

ЦІНИ ЯК ІНДИКАТОР ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ КРУПНОГО МІСТА

У статті проведено порівняльний аналіз цін на готельні послуги в крупних містах світу й у м. Одесі, виявлено певні тенденції, пов'язані з ціновою політикою, та зроблені висновки про вплив цін на ділову активність готельних підприємств. У результаті дослідження проведено групування готелів м. Одеси за рівнем цін.

A comparative price analysis is conducted in the hotel services of large cities. There was found out certain tendencies of Odessa's hotel market in the article. The conclusions of prices influence to business activity of hotel enterprises have been done. The research resulted in working out of the hotels classification by the price level criterion.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Рівень цін на ринку готельних послуг та їх коливання у динаміці певного періоду часу є важливим індикатором ділової активності готельних підприємств. Для виявлення певних тенденцій, пов'язаних із впливом цін на розміщення, на розвиток діяльності готелів крупних міст світу, необхідно провести дослідження їх цінової політики на підставі економіко-статистичних методів, за результатами якого запропонувати конкретні цінові стратегії для окремих груп готельних підприємств м. Одеси в плані підвищення їх ділової активності на ринку готельних послуг.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідженням проблем цінової політики готельних підприємств займався ряд провідних учених: Агафонова Л.Г. та Агафонова О.Є. [1, с. 5–70, 98–122], Пуцентейло П.Р. [2, с. 160–175], Яковлев Г.А. [3, с. 244–257], Кузнецова Н.М. [45, с. 221–226] та ін. Однак дотепер аналіз та прогнозування рівня цін на послуги стандартних готельних номерів у крупних містах світу в порівнянні з м. Одесою проведено не було.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На підставі збору інформації про ціни на послуги стандартних номерів у крупних містах світу та у м. Одесі проведено дослідження ділової активності готельних підприємств в умовах світової фінансової кризи.

Постановка завдання. Мета статті полягає у здійсненні аналізу рівня цін на розміщення в готелях крупних міст світу у порівнянні з аналогічними показниками по м. Одесі, та у встановленні їх впливу на розвиток ділової активності підприємств готельного господарства за певний період часу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкових стосунків різко зростає роль цін на обслуговування для будь-якого готелю. Від цінової політики засобу розміщення залежать як величина його прибутку, так і конкурентоспроможність підприємства та його послуг, і фінансова стійкість.

Крім внутрішніх факторів на діяльність готельних підприємств значно впливає загальна економічна ситуація у світі. Міжнародні дані індексу рівня цін на готельні послуги за останній період свідчать про їх зниження в середньому на 12% за підсумками 2008 року та на 18% — у 2009 році [5].

На Європейському континенті, згідно даним «The Hotel Price Index» [5], падіння цін

на готельні номери склало приблизно 13% (рис. 1). Серед країн Євросоюзу найсильніше подешевшали готельні послуги в Польщі, де ціна за номер впала на чверть. У Північній Америці й Азії вартість номерів в готелях знизилася на 14% і 16% відповідно. Різке зниження цін відбулося і в Латинській Америці — на 21%. У цілому, середня світова ціна на номер в готелі виявилася нижчою, ніж у 2004 році.

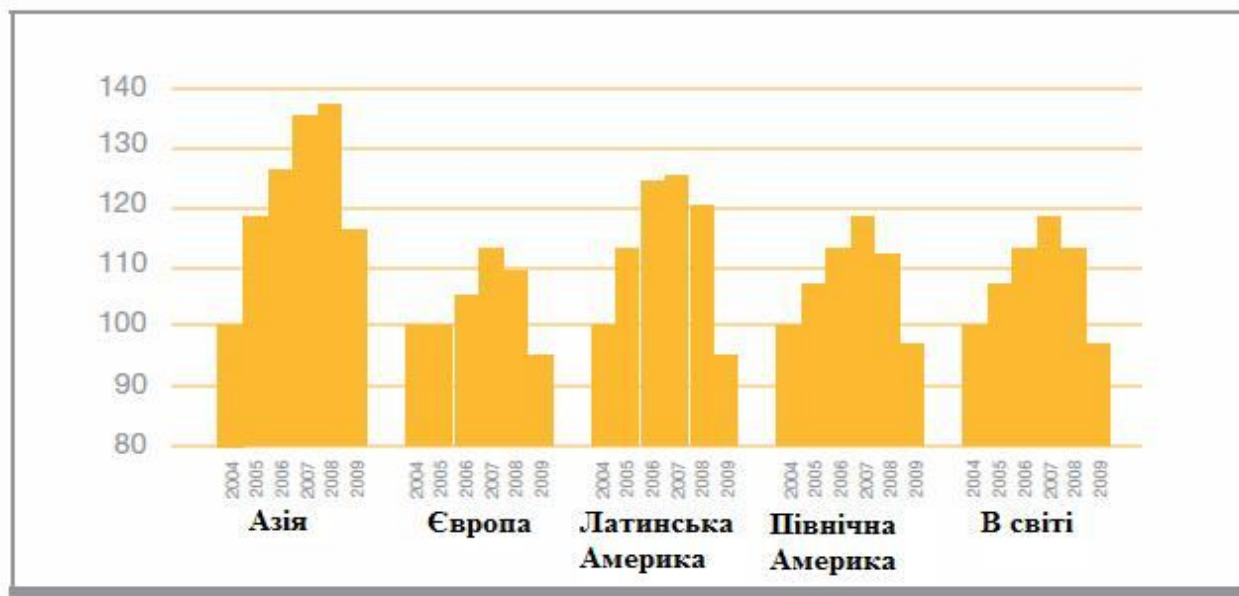


Рис. 1. Дінаміка середніх щорічних цін у готелях за 2004–2009 рр., % [5]

Дослідження рівня цін у крупних містах світу за період 2008–2009 років представлено у таблиці 1. Так, у 2009 році Москва перестала бути найдорожчим містом у світі за вартістю готельних послуг, поступившись першим місцем Монте-Карло (середня ціна на добу 188 €), за яким слідує Абу-Дабі (174 €). Нью-Йорк продемонстрував зниження тарифів на 9%, що склало 163 € за добу. П'яте місце в рейтингу найдорожчих міст світу з готельного обслуговування протягом обох років незмінно посідає Женева. Проте Венеція піднялася з 7 на 6 місце в цьому рейтингу, не змінюючи фактичну вартість проживання. Завершують десятку найдорожчих міст по готельному обслуговуванню Бостон (133 €), Вашингтон (132 €) і Тель-Авів (131 €). Цікаво, що в останньому спостерігається збільшення вартості проживання на 12% у порівнянні з 2008 р., не дивлячись на загальносвітове зниження цін.

Таблиця 1

Середні ціни в готелях 2009 р. у порівнянні з 2008 р.

Місто	Середня ціна номеру, 2009 р.	Рейтинг	Середня ціна номеру, 2008 р.	Рейтинг	Трп 2009, %	Рейтинг	Місто	Середня ціна номеру, 2009 р.	Рейтинг	Середня ціна номеру, 2008 р.	Рейтинг	Трп 2009, %	Рейтинг
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Монте-Карло	€ 188	1	€ 181	3	4	23	Кейптаун	€ 102	25	€ 97	31	5	24
Москва	€ 185	2	€ 253	1	-37	1	Франкфурт	€ 100	26	€ 112	21	-12	8
Абу-Дабі	€ 174	3	€ 183	2	-5	15	Сан-Франциско	€ 99	27	€ 104	26	-5	15
Нью-Йорк	€ 163	4	€ 177	4	-9	11	Палма-де-М..	€ 98	28	€ 96	32	2	22
Женева	€ 157	5	€ 156	5	1	21	Канкун	€ 98	28	€ 115	20	-17	5
Венеція	€ 143	6	€ 143	7	0	20	Брюссель	€ 97	29	€ 98	30	-1	19
Бостон	€ 133	7	€ 134	10	-1	19	Монреаль	€ 96	30	€ 95	33	1	21
Вашингтон	€ 132	8	€ 126	14	5	24	Мадрид	€ 96	30	€ 100	29	-4	16
Тель-Авів	€ 131	9	€ 115	20	12	28	Відень	€ 95	31	€ 106	24	-12	8
Цюріх	€ 130	10	€ 133	11	-2	18	Лісабон	€ 92	32	€ 96	32	-4	16
Дубай	€ 129	11	€ 144	6	-12	8	Сідней	€ 92	32	€ 90	36	2	22
Ріо-де-Жан.	€ 128	12	€ 112	21	13	29	Торонто	€ 91	33	€ 93	35	-2	18
Копенгаген	€ 123	13	€ 129	13	-5%	15	Гонконг	€ 91	33	€ 98	30	-8	12

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Париж	€ 123	13	€ 120	17	2	22	Бухарест	€ 90	34	€ 103	27	-14	6
Токіо	€ 121	14	€ 115	20	5	24	Буенос-Айрес	€ 88	35	€ 96	32	-9	11
Рим	€ 120	15	€ 118	18	2	22	Рейк'явік	€ 86	36	€ 94	34	-9	11
Стамбул	€ 119	16	€ 102	28	14	30	Маракеш	€ 85	37	€ 100	29	-18	4
Осло	€ 118	17	€ 131	12	-11	30	Лагос	€ 85	37	€ 83	39	2	22
Каїр	€ 116	18	€ 104	26	10	27	Мельбурн	€ 84	38	€ 86	37	-2	18
Лондон	€ 116	18	€ 124	15	-7	13	Берлін	€ 84	38	€ 85	38	-1	19
Мумбай	€ 116	18	€ 138	8	-19	3	Варшава	€ 82	39	€ 86	37	-5	15
Стокгольм	€ 114	19	€ 120	17	-5	15	Мехіко	€ 82	39	€ 74	43	10	27
Чикаго	€ 114	19	€ 120	17	-5	15	Шанхай	€ 81	40	€ 78	41	4	23
Лос-Анджел.	€ 112	20	€ 106	24	5	24	Дублін	€ 80	41	€ 90	36	-13	7
Маямі	€ 112	20	€ 105	25	6	25	Будапешт	€ 78	42	€ 80	40	-3	17
С.-Петербург	€ 111	21	€ 135	9	-22	2	Пекін	€ 76	43	€ 86	37	-13	7
Мілан	€ 111	21	€ 116	19	-5	15	Бангкок	€ 73	44	€ 68	45	7	26
Гельсінкі	€ 109	22	€ 115	20	-6	14	Прага	€ 71	45	€ 78	41	-10	10
Сінгапур	€ 109	22	€ 123	16	-13	7	Краків	€ 71	45	€ 75	42	-6	14
Амстердам	€ 107	23	€ 116	19	-8	12	Куала-Лумпур	€ 71	45	€ 71	44	0	20
Единбург	€ 104	24	€ 109	23	-5	15	Лас-Вегас	€ 66	46	€ 68	45	-3	17
Мюнхен	€ 102	25	€ 110	22	-8	12	Таллінн	€ 64	47	€ 68	45	-6	14
Афіни	€ 102	25	€ 100	29	2	22	Орlando	€ 62	48	€ 63	47	-2	18
Барселона	€ 102	25	€ 112	21	-10	10	Рига	€ 60	49	€ 66	46	-10	10

Згідно даним таблиці 1, на фоні загального зниження цін в готелях Європи та Північної Америки, у 2008–2009 рр. відбулося зростання цін у таких містах, як Стамбул (+14%), Ріо-де-Жанейро (+13%), Тель-Авів (+12%), Каїр (+10%), Мехіко (+10%), Бангкок (+7%), Маямі (+6%), Лос-Анджелес (+5%), Токіо (+5%) та Кейптаун (+5%).

Найбільше падіння цін на готельні послуги за 2008–2009 рр. відбулося у таких містах, як Москва (–37%), Санкт-Петербург (–22%), Мумбай (–19%), Маракеш (–18%), Канкун (–17%), Бухарест (–14%), Сінгапур (–13%), Дублін (–13%), Пекін (–13%) та Дубай (–12%).

Аналіз ситуації, що склалася на ринку готельних послуг в останні роки, дозволяє зробити припущення щодо факторів, які вплинули на падіння цін у вище перелічених містах світу. Так, в умовах світової фінансової кризи та підвищення конкуренції найбільше постраждали ті готельні підприємства, де спостерігалася невідповідність ціни та якості послуг; в даній ситуації готелі змушені були максимально знижувати ціни на свої послуги. Крім того, у деяких містах було відмічено випередження темпів зростання обсягу пропозиції послуг розміщення у порівнянні з попитом на них, що сприяло падінню цін на готельні номери. З іншого боку, в деяких засобах розміщення мало місце зниження собівартості послуг завдяки підвищенню ефективності використання основного і оборотного капіталу, впровадженню досягнень науково-технічного прогресу та ресурсозберігаючих технологій, що спричинило зниження готельних тарифів та підвищення конкурентоспроможності даного підприємства. Також треба відмітити, що важливим фактором формування тарифів готельних підприємств є цінова політика держави, яка впливає на підприємства з боку впровадження обмежень чи пільг на законодавчому рівні.

В Україні у даний період часу теж відбуваються складні процеси, пов'язані зі світовою фінансовою кризою: перерозподіл часток ринку готельних послуг, зниження попиту на послуги засобів розміщення на фоні змін пріоритетів у формуванні «споживчого кошику».

Слід відмітити, що в Україні спостерігається наступна тенденція — ріст цін на готельні послуги в національній валюті при одночасному їх зниженні у доларовому (євровому) еквіваленті. Так, за 2008–2009 рр. ціни на послуги засобів розміщення в гривнях збільшено в середньому на 25%, а у верхньому сегменті (4–5*) — на 14,5%. Разом із тим, в доларовому еквіваленті рівень цін в готельному господарстві України зменшився на 13%, а для готелів категорії 4–5 зірок — на 11% [6].

Розглядаючи динаміку розвитку готельного бізнесу в Одеському регіоні, варто

визначити його місце у загальнодержавному масштабі. За даними Державного комітету статистики, в Україні налічується 1595 закладів готельного господарства загальною місткістю 162,0 тис. місць, які щорічно обслуговують близько 4,2 млн. осіб, 20,8 % з яких — іноземці. Середньорічна завантаженість готельного фонду становить 20% [6].

Слід відмітити, що ці показники значно нижче середньоєвропейських норм. Так, наприклад, у країнах Європи рівень завантаження готельних підприємств становить приблизно 60%, а в інших регіонах світу він ще вище: у Північній Америці — 65%, Азії й Австралії — 70% [7]. Крім того, для визначення ємності фонду засобів розміщення використовується показник, який характеризує кількість готельних місць у розрахунку на 1 тис. місцевих жителів. Так, в Петербурзі він становить 5, в Москві — 10, у Празі — 13, Берліні — 14, Відню — 26, Амстердамі — 35 місць. В Україні даний показник дорівнює 2, що свідчить про явно недостатній розвиток ринку готельних послуг.

Варто також звернути увагу на показник середнього доходу, одержуваного від 1 людино-добу обслуговування: в Одеському регіоні він збільшився з 44 грн. (2000 р.) до 240 грн. (2008 р.), тобто в 5,4 рази за розглянутий період. Враховуючи, що коефіцієнт завантаження у 2008 році був 20%, то зробивши розрахунок (240 грн. : 0,20), одержуємо, що при повному завантаженні готельних підприємств середня вартість 1 місця за добу становитиме 1200 грн., що свідчить про вкрай високий рівень цін.

Продовжуючи порівняльний аналіз цінової політики готельних підприємств крупних міст, слід звернути увагу на те, що в світовій практиці готелі середнього класу характеризуються якісним сервісом та помірними цінами. Так, середня вартість проживання у Парижі у тризірковому готелі зі сніданком коштує туристові 35–55 € на добу; ціни на послуги тризіркового готелю в Туреччині нижче на 20–25%, проте в Одесі середня ціна номера складає 970 грн. (близько 90 євро, див. таблицю 6). Тобто, за середню добу вартість номеру в одеському готелі класу 3* в Європі турист може скористатися послугами готелю більш вищої категорії. Часто ціна номеру українських готелів формується не за тими ознаками, що за кордоном. Так, наприклад, за кордоном наявність санвузлу є номері є обов'язковою і не впливає на ціну розміщення.

За статистичними даними, в Одеській області зараз налічується 81 підприємство готельного господарства, серед яких 48 готелів, 28 гуртожитків для приїжджих та інших місць для тимчасового проживання, 2 молодіжні турбази, 3 кемпінги [8].

Аналіз якісного («зіркового») складу готелів таких крупних міст, як Одеса, Москва та Санкт-Петербург, представлено в таблиці 2 [7, 8].

Таблиця 2

Категорійна структура готелів окремих крупних міст

Місто	Категорія				
	Перший клас (5*)	Середній клас (3–4*)	Економ клас (1–2*)	Інші (позакатегорійні)	Разом
Москва	8,0 %	60,0 %	27,0 %	5,0 %	100,0 %
Санкт-Петербург	7,6 %	49,6 %	23,0 %	19,8 %	100,0 %
Одеса	1,6 %	24,5 %	8,2 %	65,7 %	100,0 %

Аналіз даних таблиці 2 підтверджує, що найвища питома вага серед категорійних засобів розміщення належить готелям 3–4*. Номерний фонд цієї категорії, як правило, не перевищує 40–50 номерів. З цього випливає тенденція до створення готелів середнього класу з невеликим номерним фондом.

У ході вивчення офіційних статистичних даних щодо кількості засобів розміщення, було виявлено, що у всіх перелічених містах чисельність підприємств, що позиціонують себе як готелі, істотно перевищує офіційні показники. Так, у Санкт-Петербурзі готельне господарство нараховувало 135 об'єктів тимчасового розміщення, але при більш детальному аналізі готельного ринку даного міста було виявлено приблизно 700 так званих «малих готелів» [7]. Більша частина таких підприємств не проходить процедуру сертифікації не

тільки на присвоєння певної категорії, але й на відповідність обов'язковим вимогам нормативних документів щодо безпеки надання готельних послуг.

У таблиці 3 представлені результати власного дослідження цінової політики окремих готелів м. Одеси, на підставі чого нами виявлені певні тенденції. Як і в інших крупних містах світу, в Одесі спостерігається падіння цін в іноземній валюті (у даному випадку — євро) на проживання майже у всіх категоріях готелів. Найбільш яскраво це можна бачити у розрізі номерів економ-класу (одномісне проживання).

У 2010 р. порівняно з 2007 р. найбільші зміни зі знаком «мінус» відбулися у готелі «Аркадія Плаза» категорії 4* (-38,2%), де одномісне проживання у 2007 р. коштувало 144 € на добу, а у першому кварталі 2010 р. ціна за послуги цього типу номера склала 89 €. Ця ж тенденція спостерігається у готелях «Континенталь» (-27,6%), «Лондон» (-16,1%), «Моцарт» (-15,9%). Цікаво відмітити, що всі вище перелічені готелі відносяться до категорії 4* — тобто цей сегмент ринку готельних підприємств намагається притягнути до себе бюджетних споживачів.

Таблиця 3

Аналіз цін на проживання в окремих готелях м. Одеса у 2007–2010 рр.
та їх прогноз на 2011 р. [9]

№	Назва готелю	Категорія	Кіл-сть номерів	Роки	Ціни (€)			Трп ₂₀₀₈₋₂₀₁₀ , 1-місного но-ра	Трп ₂₀₁₀ , 1-місного но-ра	Трп ₂₀₀₈₋₂₀₁₀ , напів-люкса	Трп ₂₀₁₀ , напів-люкса
					1-місного номера	напів-люкса	люкса				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	«Вірада»	5	26	2007	135	239	383	-5,9%	-3,1%	20,1%	-3,0%
				2008	126	232	488				
				2009	131	296	553				
				2010	127	287	535				
				прогноз	2011	125	315,5				
2	«Аркадія Плаза»	4	24	2007	144	284	387	-38,2%	-27,6%	-29,6%	-32,2%
				2008	140	252	348				
				2009	123	295	366				
				2010	89	200	255				
				прогноз	2011	78,5	205,5				
3	«Континенталь»	4	32	2007	145	159	218	-27,6%	-42,9%	25,2%	-13,1%
				2008	107	119	151				
				2009	184	229	277				
				2010	105	199	245				
				прогноз	2011	124,5	234				
4	«Лондон»	4	37	2007	143	188	255	-16,1%	-3,2%	-28,7%	-3,6%
				2008	107	155	217				
				2009	124	139	203				
				2010	120	134	196				
				прогноз	2011	110,5	109,5				
5	«Морський»	4	54	2007	95	180	262	0,0%	-15,9%	-16,1%	-3,2%
				2008	101	165	206				
				2009	113	156	352				
				2010	95	151	188				
				прогноз	2011	104	139				
6	«Моцарт»	4	40	2007	145	192	242	-15,9%	-31,1%	31,8%	-3,1%
				2008	139	184	231				
				2009	177	261	382				
				2010	122	253	302				
				прогноз	2011	138	287,5				

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
7	«Фраполлі»	4	26	2007	78	131	170	5,1%	1,2%	9,2%	-3,4%
				2008	73	134	147				
				2009	81	148	161				
				2010	82	143	156				
			прогноз	2011	83,5	151,5	151,5				
8	«Жовтневий»	3	57	2007	37	56	82	-18,9%	-3,2%	16,1%	-3,0%
				2008	32	54	77				
				2009	31	67	72				
				2010	30	65	70				
			прогноз	2011	27	70,5	65				
9	«Юність»	2	143	2007	30	63	82	-13,3%	-3,7%	-17,5%	-1,9%
				2008	29	58	78				
				2009	27	53	67				
				2010	26	52	67				
			прогноз	2011	24,5	47	59,5				
10	«Айвазовський»	-	27	2007	64	102	111	4,7%	-2,9%	3,9%	-2,8%
				2008	76	89	96				
				2009	69	109	125				
				2010	67	106	121				
			прогноз	2011	69,5	109,5	128				

Зовсім інша тенденція позначається у сегменті категорії номерів «люкс» та «напівлюкс». Ціни на ці номери зростають, але у деяких готелях («Відрада», «Континенталь», «Моцарт», «Фраполлі», «Жовтневий», «Айвазовський») у 2010 р. порівняно з 2009 р. вже було проведено перегляд цін.

Так, у готелі «Відрада» номери категорії «напівлюкс» у 2007 р. коштували 239 €, у 2009 р. — 296 €, а у 2010 р. — 287 €, тенденція на зниження цін дуже повільна (-3,0%, Тпр 2010). У готелі «Моцарт» ціни «півлюксів» у 2007 р. склали 192 €, у 2009 р. — 261 €, а у 2010 р. — 253 € (-3,1%). Таким чином, на ринку готельних послуг м. Одеси присутні підприємства з ціновою стратегією «зняття вершків» та «переслідування лідера».

Крім аналізу цін на проживання у певних готелях м. Одеси за період 2007–2010 рр., у таблиці 3 також зроблено прогноз цін на розміщення, що очікується в 2011 р. по окремих категоріях номерів. Дані розрахунки створено із застосуванням методу найменших квадратів, щоб обчислити пряму лінію, яка щонайкраще апроксимує наявні дані і потім повертає масив, який описує отриману пряму згідно рівнянню $y = mx + b$.

У наведеній таблиці прогноз цін на розміщення, що очікується в 2011 р. по окремих категоріях номерів відображає загальну тенденцію до стабілізації, а подекуди навіть росту цього показника. Так, у 2011 р. прогнозується підвищення цін на категорію номерів «люкс» в таких готелях, як «Відрада» (+15,8%), «Континенталь» (+12%), «Морський» (+23,9%), «Моцарт» (+23%), «Айвазовський» (+5%). Одночасно можна очікувати зниження цін на категорію номерів «стандарт» по таких готелях, як «Відрада» (-1,5%), «Аркадія Плаза» (-11,8%), «Лондон» (-3,2%), «Жовтнева» (-10%), «Юність» (-5,7%), що свідчить про схильність керівництва готелів орієнтуватися на приваблення клієнтів ціновими факторами.

Для більш детального дослідження цінової політики підприємств готельного господарства Одеси було проведено ранжування 30 готелів міста за цінами стандартного 2-х місного номеру. Для цього усі готелі були об'єднані у 5 груп з рівними інтервалами, що представлено у таблиці 4.

Користуючись формулою 1, було розраховано рівний інтервал для усіх 5 груп. Для цього необхідно обчислити різницю між максимальним та мінімальним значенням ціни за послуги двомісного стандартного номеру та розділити отримане число на розмір групи (у даному випадку — на 5).

$$h = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{n} \quad (1),$$

де X_{\max} — максимальне значення ознаки, X_{\min} — мінімальне, n — розмір групи.

$$h = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{n} = \frac{174 - 24}{5} = 30 \text{ (євро)}$$

Отримані результати представлені у таблиці 5.

Таблиця 4

Ціни на номери «стандарт» по окремих готелях м. Одеси у 2010 р. [9]

№	Назва готелю	Категорія	Місткість ном. фонду, ном.	Ціна станд. номера, €	№ п/п	Назва готелю	Категорія	Місткість ном. фонду, ном.	Ціна станд. номера, €
1	Відрада	5	26	174	16	Аркадія	2	128	24
2	Palace del Mar	4	35	138	17	Центральна	2	58	33
3	Аркадія Плаза	4	24	122	18	Grand-Pettine	-	91	150
4	Континенталь	4	32	174	19	Лермонтовський	-	33	50
5	Лондон	4	37	120	20	Одеський Дворик	-	25	96
6	Лондонська	4	53	122	21	Олімп Клуб	-	12	66
7	Морський	4	54	108	22	Палладіум	-	23	80
8	Моцарт	4	40	170	23	Айвазовський	-	27	87
9	Одеса	4	158	98	24	Вілла Венеція	-	10	90
10	Фраполлі	4	27	100	25	Вілла Панама	-	24	70
11	Чорне море	4	216	46	26	Клумба	-	8	45
12	Чорне море Привоз	4	100	42	27	Марістела Клуб	-	15	160
13	Валентина	3	89	33	28	Немо	-	20	73
14	Жовтнева	3	57	50	29	Улісс	-	10	60
15	Юність	2	152	33	30	Уютний	-	15	65

Таблиця 5

Розподіл підприємств готельного господарства за ціною номеру «стандарт»

Групування готельних підприємств за ціною номеру «стандарт», €	Кількість готельних підприємств	
	шт. (f)	%
24–54	9	30
50–84	6	20
84–114	6	20
114–144	4	16,7
144–174	5	13,3
Разом	30	100

У структурі підприємств готельного господарства найбільша питома вага приходить на підприємства, ціна на стандартні номери яких склала від 24 до 54 €, а найменша частка належить готелям, ціни на номери яких коливаються від 114 до 144 €.

Згідно аналізу даних таблиць 4 і 5 можна зробити висновки щодо цінових стратегій, які застосовують різні групи готелів м. Одеси. Так, у діапазоні від 24 до 54 € розглянуто 9 підприємств: «Аркадія» (2*), «Центральна» (2*), «Юність» (2*), «Валентина» (3*), «Чорне море-Привоз» (4*), «Клумба», «Чорне море» (4*), «Лермонтовський», «Жовтнева» (3*). Більшість з перелічених підприємств відноситься до великих готелів, номерний фонд яких перевищує 50 номерів. Таким чином, можна зробити висновок про існування взаємозв'язку між двома факторами: великим номерним фондом готелю та ціновою стратегією, яку обирає підприємство для реалізації номерів категорії «стандарт». Вищеперелічені підприємства формують «економ-клас» готельного ринку м. Одеси.

До діапазону від 50 до 84 € відносяться 6 підприємств: «Улісс», «Уютний», «Олімп

Клуб», «Вілла Панама», «Немо», «Палладіум». Номерний фонд підприємств даної групи складає менше 50 номерів. Враховуючи відносно невеликі ціни на розміщення та відсутність певної категорії, цей сегмент користується ціновою стратегією «проникнення на ринок».

У діапазоні від 84 до 114 € знаходяться 6 підприємств: «Айвазовський», «Вілла Венеція», «Одеський Дворик», «Одеса» (4*), «Фраполлі» (4*), «Морський» (4*). Готелі цієї групи користуються ціновою стратегією «слідкування за ринковими цінами».

У четвертій групі присутні 4 підприємства (ціновий діапазон від 114 до 144 €): «Лондон» (4*), «Аркадія Плаза» (4*), «Лондонська» (4*), «Palace del Mar» (4*). Підприємства даної групи пройшли процедуру сертифікації та отримали категорію 4*. Це готелі, які слідкують за конкурентним становищем на ринку готельних послуг м. Одеси та дбають про свою репутацію. Цінова стратегія даної групи — «переслідування лідера».

Остання група (діапазон 144–174 €) представлена готелями, які створюють імідж підприємств високої якості та не менш високих цін, — Відрада» (5*), «Моцарт» (4*), «Марістела Клуб», «Grand-Pettine», «Континенталь» (4*). У даному випадку спостерігається велика розбіжність в отриманні певної категорії (від 0 до 5*). Цінова стратегія даного сегменту готельного ринку м. Одеси — стратегія «престижних цін».

Висновки і перспективи подальших розробок. У статті проведено дослідження рівня цін на розміщення в готелях крупних міст світу у порівнянні з аналогічними показниками м. Одеси. Виявлено існування певних закономірностей між розвитком ділової активності на ринку готельних послуг та коливанням цін на них.

Практична значущість результатів дослідження полягає в можливості використання отриманих даних у діяльності готельних підприємств м. Одеси щодо підвищення їх ділової активності на ринку готельних послуг.

У подальшому планується розробити факторний аналіз встановлення цін на готельні послуги по конкретних підприємствах м. Одеси.

Література

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник. – К.: Знання України, 2006. – 352 с.
2. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
3. Яковлев Г. А. Экономика гостиничного хозяйства: Учеб. пособие. – М.: Издательство РДЛ, 2006. – 328 с.
4. Кузнецова Н. М. Дослідження цінової політики готельного бізнесу м. Одеси / Н. М. Кузнецова // Вісник соціально-економічних досліджень. / Одес. держ. екон. ун-т; Редкол.: проф. Зверяков М.І., проф. Ковальов А.І., проф. Буркинський Б.В., проф. Валуев Б.І., проф. Редькін О.С. та ін. – Одеса: ОДЕУ, 2008. - № 30. С. 221 – 226.
5. The Hotel Price Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.hotels.com/press/hotels.com-hotel-price-index-2009-h2.pdf>>.
6. Офіційний сайт Державної служби туризму і курортів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <<http://www.tourism.gov.ua/PublicationsList>>.
7. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс] : Режим доступу: <<http://www.world-tourism.org>>.
8. Готелі та інші місця для короткотермінового проживання Одеської області (статистичний збірник). – Одеса: Головне управління статистики в Одес. Обл., 2009. – 76 с.
9. Перелік готелів та інших засобів розміщення м. Одеси (інформація Департаменту рекреаційного комплексу і туризму Одеської міської ради).