор

Денис Олександрович Топчій

Науковий керівник / Експерт

Н. В. Лапицька

ІД документа

334263182

ОРГАНІЗАЦІЯ

Назва організації

National University "Chernihiv Collegium"

підрозділ

National University "Chernihiv Collegium"

ЗВІТ

Дата звіту

6/11/2026

Дата редагування

Обсяг знайдених подібностей

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



КП 1

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2



КП 2

24647

Кількість слів



КЦ

192777

Кількість символів

Тривога

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

Заміна букв		28
Інтервали		0
Мікропробіли		10
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		3