

УДК 658
JEL Classification: M13, L82, L83

*Грищенко І.М.,
канд. техн. наук, проф. кафедри готельно-
ресторанного та туристичного бізнесу,
Дубина К.В.,
Київський національний
університет культури і мистецтв*

ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ГОТЕЛЮ (4 ЗІРКИ НА 85 НОМЕРІВ У м. ОДЕСА)

Постановка проблеми. Розвиток індустрії туризму, яка безпосередньо впливає на формування інфраструктури готельного бізнесу, нині стикається з проблемами підвищення ефективності управління, прибутковості бізнесу та конкурентоспроможності даного виду послуг на національному та міжнародному ринках. Конкуренція в сфері готельного бізнесу, що загострюється, викликала безліч явищ і процесів, пов'язаних з обслуговуванням споживачів. Прояв останніх напрямку залежить від розташування готелю, насичення ринку, кваліфікації персоналу тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В науковій літературі з питань готельного менеджменту дослідженню сутності процесу створення готелю та якості послуг, що надаються, приділено багато уваги. С. І. Байлик визначає готелі як комплекс матеріально-технічних та трудових ресурсів, які беруть участь в процесі надання готельних послуг [1]. Н. І. Кабушкін у своїх працях визначає готельне підприємство як матеріально-технічну базу, яка необхідна для створення, реалізації та просування готельного продукту [2]. Л. І. Нечаюк розглядає інфраструктуру готельного бізнесу як комплекс взаємопов'язаних структур та об'єктів, що представляють собою систему, яка забезпечує функціонування готельного підприємства та є його основою [3].

При цьому маловивченими залишаються питання якості та конкурентоспроможності послуг, що надаються готелями, вирішення яких залежить від ефективності управління підприємствами даного виду бізнесу. Дослідження реального стану організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємств готельного господарства показало, що серед важливих питань, які стоять перед керівництвом цих підприємств, першочерговим має бути відновлення рівня їх завантаження та прибутковості.

Постановка завдання. Метою статті є опрацювання теоретичних та прикладних основ управління якістю послуг готельного господарства та визначення напрямів його удосконалення (на прикладі готелю «Hotel Sea» 4*, розташованого у м. Одеса).

Виклад основного матеріалу дослідження. Метою проекту було створення спа-готелю на 85 місць у місті Одеса, для обслуговування жителів та гостей міста [4]. Для розміщення спа-готелю обрано перетин вул. Рибальська Балка та Якірного провулку. Вибір саме цього типу закладу готельного господарства зумовлений тим, що в цьому районі немає подібного спеціалізованого закладу готельного господарства, є окремі спа-послуги у санаторіях та салонах, котрі розташовані ближче до центру міста. Цей регіон розміщення готельного господарства, що проектується, можна охарактеризувати як зону, у якій відбувається скупчення потенційних споживачів. Це місце має добру транспортну розв'язку. Функціонують міські маршрути, близько до берегової лінії та пляжів. Поруч з проєктованим закладом знаходиться багато різноманітних магазинів та бутиків. В умовах конкуренції, споживач є головною фігурою, тому дослідження споживачів туристичних послуг необхідно спрямувати на всебічне і комплексне дослідження попиту.

Відмітимо, що готелі розрізняються за своїми архітектурними рішеннями. Тому на початку варто сформулювати основні принципи, які беруться до уваги при спорудженні будівель готелів:

1. Будівля (або комплекс будівель) повинна органічно вписуватися в навколишнє середовище, зберігаючи особливості міського або сільського ландшафту.

2. Слід враховувати природно-кліматичні чинники (температуру і вологість повітря, кількість опадів, інсоляцію, швидкість і напрям вітру тощо).

3. Архітектурне, конструктивне і планувальне рішення будівлі не повинні бути надмірно дорогими. Планування будівлі повинне забезпечувати економічність її експлуатації. Основні зусилля проєктантів направляються на раціональне поєднання поточних і одноразових витрат.

4. При проєктуванні будинку певну роль відіграють рекламні міркування: забезпечення оформлення фасаду, що підкреслює престижність готелю; встановлення рекордів певного напрямку (спорудження найвищої будівлі, найекзотичнішої будівлі і т. д.); розташування вітрин готельних торгових центрів та ін.

5. Планування будівлі повинне забезпечувати раціональну організацію обслуговування і відповідний комфорт проживаючим, відповідати функціональним вимогам.

6. Споруда має відповідати естетичним, технічним, санітарно-гігієнічним, екологічним нормам і рекомендаціям. Слід передбачати можливість реконструкції будівлі.

7. Необхідно дотримуватися умови економічності процесу будівництва споруди [5].

При проектуванні будівлі готелю також потрібно враховувати комфорт співробітників. Для цього слід забезпечити зручні підсобні приміщення для приготування їжі та зберігання продуктів; прання, сушки та прасування білизни. На кожному поверсі потрібно організувати невеликі комори для клінінгового сервісу – в них будуть зберігатися пристосування для щоденних прибирань. Окремого облаштування потребують приміщення для відпочинку персоналу.

Також варто влаштувати зону для розвантаження продуктів, миючих засобів і будь-яких інших предметів, які потрібні для функціонування готелю. Так як транспортний засіб буде приїжджати щодня, то потрібно, щоб вантажники працювали непомітно для клієнтів – з іншого боку будівлі.

Коли будівництво готельного закладу завершено, виникають проблеми, пов'язані з його функціонуванням в системі готельного бізнесу, що впливають з основних вимог, які пред'являються до подібного роду споруд, а також основних послуг, які у них надаються.

Асортиментна концепція проектного підприємства представляє собою спрямовану побудову оптимальної асортиментної пропозиції послуг, при цьому за основу приймаються, з одного боку, споживчі вимоги визначених груп (сегментів ринку), а з іншого, необхідність забезпечення ефективного використання підприємством матеріальних, технологічних, фінансових та інших ресурсів (табл. 1) [4; 6].

Таблиця 1

Концепція готелю «Hotel Sea» 4*

Ознаки концепції	Характеристика
1	2
Характеристика регіону	
Географічне положення	м. Одеса
Характеристика регіону	Помірно-вологий клімат, залізничне і автобусне сполучення з найбільшими містами України, міжнародний аеропорт, порт
Характеристика цільової аудиторії	
Стать	Чоловіки/жінки
Вік	20–50 років
Мета подорожі	Професійна, пізнавальна, оздоровча
Інтереси	Відпочинок, релакс, ділові інтереси, подорожування
Структура потреб	Послуги готельного господарства, послуги ресторанного господарства, критий басейн та спа-зона
Загальна характеристика готелю	
Назва готелю	Спа-готель «Hotel Sea» 4*
Місце розміщення та поштова адреса	м. Одеса Тел. email: website:
Підпорядкованість	Приватне підприємство
Відстань від засобів прибуття/вибуття	Відстань від вокзалу – 25–30 хв
Засоби сполучення	Автобус, таксі
Споруда готелю. Дизайнерський стиль.	Морський стиль
Рівень комфорту	****
Кількість номерів	72
Люкс	2
Напівлюкс	7
Стандартний одномісний	59
Стандартний двомісний	4
Кількість місць в готелі	85
Спеціалізація готелю	Спа-готель
Контингент споживачів	Вітчизняні та іноземні туристи, спортсмени, ділові люди, жителі міста

продовження табл. 1

1	2
Асортимент додаткових послуг готелю	Парковка, що охороняється Безкоштовний доступ до мережі Інтернет, Wi-Fi в номерах і гостьових зонах Бізнес-послуги, сауна з басейном (закритого типу), спа-зона (відкритого типу), тренажерний зал (закритого типу), ресторан (відкритого типу)
Концепція просування послуг	Реклама, інтернет-ресурси, біг-борди, вивіски
Цінова концепція	Гнучка цінова політика. Програма лояльності постійним клієнтам.

Джерело: власна розробка

Для здійснення аналізу конкурентного середовища було визначено готелі, які працюють у районі, де планується розміщення закладу, що проектується. Серед конкурентів: «Villa-Pinia», «Georg-Grad», «Asiya» (табл. 2).

Таблиця 2

Оцінка конкурентоспроможності готелю «Hotel Sea» 4*

Показники	Hotel Sea	Villa-Pinia	Georg-Grad	Asiya
Місце розташування	Близько до берегової лінії та пляжів	Близько до берегової лінії	Близько з офісним центром	На околиці Одеси
Наявність парковки	Є	Є	Немає	Немає
Облаштування номерів	Нове	2 роки назад	Нове	3 роки назад
Харчування	Ресторан (відкритого типу)	Ресторан + бар	Ресторан	Ресторан
Якість додаткових послуг	Висока	Висока	Середня	Середня
Рівень шуму	Низький	Середній	Високий	Середній

Джерело: власна розробка

За допомогою SWOT-аналізу визначимо сильні та слабкі сторони, які буде мати готель «Hotel Sea» 4*, а також зовнішні можливості і загрози (табл. 3).

Таблиця 3

Сильні та слабкі сторони, які буде мати готель «Hotel Sea» 4*, та зовнішні можливості і загрози

Сильні сторони	Слабкі сторони
1	2
Система розподілу	
1. Наявність досвідчених керівників	1. Недостатній власний досвід реклами
2. Аналіз попиту споживачів послуг	2. Необхідність ризику
3. Організація навчання персоналу	
4. Робота по різних формам платежів	
5. Накопичення досвіду продаж та створення бази даних про клієнтів	
Послуги, що надаються	
1. Можливість надання послуг враховуючи специфічні побажання клієнтів	1. Відсутність можливостей впливу на постачальників
2. Надання додаткових послуг	2. Відсутність міжнародного сертифікату
Власні фінансові засоби готелю	
1. Фінансова незалежність	1. Недостатність оборотних активів та місць для оперативного реагування на підвищення попиту
Організація управління	
1. Наявність кваліфікованих груп працівників	1. Вище керівництво розподіляє ресурси та кадри
Імідж готелю	
1. Високий рівень обслуговування	1. Виконання обов'язків при мінімальному або нульовому прибутку

продовження табл. 3

1	2
Можливості	Загрози
Суспільство	
1. Розширення ринків збуту	1. Зміна політичної ситуації
	2. Незастрахованість бізнесу
Тенденції розвитку ринку	
1. Розширення послуг сервісу	1. Прийняття нових стандартів
Конкуренти	
1. Погіршення позицій деяких конкурентів через незадовільний менеджмент	1. Зниження цін конкурентів
Розподіл	
1. Зростання необхідності у послугах готелю	1. Висока корумпованість чиновників
2. Підйом економіки, підвищення попиту	2. Ризик при оцінці платоспроможності клієнтів
3. Зростання реальних доходів населення	
Споживачі	
1. Вихід на нові сегменти ринку	
2. Надання послуг на рівні світових стандартів	

Джерело: власна розробка

Проведений аналіз засвідчує, що заклад буде мати значну кількість сильних сторін, а також порівняно невелику кількість слабких сторін, а найближчим конкурентом готелю «Hotel Sea» 4* є готель «Villa-Pinia».

Враховуючи вищезазначене, можна визначити основні етапи процесу управління конкурентоспроможністю готелю «Hotel Sea» 4*, заснованого на функціях управління:

1) стратегічне планування: аналіз ринку туристичних послуг і оцінка інтенсивності конкуренції; аналіз ресурсів і конкурентних можливостей підприємства; вибір конкурентних переваг готелю для розробки конкурентної стратегії; вибір цільової орієнтації готелю і вироблення конкурентної стратегії; формування показників конкурентоспроможності готелю;

2) маркетинг: розробка маркетингової стратегії, яка складається з трьох частин: 1) аналіз ринкових можливостей і опис цільового ринку, планованого позиціонування готельного продукту з урахуванням його конкурентних переваг, обсягу збуту, частки ринку, цільового прибутку; 2) визначення політики ціноутворення на послуги, методів реалізації послуг, маркетинговий бюджет на певний період часу; 3) опис планованих довгострокових показників обсягів збуту, прибутків і стратегії комплексу маркетингу – маркетинг-мікс на весь цей час; втілення в життя маркетингових заходів;

3) організація: декомпозиція за рівнями управління (стратегічним, тактичним та оперативним) показників конкурентоспроможності готельного підприємства; визначення послідовності дій для досягнення розроблених показників конкурентоспроможності готелю; організація виконання розроблених заходів;

4) мотивація: стимулювання діяльності працівників за допомогою методів грошової та негрошової мотивації, а також з урахуванням психологічних потреб співробітників з метою підтримки і підвищення високого рівня обслуговування споживачів та ефективності діяльності готелю в цілому;

5) контроль: контроль досягнення показників конкурентоспроможності; оцінка досягнення конкурентоспроможності готелю.

Так, в якості основних шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності проєктованого готелю «Hotel Sea» 4* варто запропонувати наступні: постійне підвищення якості послуг та рівня обслуговування; проведення ефективної маркетингової роботи і рекламних заходів; формування структури управління у відповідності зі стратегічними цілями готелю; розробка і створення ефективної системи управління людськими ресурсами; досягнення відповідності рівня послуг, що надаються, і якості обслуговування світовим стандартам; досягнення стійкості і підвищення основних фінансових показників: прибутку і рентабельності. Серед додаткових шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності готелю можна виокремити такі: при проведенні аналізу конкурентів необхідно, крім внутрішніх готелів-конкурентів, враховувати і зовнішніх конкурентів; використання системи all inclusive (все включено); використання сучасних технологій в області готельного бізнесу та постійне введення інновацій.

Важливою частиною при розробленні готелю «Hotel Sea» 4* є обґрунтування доходів від операційної діяльності. План доходів від операційної діяльності готелю «Hotel Sea» 4* складався на основі експлуатаційної програми, вираженої в грошовій формі. Обґрунтування плану доходу (виручки)

від реалізації послуг з розміщення туристів здійснювався з урахуванням планової кількості місце-днів і тарифів на одне спальне місце за добу.

Оскільки тарифи на спальні місця диференційовані за категоріями номерного фонду, то розрахунок доходу від реалізації номерів (спальних місць) здійснювався за формулою (1):

$$V_{\text{нф}}^{\text{пл}} = \sum_{i=1}^n N_{\text{мд}}^{\text{пл}} \times T_{\text{мд}}^i, \quad (1)$$

де $V_{\text{нф}}^{\text{пл}}$ – дохід від використання номерного фонду в плановому періоді;

n – кількість (від 1 до n) категорій готельних номерів;

$N_{\text{мд}}^{\text{пл}}$ – кількість місце-днів завантаження i -тої категорії готельного номера;

$T_{\text{мд}}^i$ – тариф за добу перебування клієнта в номері i -тої категорії [7].

Використовуючи формулу (1), нами розраховано обсяг доходу від операційної діяльності у 2020 році, який буде становити 148359 тис. грн. Аналогічні розрахунки виконаємо для 2025 р. та 2030 р., враховуючи щорічний темп зростання показників.

Тариф за послуги підприємств готельного типу, крім собівартості й прибутку, включає ще й ПДВ. Валовий дохід готелю – це виручка від реалізації повного комплексу готельних послуг (основних та додаткових):

$$ВД = V_{\text{нф}}^{\text{пл}} + V_{\text{рдп}}, \quad (2)$$

де ВД – валовий дохід готелю;

$V_{\text{нф}}^{\text{пл}}$ – дохід від використання номерного фонду в плановому періоді;

$V_{\text{рдп}}$ – дохід від реалізації додаткових послуг (доходи від експлуатації підсобних підрозділів – хімчистки, пральні, перукарні, екскурсійного бюро тощо, ресторанного господарства готелю, доходи за оренду приміщень, інші доходи) [8].

Дохід від здачі готельних місць під розміщення туристів включає також плату за бронювання, доплату за перебування в номері понад повну добу. Так, згідно розрахунків, в 2020 році обсяг валового прибутку складе 51853 тис. грн. Аналогічні розрахунки виконаємо для 2025 та 2030 років.

Крім доходу від здачі номерів (спальних місць) під розміщення туристів, дохід готелів формується й за рахунок реалізації інших послуг і здачі в оренду площ іншим підприємцям. Доходи від інших видів операційної діяльності плануються методом прямих розрахунків або економіко-статистичними методами.

Результати розрахунку операційних доходів готелю подано в табл. 4.

Таблиця 4

Операційні доходи готелю «Hotel Sea» 4* у 2020–2030 рр., тис. грн

Показники	Роки			Відхилення			
	2020	2025	2030	абсолютне, тис. грн.		відносне, %	
				2025/ 2020	2030/ 2025	2025/ 2020	2030/ 2025
Дохід від реалізації послуг	148359	241944	272236	93585	30292	63,1	12,5
Валовий прибуток	51853	105016	153530	53163	48514	102,5	46,2
Інші операційні доходи	58077	70419	24378	12342	-46041	21,3	-65,4
Інші доходи	3594	5	23	-3589	18	-99,9	360,0

Джерело: розраховано авторами

Як бачимо, дохід від реалізації послуг зростатиме протягом найближчих років, зросте і чистий прибуток. Проте інші операційні доходи дещо зменшаться у 2030 р., а інші доходи – у 2025 р. (рис. 1).

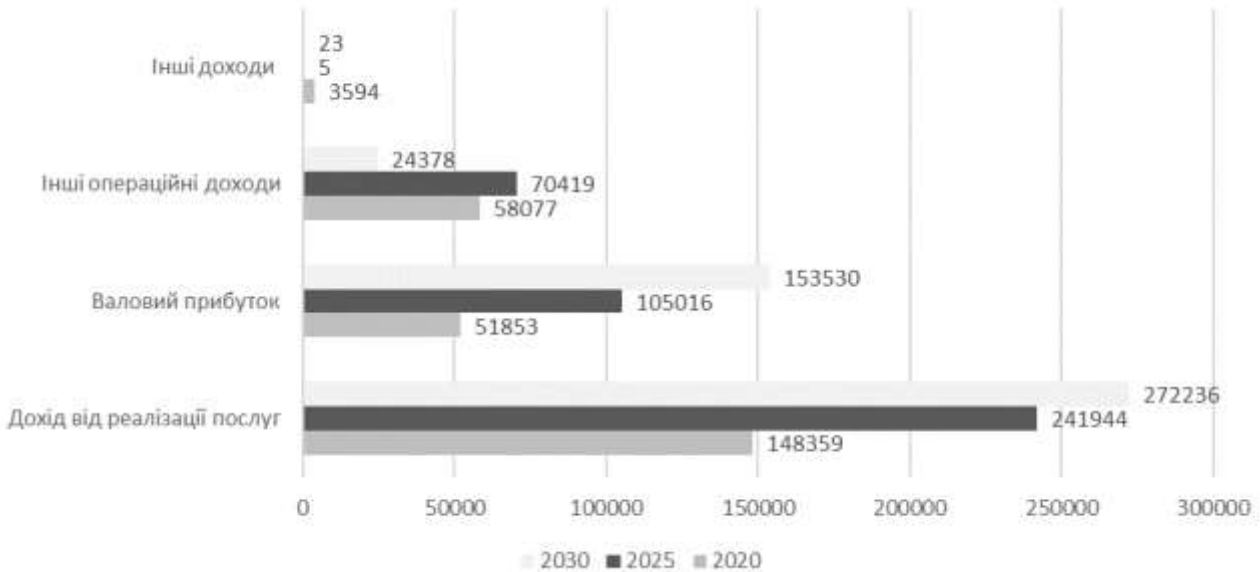


Рис. 1. Динаміка операційних доходів готелю «Hotel Sea» 4* у 2020–2030 рр., тис. грн.
 Джерело: побудовано авторами

З метою оцінки ефективності господарської діяльності досліджуваного готелю також необхідно проаналізувати динаміку показників рентабельності (табл. 5).

Таблиця 5

Аналіз показників рентабельності готелю «HOTEL SEA» 4* у 2020–2030 рр.

Показники	Алгоритм розрахунку	Роки			Абс. відхилення	
		2020	2025	2030	2025/ 2020	2030/ 2025
Коефіцієнт рентабельності активів	$R_a = \text{Чистий прибуток} / \text{Активи}$	0,11	0,19	0,17	0,08	-0,02
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	$R_{вк} = \text{Чистий прибуток} / \text{Власний капітал}$	0,11	0,20	0,18	0,09	-0,02
Коефіцієнт рентабельності діяльності	$R_d = \text{Чистий прибуток} / \text{Доходи від операційної діяльності}$	0,28	0,29	0,23	0,01	-0,06
Коефіцієнт рентабельності продукції	$R_{пр} = \text{Чистий прибуток} / \text{Собівартість}$	0,42	0,50	0,52	0,08	0,02

Джерело: розраховано авторами на основі [9–10]

Згідно даних табл. 5, можемо сказати, що збільшення величини коефіцієнта рентабельності активів у 2025 р. свідчатиме про зростання рівня прибутку, який створюється наявними активами готелю. Зростання у 2025 р. величини коефіцієнта рентабельності власного капіталу є свідченням збільшення рівня прибутковості власного капіталу, вкладеного в готель. Збільшення коефіцієнта рентабельності діяльності у 2025 р. свідчить про зростання ефективності господарської діяльності готелю. Зростання у 2025–2030 рр. коефіцієнта рентабельності продукції є свідченням того, що відбудеться збільшення ефективності реалізації послуг досліджуваного готелю. Таким чином, господарська діяльність досліджуваного готелю буде ефективною. Проте варто відзначити певне погіршення показників фінансового стану та ефективності операційної діяльності готелю у 2030 р., що буде зумовлено зменшенням величини його чистого прибутку [11].

Тому серед заходів підвищення обсягу чистого прибутку готелю «Hotel Sea» 4* до 2030 року, з нашої точки зору, необхідно використовувати різні способи залучення клієнтів і підвищення рівня конкурентоспроможності. Для залучення клієнтів рекомендується використовувати такі способи:

- спеціальна пропозиція для молоді і сімейного відпочинку;
- спеціальна пропозиція на проживання у вихідні дні;
- знижки і бонуси для постійних клієнтів;
- співпраця з аквапарками та міськими туристичними агентствами;
- відкриття банкетного залу;
- ширша реклама наявної при готелі сауни (відкриття кабінету масажу та інших, популярних в даний час, спа-процедур);

– підвищення особистої зацікавленості всіх працівників готелю в залученні нових і утриманні постійних клієнтів.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, спа-готель «Hotel Sea» 4* призначений для туристів та бізнес-гостей, знаходиться на невеликій і тихій вулиці, що забезпечить такий необхідний відпочинок після насиченого дня і розташовуватиметься близько до моря. У ринкових умовах, коли вартість кредитних ресурсів досить висока, а сам факт отримання необхідних коштів через банківське кредитування ускладнений, одним із найоптимальніших виходів для власника готельного бізнесу, який бажає створити спа-готель, є залучення зацікавлених орендарів (як на «голу» площу, так і на готовий об'єкт) із забезпеченням спільної участі в спа-бізнесі чи іншій формі співробітництва. Запланована концептуальна схема роботи для готелю «Hotel Sea» 4* є оптимальною, оскільки передбачає правильний розподіл наявних ресурсів з метою отримання максимального прибутку. Це підтверджується прогнозними даними про те, що чистий дохід від реалізації послуг зростатиме протягом найближчих років, зросте і величина чистого прибутку.

Бібліографічний список

1. Організація готельного господарства: підручник / за ред. Байлік І.М., Писаревський А.Г.; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. 329 с.
2. Кабушкин Н.І. Менеджмент готиниц и ресторанов: учебн. пособие. Москва: КноРус, 2016. 345 с.
3. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 348 с.
4. Spa-технології в готелях: URL: www.starpool.com.ua/uploads/Publications/AlfaSPA_Hotel_business_7.pdf (дата звернення: 11.12.2019).
5. Банько В.Г. Будівлі, споруди, обладнання туристичних комплексів та експлуатація: навч. посібник. Київ: Центр інформаційних технологій, 2006. 292 с.
6. Стандарти spa та wellness в Україні. URL: <http://soyuz-spa.com/standarti-spa-wellness-ukra%D1%97ni.html> (дата звернення: 10.12.2019).
7. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. URL: http://tourlib.net/books_ukr/dyadechko64.htm (дата звернення: 10.12.2019).
8. Мунін Г.Б. Особливості та напрями вдосконалення фінансово-операційного аналізу діяльності готельного бізнесу. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. праць. 2003. № 10. С. 108-114.
9. Апатенко Т.М. Методичні вказівки для виконання практичних завдань, розрахунково-графічної роботи та самостійної роботи з дисципліни «Проектування об'єктів готельно-ресторанного господарства» (для студентів 4 курсу денної та заочної форм навчання, за напрямом підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа» професійного спрямування "Готельне господарство"). Харків: ХНУМГ, 2013. 35 с.
10. Мазаракі А.А., Пересічний М.І., Шаповалта С.Л. Проектування готелів: навч. посіб. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 340 с.
11. Герасимчук З.В., Сидорук С.В. Методика оцінки ефективності територіальної організації ринку готельних послуг в регіоні. *Економічні науки*. 2011. Вип. 8(29). Ч. 1. С. 81-88.

References

1. Bailik, I.M. and Pysarevskiy, A.H. (2015), *Orhanizatsiia hotelnoho hospodarstva* [Organization of the hotel industry], textbook, KhNUMH im. O.M. Beketova, Kharkiv, Ukraine, 329 p.
2. Kabushkin, N.I. (2016), *Menedzhment gostinits i restoranov* [Hotel and restaurant management], tutorial, KnoRus, Moscow, Russia, 345 p.
3. Nechaiuk, L.I. and Telesh, N.O. (2003), *Hotelno-restoranniyi biznes* [Hotel and restaurant business], tutorial, Tsentri navchalnoi literatury, Kyiv, Ukraine, 348 p.
4. *Spa-tekhnologii v hoteliakh* [Hotel Spa Technologies], available at: www.starpool.com.ua/uploads/Publications/AlfaSPA_Hotel_business_7.pdf (access date December 11, 2019).
5. Banko, V.H. (2006), *Budivli, sporudy, obladdannia turystychnykh kompleksiv ta ekspluatatsiia* [Buildings, structures, equipment of tourist complexes and operation], tutorial, Tsentri informatsiinykh tekhnologii, Kyiv, Ukraine, 292 p.
6. *Standarty spa ta wellness v Ukraini* [Spa and wellness standards in Ukraine], available at: <http://soyuz-spa.com/standarti-spa-wellness-ukraYini.html> (access date December 10, 2020).
7. Diadachko, L.P. *Ekonomika turystychnoho biznesu* [Economics of tourism business], available at: http://tourlib.net/books_ukr/dyadechko64.htm (access date December 10, 2020).

8. Munin, H.B. (2003), "Features and directions of improvement of financial and operational analysis of hotel business activity", *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini: zb. nauk. prats*, 108-114.

9. Apatenko, T.M. (2013), *Metodychni vkazivky dlia vykonannia praktychnykh zavdan, rozrakhunkovo-hrafichnoi roboty ta samostiinoi roboty z dystsypliny «Proektuvannia ob'ektiv hotelno-restorannoho hospodarstva» (dlia studentiv 4 kursu dennoi ta zaochnoi form navchannia, za napriamom pidhotovky 6.140101 «Hotelno-restoranna sprava» profesiinoho spriamuvannia "Hotelne hospodarstvo")* [Methodical instructions for the implementation of practical tasks, calculating and graphic work and independent work in the discipline "Designing of hotel and restaurant facilities" (for students of 4 year full-time and part-time forms of study, in the direction of preparation 6.140101 "Hotel-restaurant" of professional orientation "Hotel management")], KhNUMH, Kharkiv, Ukraine, 35 p.

10. Mazaraki, A.A., Peresichnyi, M.I. and Shapovalta, S.L. (2012), *Proektuvannia hoteliv* [Hotel design], tutorial, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine, 340 p.

11. Herasymchuk, Z.V. and Sydoruk, S.V. (2011), "Methodic of assessing the effectiveness of the territorial organization of the hotel services market in the region", *Ekonomichni nauki*, Iss. 8(29), Part 1, pp. 81-88.

Грищенко І.М., Дубина К.В. ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ГОТЕЛЮ (4 ЗІРКИ НА 85 НОМЕРІВ У м. ОДЕСА)

Мета. Опрацювання теоретичних та прикладних основ управління якістю послуг готельного господарства та визначення напрямів його удосконалення (на прикладі готелю «Hotel Sea» 4*, розташованого у м. Одеса).

Методика дослідження. У ході дослідження були використані наступні методи: SWOT-аналіз (для визначення сильних та слабких сторін, зовнішніх можливостей і загроз проєктованого готелю); порівняльний аналіз (для здійснення оцінки конкурентоспроможності готелів); абстрактно-логічний (для формування висновків стосовно доцільності функціонування проєктованого спа-готелю).

Результати. Запропоновано низку інженерно-технологічних та архітектурно-будівельних рішень при відкритті спа-готелю у м. Одеса та виокремлено основні принципи, які беруться до уваги при спорудженні будівель готелів. Здійснено аналіз конкурентного середовища й оцінено конкурентоспроможність проєктованого готелю. Визначено сильні і слабкі сторони, які буде мати готель «Hotel Sea» 4*, а також зовнішні можливості і загрози його діяльності. Обґрунтовано основні етапи процесу управління конкурентоспроможністю готелю «Hotel Sea» 4*, заснованого на функціях управління. Сформовано пропозиції щодо підвищення рівня конкурентоспроможності спа-готелю «Hotel Sea» 4*. Спрогнозовано економічні результати діяльності готелю й розроблено рекомендації щодо їх покращення.

Наукова новизна. Розроблено рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності проєктованого спа-готелю «Hotel Sea» 4*, що буде сприяти зростанню обсягу чистого прибутку готелю «Hotel Sea» 4* до 2030 року.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані в індустрії туризму, яка безпосередньо впливає на формування інфраструктури готельного бізнесу; це сприятиме правильному розподілу наявних ресурсів готельних підприємств з метою отримання максимального прибутку.

Ключові слова: спа-готель, туристичні послуги, конкуренція, споживачі, прибуток, туристичний продукт.

Hryshchenko I.M., Dubyna K.V. SUBSTANTIATION OF EXPEDIENCY FOR OPENING THE HOTEL (4 STARS FOR 85 ACCOMODATIONS IN ODESA)

Purpose. The aim of the article is to develop the theoretical and applied bases of quality management of hotel services and determine the directions of its improvement (on the example of "Hotel Sea" 4 *, located in Odesa).

Methodology of research. The following methods are used in the study: SWOT-analysis (to identify strengths, weaknesses, external opportunities and threats of a projected hotel); comparative analysis (to assess the competitiveness of hotels); abstract and logical (to form conclusions about the expediency of functioning of the projected spa-hotel).

Findings. A number of engineering, technological, architectural and construction solutions are proposed when opening a spa-hotel in Odesa, and the basic principles that are taken into account when constructing hotel buildings are outlined. The competitive environment is analysed and the competitiveness of the projected hotel is evaluated.

The strengths and weaknesses of "Hotel Sea" 4 * are identified, as well as the external opportunities and threats of its activities. The main stages of the competitive management process of the hotel "Hotel Sea" 4 * based on management functions are substantiated. Suggestions to increase the competitiveness of the spa-hotel "Hotel Sea" 4 * have been formed. The economic performance of the hotel is forecasted and recommendations to improve them are made in the article.

Originality. Recommendations to increase the level of competitiveness of the projected spa-hotel "Hotel Sea" 4 *, which will increase the net profit of the hotel "Sea Hotel" 4 * by 2030 have been developed.

Practical value. The results of the study can be used in the tourism industry, which directly influences the formation of hotel business infrastructure; this will facilitate the proper allocation of available resources of hotel enterprises for maximum profit.

Key words: spa-hotel, tourist services, competition, consumers, profit, tourist product.

Грищенко І.Н., Дубина Е.В. ОБОСНОВАНИЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ОТКРЫТИЯ ОТЕЛЯ (4 ЗВЕЗДЫ НА 85 НОМЕРОВ В г. ОДЕССА)

Цель. Разработка теоретических и прикладных основ управления качеством услуг гостиничного хозяйства и определение направлений его совершенствования (на примере «Hotel Sea» 4 *, расположенного в г. Одесса).

Методика дослідження. В ході дослідження були використані наступні методи: SWOT-аналіз (для визначення сильних і слабких сторін, зовнішніх можливостей і загроз); порівняльний аналіз (для оцінки конкурентоспособності готельних); абстрактно-логічний (для формування висновків про цільовість функціонування проектуваного спа-отеля).

Результати. Предложено ряд інженерно-технологічних і архітектурно-будівельних рішень при відкритті спа-отеля в м. Одеса і виділені основні принципи, які приймаються до уваги при спорудженні будівель готельних. Здійснено аналіз конкурентного середовища і проведено оцінку конкурентоспособності проектуваної готельні. Визначені сильні і слабкі сторони, які матиме готель «Hotel Sea», а також зовнішні можливості і загрози його діяльності. Обґрунтовані основні етапи процесу управління конкурентоспособністю готеля «Hotel Sea» 4*, заснованого на функціях управління. Сформульовані пропозиції по підвищенню рівня конкурентоспособності спа-отеля «Hotel Sea» 4*. Прогнозовані економічні результати діяльності готельні і розроблені рекомендації по їх удосконаленню.

Наукова новизна. Розроблені рекомендації по підвищенню рівня конкурентоспособності проектуваного спа-отеля «Hotel Sea» 4*, що сприятиме зростанню обсягу чистої прибутку готельні «Hotel Sea» 4* до 2030 року.

Практична значимість. Результати дослідження можуть бути використані в індустрії туризму, яка безпосередньо впливає на формування інфраструктури готельного бізнесу; це сприятиме правильному розподілу наявних ресурсів готельних підприємств з метою отримання максимальної прибутку.

Ключові слова: спа-готель, туристичні послуги, конкуренція, споживачі, прибуток, туристичний продукт.