

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

С. С. Галасюк, О. В. Шикіна

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ  
ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ГОТЕЛІВ**

МОНОГРАФІЯ

Рекомендовано вченою радою  
Одеського національного економічного університету

Одеса

Атлант

2015

УДК 640.41

ББК 65.432

Г 12

Друкується за рішенням вченої ради Одеського національного економічного університету (*Протокол № 9 від 30 червня 2015 р.*)

Рецензенти:

**Мельниченко С. В.** – доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи Київського національного торговельно-економічного університету;

**Галушкіна Т. П.** – доктор економічних наук, професор, завідувач сектором прикладних проблем екологізації економіки регіону Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України;

**Білецька І. М.** – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту Івано-Франківського навчально-наукового інституту Тернопільського національного економічного університету.

Г 12 Галасюк С. С., Шикіна О. В.

Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів : монографія. – Одеса : Атлант, 2015. – 281 с.

У монографії досліджено класифікацію засобів розміщення та внесено пропозиції щодо її структурної перебудови. Узагальнено недоліки нормативно-правового забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості в Україні. Розраховано показники діяльності малих готелів в Одеській області з виявленням загальних тенденцій їх розвитку. Виявлено можливість застосування методу експертних оцінок та апробовано методичний підхід до аналізу функціонування готельного підприємства малої місткості з використанням багатовимірних статистичних методів для ранжування малих готелів. Висвітлено основні проблеми в діяльності малих готелів та визначено шляхи їх підтримки. Проведено сегментування готельних підприємств за допомогою таксономічного аналізу та надано рекомендації щодо їх упровадження в діяльність малих готелів. Запропоновано заходи підвищення ефективності функціонування малих готелів м. Одеси.

Видання розраховано на науковців, студентів та викладачів вищої школи, фахівців закладів туристичного та готельного бізнесу, співробітників органів державного регулювання у сфері туризму.

**ББК 65.432**

ISBN \_\_\_\_\_

© С. С. Галасюк, О. В. Шикіна, 2015

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	4
 <i>Розділ 1</i>	
<b>МАЛІ ГОТЕЛІ В СТРУКТУРІ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ ТУРИСТІВ</b>	
1.1. Аналіз термінологічного апарату по засобах розміщення туристів.....	7
1.2. Світовий досвід створення готелів малої місткості.....	29
1.3. Прецеденти нормативно-правового регулювання діяльності малих готелів в Україні.....	37
1.4. Напрями вдосконалення вітчизняної класифікації засобів розміщення .....	45
 <i>Розділ 2</i>	
<b>СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛИХ ГОТЕЛІВ</b>	
2.1. Динаміка виробничо-господарської діяльності малих готелів Одеського регіону.....	59
2.2. Експертна оцінка організаційно-економічного забезпечення функціонування малих готелів м. Одеси .....	78
2.3. Діагностика цінової політики малих готелів м. Одеси.....	94
 <i>Розділ 3</i>	
<b>АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ СТВОРЕННЯ СЕГМЕНТА МАЛИХ ГОТЕЛІВ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ</b>	
3.1. Методичні підходи до розподілу сукупності малих готелів по групах.....	108
3.2. Застосування методів таксономічного аналізу до ранжування малих готелів за певними ознаками.....	121
3.3. Формування заходів щодо розвитку певних груп малих готелів м. Одеси.....	132
 <i>Розділ 4</i>	
<b>ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ АСОЦІАЦІЇ МАЛИХ ГОТЕЛІВ У М. ОДЕСІ</b>	
4.1. Переваги вступу малих готелів до мережі.....	151
4.2. Заходи щодо створення асоціації малих готелів м. Одеси.....	157
4.3. Вплив Інтернет-ресурсу асоціації малих готелів на підвищення їх доходів.....	166
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	179
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	181
<b>ДОДАТКИ</b> .....	208

## П Е Р Е Д М О В А

---

Останнім часом розширюється спектр питань, спрямованих на підвищення ефективності управління підприємствами туристично-рекреаційної сфери, у тому числі готелів, як сегмента індустрії туризму, успішна діяльність якого спроможна надати поштовх для розвитку всієї вітчизняної економіки. У фокусі споживчих очікувань та економічних інтересів суб'єктів господарювання конкретного організаційно-економічного забезпечення вимагає розвиток створених за період ринкових реформ готельних підприємств малої місткості, які за рівнем сервісу успішно конкурують, а часто й випереджають великі готелі. Попри те, що частка малих готелів у загальному реалізованому попиті на готельні послуги ще залишається незначною, в Україні помітна тенденція до збільшення їхньої кількості.

Багатоаспектність проблеми створення нових малих підприємств у сфері готельного господарства зумовлює актуальність розробки організаційно-економічних засад функціонування готельних підприємств малої місткості, спроможних підтримати атмосферу здорової конкуренції в готельному бізнесі й перетворити малі готелі в об'єкти впровадження інновацій, економічних трансформацій і реформ. З огляду на це, виникає об'єктивна необхідність теоретичного обґрунтування вдосконалення організаційного та економічного забезпечення діяльності готельних підприємств малої місткості, збереження й підтримки довгострокових трендів їхнього економічного розвитку з урахуванням пріоритетних національно-економічних інтересів розвитку туристичної сфери України.

Збільшення ролі туризму та готельного господарства в економічному розвитку націлює багатьох вітчизняних і зарубіжних учених приділяти увагу актуальним проблемам функціонування готельного бізнесу. Вагомий внесок

у дослідження питань, пов'язаних із діяльністю підприємств готельного бізнесу, їхньої конкурентної переваги належить багатьом науковцям: Л. Г. Агафоновій, В. К. Бабарицькій, І. М. Білецькій, М. Г. Бойко, В. Г. Герасименку, Н. М. Кузнєцовій, О. О. Любіцевій, М. П. Мальській, С. В. Мельниченко, Г. Б. Муніну, С. Г. Нездоймінову, П. Р. Пуцентейлу, В. Ф. Семенову, В. С. Сеніну, Н. В. Чорненькій, О. Д. Чудновському, І. М. Школі, Г. А. Яковлеву та ін. Аналізу чинників, що визначають динаміку діяльності готельних підприємств малої місткості присвячено роботи О. О. Мусакіна, О. О. Родіонова, О. М. Юр'євської.

Наявність численних досліджень діяльності підприємств готельного бізнесу, їхнього розвитку, організаційно-економічного регулювання на різних рівнях не знімає проблематичності й дискусійності окремих принципових питань. Недостатність опрацювання, складність формування організаційного та економічного забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості, важливість їхнього теоретико-методичного обґрунтування та практичного впровадження зумовили актуальність проведення наукових розробок, які знайшли відображення в представленій монографії.

Монографія ґрунтується на результатах досліджень, які проводились в рамках держбюджетної теми «Економічні засади функціонування та розвитку спеціалізованих туристичних ринків Одеського регіону» (ДР № 0110U002460) та госпдоговірної теми «Методичні та організаційні засади механізму гнучкого ціноутворення на основні послуги готельного підприємства» (ДР № 0111U000215).

Результати дослідження мають теоретичне і практичне значення для вдосконалення організаційного та економічного забезпечення ефективного функціонування готельних підприємств малої місткості у формі запропонованих методичних підходів до аналізу діяльності малих готелів, а також при розробці окремих положень законодавчих і нормативних документів.

Враховуючи новизну окремих результатів роботи, а також дефіцит інформації по багатьох питаннях, пов'язаних з функціонуванням малих готелів в Україні, є підстави вважати, що представлена монографія із зацікавленістю буде сприйнята науковцями, співробітниками органів державного регулювання, фахівцями підприємств готельного та туристичного бізнесу, студентами, аспірантами та викладачами вищих і середніх навчальних закладів, сфера наукових та практичних інтересів яких торкається проблем розвитку малого готельного бізнесу.

Автори висловлюють велику подяку рецензентам монографії: доктору економічних наук, професору, проректору з наукової роботи С. В. Мельниченко (Київський національний торговельно-економічний університет), доктору економічних наук, професору, заслуженому економісту України Т. П. Галушкіній (Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України), кандидату економічних наук, доценту кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту І. М. Білецькій (Івано-Франківський навчально-науковий інститут Тернопільського національного економічного університету) за цінні зауваження та поради, які були враховані і, безумовно, покращили зміст роботи.

## МАЛІ ГОТЕЛІ В СТРУКТУРІ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ ТУРИСТІВ

---

### 1.1. АНАЛІЗ ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО АПАРАТУ ПО ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ ТУРИСТІВ

У теперішній час вітчизняна готельна галузь прагне стати невід'ємною частиною світового готельного господарства, що обумовлено реалізацією в Україні політики, пов'язаної з поступовим інтегруванням нашої держави до складу Європейського Союзу. Тому наразі стає актуальним питанням відповідності готельного господарства України нормам і вимогам європейських стандартів щодо засобів розміщення.

Про справжнє значення готельного обслуговування у сфері туризму можна судити по основним положенням Директиви Європейського Союзу «Про комплексні тури, відпустки і поїздки» [200, с. 4-11] та Закону України «Про туризм», зокрема, по визначенню туристичного продукту, який трактується як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, дві з яких – послуги перевезення та *послуги розміщення* – є туроутворюючими [75]. Отже, на законодавчому рівні визнається, що послуга розміщення – це обов'язковий елемент туристичного продукту, без якої неможливі його створення та реалізація туристам.

Обслуговування туристів здійснюється великою кількістю різноманітних засобів розміщення, які, за визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), являють собою «будь-які об'єкти, що регулярно або епізодично надають туристам місця для нічлігу» [124] та поділяються на дві великі групи: індивідуальні й колективні (до складу яких входять готелі й аналогічні їм заклади, спеціалізовані й інші колективні засоби розміщення). У світі зафіксовано понад 30 систем класифікації засобів

розміщення, у тому числі й готелів малої місткості, що значно ускладнює уніфікацію функціонування готельних підприємств взагалі. Неодноразові спроби Всесвітньої туристичної організації, Комітету готельної і ресторанної індустрії Європейського Союзу, Міжнародної готельної асоціації запровадити єдину класифікацію готелів у світі виявилися безуспішними та не привели навіть до створення регіональних систем оцінювання готелів [3, с. 239]. Наприклад, UNWTO свого часу був розроблений документ із детальними вказівками щодо категоризації готелів від 2 до 5 «зірок». Проте він носив рекомендаційний характер, тому багато власників чи орендарів готелів вирішили не змінювати чинні для конкретної країни правила встановлення категорій та визначення типів засобів розміщення. Із 2010 року відома класифікація п'ятнадцяти країн Європи «Hotelstars Union» (Швеція, Німеччина, Австрія, Швейцарія, Чехія, Угорщина, Нідерланди тощо) за такими критеріями, як розмір номеру, якість обслуговування та місце розташування готелю [88]. Ця система враховує специфіку функціонування готелів малої місткості, не обмежує їхні можливості отримання високої категорії, але вона не розповсюджена на всі країни і не враховує специфіку кожної з них, як-от: традиції, культуру, віросповідання, рівень соціально-економічного розвитку, ділову активність, відмінності у формуванні ринку малих готелів, клімат тощо. Тому постає нагальна потреба у загальній системі категоризації та типізації готелів.

Малі готелі набули значного поширення як за кордоном, так і на території України та зайняли свою нішу на готельному ринку. Але той факт, що у світовому готельному бізнесі дотепер немає єдиного тлумачення термінів «малий готель», «готельне підприємство малої місткості» та визначення їх окремих типів, призводить до плутанини.

В Україні на сьогодні відсутня єдина загальнодержавна класифікація засобів розміщення. Наприклад, О. О. Любіцева пропонує поділяти всі засоби розміщення на основні й додаткові. За умовами такої класифікації до основних, або традиційних (готелі, пансіонати, турбази, мотелі тощо),



належать підприємства, що мають можливість цілорічно надавати комплекс послуг гостинності, поєднуючи у процесі обслуговування капітальні основні фонди й кваліфіковану працю; до додаткових (кемпінги, молодіжні табори і туристичні села, студентські гуртожитки, тимчасові орендовані приміщення тощо) потрібно відносити підприємства, які працюють сезонно та надають обмежений перелік послуг, використовуючи переважно некапітальні будинки або пристосовані приміщення [100, с. 66].

Інший дослідник П. Р. Пуцентейло обґрунтовує існування різних видів засобів розміщення, акцентуючи увагу на їхній відповідності певним критеріям: за місцем розташування, режимом експлуатації підприємства, забезпеченням туристів харчуванням, тривалістю перебування туристів, рівнем цін, рівнем комфорту, місткістю номерного фонду (невеликі, середні, великі), функціональному призначенню [214, с. 204-205].

На думку Н. В. Чорненької, класифікація засобів розміщення може бути проведена за такими ознаками, як функціональне призначення, місткість (малі, середні, великі), стаціонарність, режим експлуатації, контингент, умови розміщення, місце розташування, географія розташування, рівень комфорту, форма власності [239, с. 60].

Підприємства з надання послуг тимчасового проживання також можна поділити залежно від виду транспорту, що використовується туристами (пристанційні засоби розміщення, притулки, мотелі, ротелі, флайтелі), за формою власності (власні, орендовані), як запропоновано колективом авторів під редакцією І.М. Школи [243, с. 300].

Термінологію щодо основних видів засобів розміщення туристів в Україні закріплено в низці нормативних документів, що регламентують їхню діяльність (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Нормативно-правова база функціонування діяльності  
засобів розміщення в Україні

№ з/п	Нормативно-правові акти	Дата прийняття	Номер
Закони України			
1	Про туризм [75]	15.09.1995	№ 324/95-ВР
Постанови Кабінету Міністрів України			
2	Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) [206]	15.03.2006	№ 297
3	Про порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) [205]	29.07.2009	№ 803
Національні стандарти			
4	Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги [207]	01.07.2004	4268:2003
5	Послуги туристичні. Класифікація готелів [209]	01.07.2004	4269:2003
6	Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення [208]	01.10.2006	4527:2006
Інші нормативно-правові документи			
7	Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг [211]	16.03.2004	№ 19
8	Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності [114]	12.11.2003	№ 142/394

*Джерело: розроблено за [51]*

Варто відзначити, що в Україні на національному рівні розроблені та діють три стандарти щодо засобів розміщення, метою яких є гармонізація українських норм і правил із міжнародними стандартами, що стосуються вимог до засобів розміщення та комплексу послуг, що ними надаються.

Національний стандарт ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» класифікує засоби розміщення й висуває загальні (мінімальні) вимоги до матеріально-технічної бази і до надаваних послуг [207].

Національний стандарт ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» класифікує готелі на категорії (тобто «зірки») згідно з матеріально-технічним оснащенням, надаваними послугами та кваліфікації

персоналу. Окремий розділ стандарту стосується загальних вимог до якості устаткування та оснащення готелів різних категорій [209].

Національний стандарт ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» упорядковує термінологію щодо всіх основних типів об'єктів тимчасового розміщення, номерів тощо [208].

Серед нормативних документів щодо засобів розміщення в Україні є «Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг», які регламентують основні вимоги до користування даними підприємствами всіх форм власності, що здійснюють діяльність на території України у сфері надання готельних послуг споживачам і регулюють відносини між клієнтами та виконавцями цих послуг [211].

Для дослідження різних підходів до класифікації засобів розміщення вважаємо доцільним проаналізувати визначення основних об'єктів, що надають туристам послуги розміщення, з точки зору законодавства, а також українських та зарубіжних учених.

За визначенням українського законодавства, засоби розміщення – «це будь-які об'єкти, в яких регулярно або час від часу надають послуги розміщування для ночівлі» [207], але з 01.10.2006 р. у ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» формулювання «засіб розміщення» було скореговано. Нова дефініція включає поняття «виконавець» і «споживач» та замінює «послуги розміщування для ночівлі» на «послугу з тимчасового розміщення», тобто «засіб розміщення – будь-який об'єкт, у якому виконавець регулярно або час від часу надає споживачеві послугу з тимчасового розміщення» [208, с. 2]. При цьому виконавцем вважається «підприємство, установа, організація або громадянин-підприємець, які виконують роботи або надають послуги» [208, с. 2]. З даного визначення стає очевидним, що власник або орендар засобу розміщення обов'язково повинен бути зареєстрованим як суб'єкт підприємницької діяльності. Однак ще за півроку до набуття чинності

національного стандарту ДСТУ 4527:2006 в Україні була прийнята Постанова Кабінету Міністрів № 297 «Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» від 15.03.2006 р., у якій чітко визначено, що «фізичні особи власники або орендарі індивідуальних засобів розміщення надають послуги з тимчасового розміщення (проживання) *без державної реєстрації їх як суб'єктів підприємницької діяльності*» [206]. Отже, термін «засіб розміщення» в Україні потребує уточнення.

Розподіл засобів розміщення на колективні та індивідуальні в нормативно-правових актах України вперше знайшов відображення в національному стандарті ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» (див. табл. 1.2).

За ДСТУ 4268:2003, колективним вважається «засіб розміщування, у якому надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, у якому число місць повинно перевищувати певний мінімум для груп осіб, більших ніж одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву та оплаті відповідно до встановлених цін» [207, с. 3]. Індивідуальний засіб розміщування – це «власне житло, у якому за плату або безоплатно надають обмежену кількість місць; у цьому разі всі одиниці розміщування (кімната, житло) є незалежні і їх займають туристи або господарі, які використовують це житло протягом обмеженого проміжку часу як другий будинок або будинок для відпочинку (дачу)» [207, с. 4].

Найбільшою групою колективних засобів розміщення є *готелі та аналогічні їм заклади*, які повинні мати такі властивості:

- складатися з номерів, кількість яких перевищує певний мінімум;
- мати єдине керівництво;
- надавати готельні послуги, зокрема обслуговування в номерах, щоденне заправлення ліжок та прибирання кімнат і санвузлів;
- бути згрупованими в класи і категорії відповідно до переліку надаваних послуг та наявного устаткування і не входити до категорії спеціалізованих закладів [207, с. 3].

Класифікація засобів розміщення згідно з ДСТУ 4268:2003  
«Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги»

Категорії	Розряди	Групи	
1. Колективні засоби розміщення	1.1. Готелі та аналогічні засоби розміщення	1.1.1. Готелі	
		1.1.2. Аналогічні готелям засоби розміщення	
	1.2. Спеціалізовані засоби розміщення	1.2.1. Оздоровчі засоби розміщення	
		1.2.2. Табори праці та відпочинку	
		1.2.3. Громадські транспортні засоби	
		1.2.4. Конгрес-центри	
	1.3. Інші колективні засоби розміщення	1.3.1. Помешкання, призначені для відпочинку	
		1.3.2. Майданчики для кемпінгу	
		1.3.3. Стоянки морського та річкового транспорту	
		1.3.4. Інші колективні засоби розміщення	
	2. Індивідуальні засоби розміщення	2.1. Орендовані засоби розміщення	2.1.1. Кімнати, орендовані в сімейних будинках
			2.1.2. Житло, орендоване у приватних осіб або через агентства
		2.2. Інші типи індивідуальних засобів розміщення	2.2.1. Неосновне власне житло
2.2.2. Житло, що його надають безоплатно родичам та знайомим			
2.2.3. Інші індивідуальні засоби розміщення туристів			

*Джерело: розроблено за [207]*

Термін «готель» у Законі України «Про туризм» визначається як «підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням» [211].

У табл. 1.3 відображена «еволюція» термінів «готель» та «аналогічні засоби розміщення» у таких нормативно-правових документах, як: ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги», «Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг», ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», Закон України «Про туризм» (в

редакції 2010 р.). Як видно, протягом 2003–2010 рр. визначення даних понять зазнало змін.

Аналізуючи визначення, наведені у табл. 1.3, треба звернути увагу, що основна відмінність між готелями та аналогічними їм засобами розміщення полягає в асортименті послуг. Зокрема, готелі характеризуються як заклади, що пропонують комплексне обслуговування, не обмежене щоденними санітарними процедурами, у той час як аналогічні готелям заклади можуть мати вузьку номенклатуру послуг, однак, включно з щоденними обов'язковими заходами. Щодо обсягу послуг, які треба надавати, окрім заправління ліжок, прибирання кімнат та санвузлів, то нормативно-правовими актами дане питання не врегульовано.

Варто зазначити, що до 2004 р. усі колективні засоби розміщення України, у тому числі й готелі, мали змогу функціонувати тільки як юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності та за наявності ліцензії на провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму та екскурсійного обслуговування [80]. У даний час для власників готелів та аналогічних їм закладів не існує перешкод у державній реєстрації щодо організаційно-правових форм, тому багато колективних засобів розміщення оформлено на фізичних осіб-підприємців.

Зауважимо, що протягом досліджуваного періоду часу постійно змінювалася мінімальна кількість номерів, необхідна для того, щоб засіб розміщення вважався готелем або аналогічним йому закладом.

Таблиця 1.3

## Трактування термінів «готель» та «аналогічні засоби розміщення» у нормативно-правових актах України

Термін	2003	2004	2006	2010
Готель	Засоби розміщування, в яких надають готельні послуги, не обмежені щоденним управлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів	Підприємство організаційно-правової форми та складається з номерів, надає готельні послуги, які не обмежуються щоденним управлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів	Засіб розміщення, який має номерний фонд, службу приймання, інші служби, які забезпечують надання готельних послуг	Підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням
Аналогічні засоби розміщення	Засоби розміщування, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, зокрема щоденне управління ліжок, прибирання кімнат та санвузлів	Підприємства будь-якої організаційно-правової форми та складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним управлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів	-	Підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним управлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів

*Джерело: розроблено за [75;207;208; 211]*

До 2003 р. міждержавним стандартом ГОСТ 28681.4-95 «Туристско-екскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц», адаптованим на той час в Україні в якості національного стандарту, було встановлено мінімальну місткість номерного фонду на рівні 10 [230], однак з набуттям чинності ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» цей показник знизився до семи номерів [207, с. 3], а у 2010 р. – до шести номерів, що закріплено в черговій редакції Закону України «Про туризм» [74]. Дані зміни, внесені в нормативно-правові акти з готельного господарства, указують на існування в Україні тенденції до створення готельних підприємств малої місткості.

Що стосується типології готелів, то національним стандартом ДСТУ 4268:2003 було запроваджено декілька типів готельних підприємств: «готелі квартирного типу», «мотелі», «дорожні готелі», «клуби з проживанням», «готелі у пристосованих транспортних засобах»; серед аналогічних готелям закладів розміщення знайшли відображення такі, як «пансіонати», «будинки відпочинку», «туристичні бази» [207, с. 3], однак дефініцій усіх цих засобів розміщення наведено не було. Наступним кроком в упорядкуванні термінології підприємств готельного типу було прийняття ДСТУ 4527:2006, згідно з яким в Україні стандартизовано 15 типів готелів: «агроготель», «акватель», «апарт-готель», «ботель», «готельно-офісний центр», «клуб-готель», «конгрес-готель», «курортний готель», «мотель», «готель-люкс», «готель-резиденція», «палац-готель», «санаторій», «флотель», «хостел» [208, с. 4-8]. проте, на нашу думку, у даному стандарті не знайшли відображення такі поняття, як «малий готель» та «міні-готель», що розповсюджені у практичній діяльності засобів розміщення, а деякі стандартизовані терміни, що визначають окремі типи готелів, потребують удосконалення.

Нами були проаналізовані думки вітчизняних та зарубіжних учених щодо тлумачення терміна «готель», які наведено в ретроспективі на рис. 1.1. Українські вчені В. Г. Герасименко, Н. М. Кузнєцова, М. П. Мальська,



В. В. Худо, В. І. Цибух, В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська [38, с. 99; 93, с. 18; 102, с. 57; 4, с. 79] вважають, що готелі повинні бути стаціонарними закладами, тобто їм не властива функція пересування, як, наприклад, транспортним засобам (поїздам, пароплавам), які теж пропонують туристам місця для проживання і вважаються засобами розміщення. Вітчизняні науковці М. П. Мальська, І. Г. Пандяк, П. Р. Пуцентейло відзначають, що до складу основного обслуговування в готелях мають бути віднесені послуги розміщення і харчування [103, с. 61; 214, с. 192]. У визначенні терміну «готель», пропонованому російським ученим В. С. Сеніним, присутня вказівка на орієнтованість в обслуговуванні власного сегмента споживачів у цих закладах розміщення, а також на доцільність угруповання їх у класи та категорії згідно з комплексом надаваних послуг [224, с. 33].

Український учений Т. Г. Сокол також підкреслює, що асортимент і якість обслуговування залежить від призначення і класу готелю [225 с. 89]. Науковці В. К. Федорченко та А. Ю. Александрова відзначають важливу роль переліку послуг у готелі [236 с. 36; 3 с. 237].

Узагальнюючи думки вчених, варто зазначити, що хоча «готель» жодного разу не визначено з точки зору його організаційно-правової форми та форми власності, утім, багато авторів сходяться у думці, що саме даний засіб розміщення повинен мати розвинену матеріально-технічну базу, надавати широкий комплекс додаткових послуг та забезпечувати високий рівень комфорту.

Про це свідчить й міжнародна практика ведення готельного бізнесу, за умови якої готелі в різних країнах світу проходять процедуру сертифікації на відповідність національним стандартам щодо визначення їхньої належності до певної категорії. Тому, на нашу думку, не всі різновиди готелів зі стандарту ДСТУ 4527:2006 можуть вважатися такими. Докладніше висновок з цього приводу буде представлено наприкінці дослідження класифікації засобів розміщення.

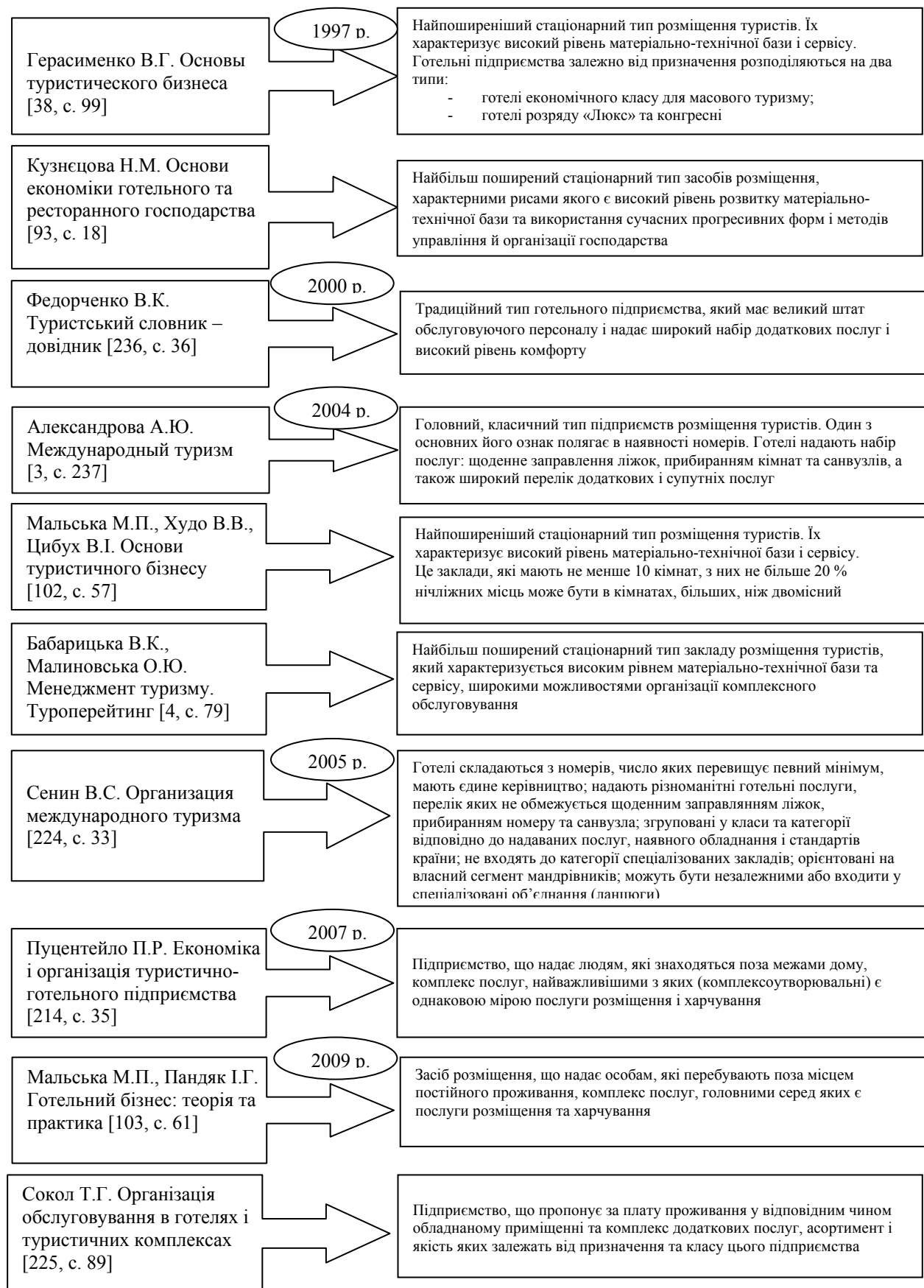


Рис. 1.1. Визначення терміна «готель» у наукових джерелах

*Джерело: розроблено за наведеними посиланнями*

*Спеціалізовані засоби розміщення* також пропонують місця для ночівлі, але ця послуга не є для них головною. Дані заклади характеризуються виконанням таких функцій, як лікувальна (здравниці, профілакторії), оздоровча (дитячі й студентські табори), соціальна допомога, транспортна (засоби транспорту, обладнані спальними приміщеннями), наукова (конгрес-центри) тощо. Спеціалізовані засоби розміщення можуть бути неприбутковими, підлягати єдиному керівництву, надавати мінімум готельних послуг (крім щоденного заправлення ліжок), необов'язково мати звичайний номерний фонд, замість якого можуть пропонувати одиниці житлового типу або колективні спальні приміщення. Наприклад, ночівля може надаватися як в окремому будиночку (зокрема, у дитячих і студентських таборах), у палаті (у профілакторіях), у купе (у залізничних вагонах), у каютах (на пасажирських суднах), так і в номерах зі зручностями для проведення ділових зустрічей і переговорів (конгрес-центри) тощо. Тому надання готельних послуг дуже варіюється (від мінімальних зручностей до умов «преміум-класу»).

Згідно з національним стандартом ДСТУ 4268:2003 у склад спеціалізованих засобів розміщування включають такі підгрупи:

1) оздоровчі засоби – «лікувальні та оздоровчі заклади, у яких надають послуги розміщування (санаторії, будинки реабілітації, оздоровчі ферми тощо)» [207, с. 3];

2) табори праці та відпочинку – заклади, у яких «надають послуги розміщування для осіб, які займаються певною діяльністю під час відпочинку (наприклад, сільськогосподарські, археологічні та екологічні табори праці, табори відпочинку, табори пластунів (скаутів), гірські притулки, хижки тощо)» [207, с. 4]; до цієї підгрупи належать також «дитячі табори, засоби розміщування при спортивних центрах, у яких не надають готельні послуги» [207, с. 4];

3) громадські транспортні засоби – заклади «зі спальними приміщеннями, які належать до колективного громадського транспорту і не

відокремлені від нього в плані оплати, що стосується в основному поїздів, суден та яхт» [207, с. 4];

4) конгрес-центри – заклади, «у яких надають послуги розміщування і устаткування та послуги для проведення конгресів, конференцій, курсів, професійного навчання, медитацій та релігійних закладів, а також навчання молоді; у цьому разі спальні приміщення надають тільки учасникам спеціалізованих заходів, організованих цим закладом або проведених у його приміщеннях» [207, с. 4].

Треба зазначити, що з наведених вище визначень, які містяться у ДСТУ 4268:2003, у національному стандарті ДСТУ 4527:2006 знайшли відображення такі, як «дитячий табір», «конгрес-центр», «круїзне судно», «табір праці та відпочинку», «туристичний потяг» та «гірський притулок». Однак жодний із них не характеризується як «спеціалізований засіб розміщення».

Цікаво, що санаторій, який за методологією ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» вважається спеціалізованим закладом, у наступному стандарті 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» віднесено до групи «готелі», хоча саме йому притаманна чітко виражена лікувальна функція; крім того, він не має звичайного номерного фонду та надає мінімум готельних послуг.

На жаль, згідно з українським законодавством існують ще декілька засобів розміщення з яскраво вираженими спеціалізованими функціями, що належать до інших груп. Прикладами цього твердження можуть бути наступні: «ботель», «готельно-офісний центр», «конгрес-готель», «флотель», «пансіонат», «профілакторій» (див. додаток А).

Крім того, необхідно зазначити, що у ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» немає чітких указівок, до якого розряду належать такі засоби розміщення, як: «дитячий табір», «конгрес-центр», «круїзне судно», «табір праці і відпочинку»,

«туристичний потяг», «гірський притулок», «гуртожиток», «кемпінг» (див. додаток А) [216, с. 95-97].

*Інші колективні засоби розміщення*, за ДСТУ 4268:2003, «можуть бути неприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум послуг (крім щоденного заправління ліжок), необов'язково складаються з номерів, а можуть мати окремі одиниці житлового типу, майданчики для кемпінгу або колективні спальні приміщення» [207, с. 3]. Таким чином, у даних закладах обслуговування зведене до мінімуму, приміщення готується та прибирається тільки для кожного нового відпочивальника; послуги поточного прибирання ліжка та приміщення клієнтові не надаються, він повинен цим займатися самостійно, для чого одержує необхідний інвентар.

У національному стандарті ДСТУ 4268:2003 зазначено, що до складу інших колективних засобів розміщення входять:

1) помешкання, призначені для відпочинку – «колективні засоби розміщування, що мають єдине керівництво і надають обмежені готельні послуги, крім щоденного заправління ліжок та прибирання житлових приміщень (комплекси будинків, організовані як житло, або бунгало)» [207, с. 3];

2) майданчики для кемпінгу – «колективні засоби розміщування на закритих майданчиках, призначені для розташування наметів, автофургонів, автопричепів та будинків на колесах, що мають єдине керівництво і надають певні туристичні послуги (інформаційні, продаж товарів у магазинах, відпочинок та розваги» [207, с. 3];

3) стоянки морського та річкового транспорту – «гавані для суден, призначені для орендування власниками суден стоянки на водній поверхні або місця на березі, а також порти для транзитних суден з оплатою швартування на ніч, устатковані санітарно-технічними системами життєзабезпечення» [207, с. 3];

4) інші колективні засоби розміщування (примітка автора: назва даної підгрупи співпадає з назвою групи) – заклади, які «мають соціальне значення

і в багатьох випадках їх субсидують (наприклад, гуртожитки для молоді, туристичні гуртожитки, будинки відпочинку для людей похилого віку, будинки відпочинку для робітників підприємств, готелі для робітників, студентські та шкільні гуртожитки тощо)» [207, с. 3].

Варто звернути увагу, що є певна неузгодженість між стандартом ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» та національним стандартом ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», який, визначаючи термінологію засобів розміщення, не містить визначення всіх перерахованих вище понять, крім «гуртожитків» та «кемпінгів».

Крім того, зазначимо, що згідно з «Порядком надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» до послуг розміщення не належать «розміщення юридичною особою своїх працівників у засобі розміщення, що йому належить», а також «розміщення осіб, які навчаються в навчальному закладі, у засобі розміщення, що належить цьому закладу» [206]. Отже, «студентські, шкільні гуртожитки», а також «готелі для робітників» і «будинки відпочинку для робітників підприємств» у зв'язку з відсутністю конкретизації їхнього статусу не варто відносити до підприємств готельної індустрії.

До *індивідуальних засобів розміщення туристів* за ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» належать такі:

1) кімнати, орендовані в сімейних будинках, де «турист зазвичай живе разом з сім'єю, що проживає в цьому будинку, та сплачує орендну плату» [207, с. 4];

2) житло, орендоване у приватних осіб або за посередництвом агентств – квартири, вілли, будинки, котеджі тощо, які «на тимчасових засадах здають в оренду як повністю устатковані одиниці для проживання туристів на підставі угод між домашніми господарствами» [207, с. 4];

3) неосновне власне житло – квартири, вілли, будинки, котеджі тощо, «які використовують під час туристичної подорожі відвідувачі, що є членами

родини власника. До цієї групи належать також помешкання, використовувані по черзі («тайм-шерінг»)» [207, с. 4];

4) житло, що його надають безоплатно родичам та знайомим, «у яких туристам їхні родичі чи знайомі безоплатно дозволяють повністю або частково використовувати свій будинок для розміщування» [207, с. 4];

5) інші індивідуальні засоби розміщування, які «не зовсім відповідають вимогам до індивідуальних засобів розміщування та складаються з наметів на неорганізованих майданчиках і суден на неофіційних стоянках» [207, с. 4].

На нашу думку, визначення останньої підгрупи індивідуальних засобів розміщення носить досить суперечливий характер, тому не може враховуватися стандартизованим терміном.

Згідно з ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», до складу індивідуальних засобів розміщення туристів включаються: «бунгало», «гостьова квартира», «гостьова кімната», «дача», «караван», «збірно-розбірний караван», «караван-будиночок», «котедж», «намет», «намет-причіп», «сільський будинок», «фермерський будинок» [208, с. 8-9].

Проводячи порівняння термінів, застосованих в обох національних стандартах щодо засобів розміщення, варто зазначити, що такі поняття, як «вілла» та «судно на неофіційній стоянці» за ДСТУ 4268:2003 не знайшли відображення у ДСТУ 4527:2006. Однак в останньому стандарті є конкретизація терміну «будинок» у вигляді двох окремих типів – «сільський будинок» і «фермерський будинок», що, на нашу думку є хибним, адже будинок може здаватися в оренду і в межах міста.

За підсумками дослідження термінів та визначень, які містять національні стандарти України щодо засобів розміщення, нами розроблено класифікацію тих закладів, що представлено у ДСТУ 4527:2006 (табл. 1.4).

## Класифікація засобів розміщення згідно з ДСТУ 4527:2006

Засоби розміщення туристів					
Колективні засоби розміщення					Індивідуальні засоби розміщення
	Готелі	Аналогічні готелям засоби розміщення	Спеціалізовані засоби розміщення	Інші колективні засоби розміщення	
1	Агроготель	База відпочинку	Дитячий табір	Гуртожиток	Бунгало
2	Акватель	Будинок відпочинку	Конгрес-центр	Кемпінг	Гостьова квартира
3	Апарт-готель	Гостьовий будинок	Круїзне судно		Гостьова кімната
4	Ботель	Пансіонат	Табір праці та відпочинку		Дача
5	Готельно-офісний центр	Туристичний комплекс	Туристичний потяг		Збірно-розбірний караван
6	Клуб-готель	Туристична база	Гірський притулок		Караван
7	Конгрес-готель	Профілакторій			Караван-будиночок
8	Курортний готель				Котедж
9	Мотель				Намет
10	Готель-люкс				Намет-причіп
11	Готель-резиденція				Сільський будинок
12	Палац-готель				Фермерський будинок
13	Санаторій				
14	Флотель				
15	Хостел				

*Джерело: розроблено за [208]*

У табл. 1.5 нами здійснено спробу об'єднати всі дефініції та визначення, представлені в національних стандартах України ДСТУ 4268:2003 та ДСТУ 4527:2006, для їх порівняння [216, с. 101-104].

Згідно з даними табл. 1.5, у методологічному плані існують певні розбіжності між визначеннями термінів в обох національних стандартах України з класифікації засобів розміщення туристів. Деякі заклади з ДСТУ 4268:2003 не знайшли відображення чи конкретизації в наступному



Таблиця 1.5

## Класифікація засобів розміщення туристів за національними стандартами ДСТУ 4268:2003 та ДСТУ 4527:2006

Категорії	Розряди	Групи	За ДСТУ 4268:2003	За ДСТУ 4527:2006	
1. Колективні засоби розміщування	1.1. Готелі та аналогічні засоби розміщування	1.1.1. Готелі	Готелі, готелі квартирного типу, мотелі, дорожні готелі, клуби з проживанням, готелі у пристосованих транспортних засобах	Агроготель, апартаменти, готель, готельно-офісний центр, клуб-готель, конгрес-готель, курортний готель, мотель, готель-люкс, готель-резиденція, палац-готель, санаторій, флотель, хостел	
			Пансіонати, будинки відпочинку, туристичні бази	База відпочинку, будинок відпочинку, гостьовий будинок, пансіонат, профілакторій, туристична база, туристичний комплекс	
		1.2. Спеціалізовані засоби розміщування	1.2.1. Оздоровчі засоби розміщування	Санаторії, будинки реабілітації, оздоровчі ферми	-
			1.2.2. Табори праці та відпочинку	Сільськогосподарські, археологічні та екологічні табори праці, табори відпочинку, табори пластунів, гірські притулки, хижки	Дитячий табір, табір праці і відпочинку, гірський притулок
		1.2.3. Громадські транспортні засоби	Поїзда, судна, яхти	Крузіне судно, туристичний потяг	
		1.2.4. Конгрес-центри	Конгрес-центр	Конгрес-центр	

Закінчення таблиці 1.5

Категорії	Розряди	Групи	За ДСТУ 4268:2003	За ДСТУ 4527:2006	
1. Колективні засоби розміщування	1.3. Інші колективні засоби розміщування	1.3.1. Помешкання, призначені для відпочинку	Комплекси будинків або бунгало		
		1.3.2. Майданчики для кемпінгу	Майданчики для наметів, автоприцепів, будинків на колесах		
		1.3.3. Стоянки морського та річкового транспорту	Гавані для суден, порти для транзитних суден		
		1.3.4. Інші колективні засоби розміщування	Гуртожитки для молоді, тур. гуртожитки, будинки відпочинку для людей похилого віку, будинки відпочинку та готелі для робітників, студентські та шкільні гуртожитки	Гуртожиток, кемпінг	
2. Індивідуальні засоби розміщування	2.1. Орендовані засоби розміщування	2.1.1. Кімнати, орендовані в сімейних будинках	Кімнати	Гостьова кімната	
		2.1.2. Житло, орендоване у приватних осіб або через агентства	Квартири, вілли, будинки, котеджі	Гостьова квартира, бунгало, котедж, сільський будинок, фермерський будинок	
	2.2. Інші типи індивідуальних засобів розміщування	2.2.1. Неосновне власне житло			Дача
		2.2.2. Житло, що надають безоплатно родичам та знайомим			
		2.2.3. Інші індивідуальні засоби розміщування туристів	Намети, судна на неофіційних стоянках		Караван, збірно-розбірний караван, караван-будиночок, намет, намет-причіп

Джерело: розроблено автором за [207; 208]

стандарті. З іншого боку, дефініції окремих колективних закладів розміщення, які розміщено в національному стандарті ДСТУ 4527:2006, не дозволяють повною мірою віднести їх до конкретної групи за відсутністю на неї посилань. Це насамперед стосується «кемпінгів» і «гуртожитків», які за визначенням ДСТУ 4268:2003 характеризуються як інші колективні засоби розміщення, а також «дитячих таборів», «круїзних суден», «туристичних потягів», «гірських притулків», «конгрес-центрів», які включено до категорії «спеціалізовані засоби розміщення».

Відповідно до рекомендацій Всесвітньої туристичної організації нами виокремлено ті заклади проживання, представлені в національних стандартах України, які варто віднести саме до групи спеціалізованих засобів розміщення за окремими функціями, властивими їм (див. додаток А). Зокрема, лікувальна функція є основною в «санаторіях» (які віднесено до готелів за ДСТУ 4527:2006) та «профілакторіях» (які визначено як аналогічні заклади розміщення); транспортна функція – на «круїзних суднах» та «туристичних потягах»; спортивна функція – в «ботелях» і «флотелях» (які входять у категорію «готелі»), «туристичних базах» (аналогічні заклади), а також у «гірських притулках»; оздоровча функція – у «базах відпочинку» (аналогічні заклади), «таборах праці і відпочинку», «дитячих таборах». Звичайно за методологією UNWTO виокремлюють ще наукову функцію, яка може бути притаманна, наприклад, «конгрес-готелям», «готельно-офісним центрам» (група «готелі») та «конгрес-центрам». Однак, на нашу думку, розглядати як спеціалізовані засоби розміщення з подібною функцією не коректно, хоч вони і надають послуги певному сегменту споживачів (учасникам конгресів, симпозіумів, тренінгів, курсів із підвищення кваліфікації тощо), проте мають усі ознаки готелів. Крім того, не існує великої різниці між термінами «конгрес-центр» і «конгрес-готель», тому пропонуємо, щоб уникнути плутанини, залишити тільки останній термін для визначення засобу розміщення, який має можливості для організації та проведення різноманітних конгрес-заходів.

Нещодавно статистична оцінка діяльності засобів розміщення України проводилася за формами № 1-готель та № 1-курорт, на заміну яких набула чинності форма звітності № 1-КЗР «Звіт про діяльність колективного засобу розміщування», яка передбачає обробку інформації, наданої окремо юридичними особами та фізичними особами-підприємцями.

Проте наразі спостерігаються деякі розбіжності між стандартом ДСТУ 4527:2006 та формою №1-КЗР. Наприклад, згідно з формою № 1-КЗР до готелів та аналогічних засобів розміщування варто віднести:

- «готель», «мотель», «готельно-офісний центр»;
- «кемпінг», «гуртожиток для приїжджих», які за ДСТУ 4527:2006 ураховуються у складі «інших засобів розміщення»;
- «гірський притулок», що за ДСТУ 4527:2006 належить до «спеціалізованих засобів розміщення»;
- «клуб із приміщенням для проживання», «студентський літній табір», дефініції яких відсутні у ДСТУ 4527:2006;
- «інші місця для тимчасового розміщування», які також не повинні враховуватися в категорії «готелі та аналогічні засоби розміщення».

До спеціалізованих засобів розміщування у формі №1-КЗР належать:

- «санаторій», який включено до категорії «готелі» за ДСТУ 4527:2006,
- «дитячий санаторій», «пансіонат з лікуванням», «пансіонат відпочинку», «дитячий заклад оздоровлення цілорічної дії», «дитячий центр», «санаторій-профілакторій», «бальнеологічна лікарня», «грязелікарня», «бальнеогрязелікарня» (включаючи дитячі), «оздоровчий заклад 1-2 денного перебування», дефініції яких відсутні у ДСТУ 4527:2006;
- «будинок відпочинку», «база відпочинку», які є «аналогічними засобами розміщення» тощо.

Крім того, інструкція щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 1-КЗР має низку розбіжностей із Законом України «Про туризм», наприклад:

– щодо встановлення мінімальної кількості номерів: в інструкції указано, що «готелі» та «аналогічні засоби розміщення» повинні мати більше ніж *сім* номерів [82], проте в Законі України «Про туризм» чітко зазначено, що мінімально можливий номерний фонд для віднесення засобу розміщення до категорії «готель» становить *шість* номерів, а обмежень для «аналогічних засобів розміщення» немає [75];

– щодо врахування окремих засобів розміщення в категоріях «готелі» та «аналогічні засоби розміщення»: у статистичних бюлетенях, створених за формою № 1-КЗР, присутні дані про об'єкти, власниками або орендарями яких є фізичні особи-підприємці, та вказано, що ці заклади належать до категорій «готелі» й «аналогічні засоби розміщення», що у даний час є неприпустимим згідно із Законом України «Про туризм».

Як висновок, потрібно зазначити, що в Україні немає чіткої структури щодо класифікації колективних засобів розміщення по групах, ні відносно урахування даних про їхню діяльність у формах статистичної звітності, що суттєво звужує та видозмінює рамки існуючої готельної бази.

## **1.2. СВІТОВИЙ ДОСВІД СТВОРЕННЯ ГОТЕЛІВ МАЛОЇ МІСТКОСТІ**

Сфера надання послуг гостинності, що є однією зі складових туристичної індустрії держави, постає бізнесом, який швидко розвивається та приносить значні надходження, у тому числі в іноземній валюті. У багатьох країнах світу існування засобів розміщення туристів завжди вважалося необхідною умовою для задоволення суспільних потреб. Виникнення готелів, яке відбулося ще у стародавності, викликано бурхливим економічним і культурним розвитком суспільства, установами господарських, культурних, релігійних зв'язків між окремими регіонами. У даний час на світовому готельному ринку спостерігається тенденція розвитку малого

готельного бізнесу. Упродовж останніх років готелі малої місткості все частіше стають об'єктом наукових досліджень.

Причина даного явища полягає в тому, що малий бізнес пом'якшує наслідки структурних змін в економіці, швидко адаптується до вимог ринку, що змінюються, надає істотного внеску в економічний розвиток регіону, має здібність до генерації, використання технічних і організаційних нововведень. Органічно пов'язаний із великим бізнесом, він є основою стійкого розвитку країни та підвищення конкурентоспроможності її економіки. Особлива роль малому бізнесу відводиться в розвитку сфери послуг, яка служить свого роду індикатором рівня розвитку економіки будь-якої країни.

Найбільшого висвітлення тема проблем розвитку діяльності засобів розміщення малої місткості отримала в роботах російських учених. Серед науковців, що досліджують діяльність малих готелів, варто відзначити А. Ю. Александрову, С. І. Байлика, О. І. Вапнярську, С. С. Галасюк, В. Є. Клименко, А. А. Мусакіна, А. Д. Чудновського, О. М. Юрьєвську [3, с. 254; 5, с. 47; 13, с. 17; 30, с. 100; 89, с. 47-48; 111, с. 167; 240, с. 105; 244, с. 41].

На сьогодні ще не існує чітких міжнародних або національних норм щодо класифікації засобів розміщення за обсягом їхнього номерного фонду. Наприклад, А. А. Мусакин відмічає розподіл готелів на чотири великі категорії: малі готелі (до 150 номерів), середні (від 151 до 300 номерів), великі (від 301 до 600 номерів) і готелі-гіганти (понад 600 номерів) [111, с. 16]. Варто зазначити, що кожна країна сама визначає кількісні рамки для віднесення готелю до категорії «малий». Історично склалося, що європейські параметри, за якими здійснюється сегментація готельних підприємств по місткості, суттєво відрізняються від аналогічних, прийнятих у Північній Америці. Малий готель у Європі має, як правило, не більше 50 номерів, тоді як його американський аналог на 150 номерів також вважається невеличким закладом.

У країнах Європи пропорція в обслуговуванні клієнтів великими і малими засобами розміщення складає 3:2, тобто більшу частину (близько 60 %) постояльців обслуговують великі готелі, а 40 % туристопотоку приходить на засоби розміщення малої місткості. Відносно структури засобів розміщення за кількістю готельних підприємств на великі готелі приходить лише 15 – 25 % загальної кількості готельних підприємств, у той час як 75 – 85 % припадає на малі мотелі та готелі сімейного типу [212].

Варто зазначити, що одні з перших в історії малі готелі з'явилися у Празі. Вони являли собою будиночки, розраховані на кількох людей, і, крім ліжка, не надавали жодних додаткових послуг. З великими готелями вони, отже, конкурувати не могли, але, треба відзначити, що й не прагнули. Свої постояльці з'явилися в них миттєво: атмосферу затишку й спокою люди належно оцінили. Незабаром формат «малих готелів» поширився далеко за межами Чехії [106].

Більшу частку сучасного готельного ринку Праги складають малі готельні підприємства (68,9 %, або 450 готелів). Майже половина (45,2 %) запропонованого номерного фонду міста розташовується в малих готелях. Середня місткість номерного фонду малих готелів становить 38 номерів, що свідчить про розповсюдження готелів із номерним фондом, наближеним до максимуму, встановленого для малих готелів. Показник кількості номерів на тисячу осіб місцевого населення вказує на значну забезпеченість готелями у даному місті (30 номерів) [56, с. 72].

Еталоном у сегменті малих готелів вважають міні-готелі Франції, кожен з яких володіє затишком і унікальністю в поєднанні з помірними цінами. Усі готелі цієї країни підрозділяються на сім категорій (від 1 до 5\*, «палац» і некатегорійні). Реформа класифікації готелів стартувала в 2009 р. та набула чинності в Законі Франції «Про розвиток і модернізацію туристичного сервісу» і привела до перерозподілу готельного ринку по категоріях [87; 237]. А. Ю. Александрова відзначає, що навіть приватні

квартири, кімнати й особняки, які здаються в оренду у Франції (індивідуальні засоби розміщення за міжнародною термінологією), підлягають категоризації за зірками згідно із законодавством цієї країни [3, с. 254].

С. І. Байлик відмічає, що наочним прикладом використання малих готелів може слугувати одна з родоначальниць готельного бізнесу – Швейцарія, лєвова частка підприємств готельного господарства якої припадає саме на малі готелі. Дана обставина пов'язана з історією створення готелів у цій країні та специфікою нації, що вміє зберігати багатовікові традиції [5, с. 47].

Малі підприємства готельного господарства Великої Британії є суттєвим стимулом для розвитку галузі й створення додаткової кількості робочих місць. У цій державі існує авторитетна багатопрофільна організація «Автомобільна асоціація Великої Британії» (АА), яка створила та впровадила спеціальну систему класифікації й категоризації для широкого спектра об'єктів розміщення – від готелів категорії 5\* до фермерських будиночків, розрахованих на 2 номери. А. Д. Чудновський зазначає, що серед британських засобів розміщення існує великий відсоток малих готельних підприємств, розташованих по всій країні. Гостьові, фермерські будинки та маленькі придорожні готелі (Inn) надають послуги, обсяг яких відповідає рівню 1\*. Звичайно такого роду заклади пропонують гостям ночівлю і сніданок – «bed and breakfast» («В&В»). Для них основним показником є не обсяг, а якість послуг, тому їм присвоюють категорії від 1 до 5Q (від «quality» - якість). Для реклами та популяризації даних засобів розміщення у Великій Британії випускають спеціальні щорічні каталоги «В&В», у яких наведено детальний опис готелю та повний асортимент надаваних послуг [240, с. 105].

Через появу у Великій Британії готелів зі спрощеною схемою обслуговування «Автомобільна асоціація» в 1987 р. запровадила новий клас засобів розміщення – «Lodge». Незважаючи на скромне значення подібного найменування (будиночок, сторожка, притулок), «Lodge» зазвичай



забезпечує досить високий рівень розміщення й широкі можливості для бізнесу та відпочинку постояльців. Рівень послуг «Lodge», в основному, відповідає готелю 2\*, хоча низка послуг, характерних для готелів, у них відсутня, а харчування може здійснюватися в найближчому ресторані поза готелем. Засобам розміщення «Lodge», а також мотелям присвоюється категорії 1 - 3 «місяця», залежно від рівня комфортності. Існує також окрема категоризація для так званих «будинків зі самообслуговуванням» – від 1 до 5 «ключів» [240, с. 105].

Прикладом бурхливого розвитку малого готельного бізнесу є Російська Федерація, у деяких регіонах якої – у Краснодарському краї, м. Москві, на Північному Заході, Уралі – відмічається прогресивна тенденція щодо збільшення потужності готельного господарства за рахунок залучення у дану сферу малоформатних засобів розміщення. Серед великих міст Росії безумовним лідером за цим показником є м. Санкт-Петербург [111, с. 167], сектор розміщення якого на три чверті складається з малих готелів.

На російському готельному ринку умовно склалося два визначення: «малий готель», який визначається як малий засіб розміщення з номерним фондом від 16 до 50 номерів, і «міні-готель» – малий засіб розміщення з номерним фондом від 5 до 15 номерів [235].

Зазначимо, що в Україні останнім часом на регіональному рівні ініціювалися деякі спроби узаконити діяльність малих засобів розміщення. Зокрема, у 2003 р. Міністерством курортів і туризму АР Крим було прийнято «Положення про малі готелі, мотелі, пансіонати», яким запроваджувалося поняття даних форм підприємств із обмеженням їх місткості від 5 номерів до 100 місць: «Малий готель – це колективний засіб розміщення, призначений для тимчасового проживання туристів, метою діяльності якого є створення продукту гостинності й надання готельних і туристських послуг, згрупованих у певні класи, розряди й категорії, із числом номерів не менш 5 і місткістю до 100 місць» [203].

Ще одним прикладом вітчизняного нормативно-правового акту регіонального рівня управління є проект «Програми створення мережі малих готелів «Малі готелі Києва» [212], який перебуває на розгляді Київської міської ради вже тривалий час. Беручи до уваги виняткову важливість даного документа, необхідно, проте, указати на неефективність прийняття нормативу, який установлює граничну місткість малого готелю на рівні 100 номерів із кількістю працівників не більше 25 осіб. На нашу думку, це, по-перше, занадто великий номерний фонд для віднесення засобу розміщення до категорії малого, а, по-друге, зазначена чисельність обслуговуючого персоналу не зможе забезпечити комфортні умови для перебування туристів, що неминуче спричинить погіршення сервісу.

Реалізація проектів готельних підприємств малої місткості при не дуже значних вкладеннях приносить значні прибутки. Крім того, нові малі готелі вже в перші роки роботи мають більш високий коефіцієнт завантаження номерного фонду. Рентабельність таких готелів становить близько 18 %, у той час як аналогічний показник для великих готелів перебуває на рівні 8 – 10 %. Строк окупності малих готелів дорівнює приблизно трьом – п'яти рокам, а для готельних комплексів він становить у середньому сім років [107].

Головною специфічною рисою малих готелів, їхньою кардинальною відмінністю від великих засобів розміщення, є персоніфікація обслуговування. Саме невелика кількість номерів дозволяє приділяти увагу кожному клієнтові індивідуально (табл. 1.6).

Немаловажним чинником зростання конкурентоспроможності є система ціноутворення, яка дозволяє малим готелям чутливо реагувати на змінення зовнішньої обстановки.

О. М. Юр'євська виокремлює такий позитивний чинник, як зацікавленість співробітників малих готелів [244, с. 41]. Вона припускає, що найчастіше персонал малих готелів складається з членів сім'ї підприємця чи їхніх родичів.

## Чинники, що впливають на розвиток малих готелів

№ з/п	Сприятливі чинники	Перешкоджальні чинники
1	Потреба в невеликих фінансових вкладеннях при відносно високих прибутках	Відсутність законодавчої бази у сфері засобів розміщення малої місткості
2	Вищий коефіцієнт завантаження навіть у перші роки функціонування порівняно з великими готелями	Відсутність системи навчання та підвищення кваліфікації кадрів у галузі управління і обслуговування малих засобів розміщення
3	Рентабельність малих готелів складає близько 18 %, тоді як аналогічний показник для великих готелів знаходиться на рівні 8 – 10 %	Недосконалість процедури сертифікації
4	Термін окупності малих готелів становить від 3 до 5 років, а для готельних комплексів складає в середньому 7 років	Відсутність дешевої і ефективної системи автоматизованого управління малими засобами розміщення
5	Можливість облаштування малого готелю в «старому» фонді	Відсутність ефективної системи просування готельних послуг
6	Персоніфікація обслуговування	Несприятлива дія податкової системи для розвитку малих готелів
7	Гнучка система ціноутворення	Відсутність статистичної звітності, яка б достовірно відображала стан малих готелів України

*Джерело: розроблено за [64]*

О. І. Вапнярська підкреслює унікальність малих готелів у можливості оперувати тільки на вузькому сегменті ринку. Унаслідок того, що ринок чітко визначений і доступніший, на нього легше вийти. При цьому невеликий розмір засобів розміщення малої місткості дозволяє добитися прийняттого рівня завантаження [13, с. 17].

Проте, незважаючи на всі переваги створення малих готелів, існує і низка перешкод, характерних як для України, так і для країн СНД у цілому.

С. С. Галасюк відзначає, що на першому місці стоїть відсутність законодавчої бази у галузі засобів розміщення малої місткості. Через це відбувається обмеження зростання малих готелів, виникає проблема їхніх відносин із контролюючими державними органами, відсутня система категоризації малих засобів розміщення, що не володіють мінімально допустимим номерним фондом [30, с. 100].

Важливою проблемою також є відсутність системи навчання та підвищення кваліфікації кадрів у галузі управління й обслуговування малих готелів. В Україні також відсутня дешева ефективна система автоматизованого управління готельними підприємствами малої місткості; крім того, немає можливості підключення цих готелів до системи on-line бронювання.

В. Є. Клименко відмічає негативний вплив незахищеності клієнтів малих готелів законом унаслідок невизначеного стану переважної більшості таких засобів розміщення [89, с. 47-48]. Основний обсяг скарг клієнтів цих готелів належить до порушень, пов'язаних із неправильною експлуатацією будівель і споруд (39,0 %), невідповідністю якості обслуговування рівню цін (34,1 %).

Упровадження діяльності індивідуальних засобів розміщення без реєстрації їх як суб'єктів підприємницької діяльності сполучно з відсутністю надходжень до бюджету у вигляді податків. Але цей факт є причиною недосконалої податкової політики у сфері готельного господарства та її неадаптованості для малих готелів.

Малим готелям найчастіше складно працювати самостійно. Вони потребують вищої управлінської майстерності, ніж великі готелі. Керівники самостійних малих готелів стикаються з низкою проблем, найчастіше у сфері маркетингу і фінансів. Вони вимушені виконувати функції не лише лінійного, але також і функціонального керівництва.

Керівництво самостійних малих готелів, якщо воно хоче зберегти прибутковість, повинне впроваджувати сучасні управлінські системи і технології, використовувати гнучку систему керівництва кадрами, за якою службовці в разі виробничої необхідності можуть поєднувати декілька посад і замінити один одного, тобто є фахівцями широкого профілю.

### **1.3. ПРЕЦЕДЕНТИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ**

Функціонування малих готелів вимагає конкретного організаційно-економічного забезпечення, особливо правової регламентації. Систематизуючи регуляторні акти щодо засобів розміщення туристів в Україні, нами було встановлено, що жоден нормативно-правовий документ чинного на національному рівні законодавства не виокремлює дані заклади з точки зору місткості їхнього номерного фонду.

Проте в Україні, починаючи з 2006 р., упроваджено в дію «Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» (далі – Порядок № 297), який трактує засоби розміщення залежно від їхньої місткості. Згідно з Порядком № 297, проведено чітку межу між колективними та індивідуальними засобами розміщення туристів. Межею для віднесення засобів розміщення до тієї або іншої групи є певна кількість місць (яка з 01.12.2011 р. становить 30 [121]), призначених для ночівлі.

Отже, до групи колективних віднесені «засоби розміщення загальною кількістю місць 30 або більше, у яких надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні і за які справляється плата за встановленими цінами» [206]. Індивідуальним засобом розміщення вважається «житло, у якому за плату або безоплатно надається обмежена кількість місць (менше 30)» [51]. Основні відмінності між колективними та індивідуальними засобами розміщення представлено в табл. 1.7, створеній на підставі Порядку № 297 та дослідження, проведеного С. С. Галасюк [206; 16].

Варто зазначити, що всі заклади, місткість яких перевищує 30 місць для організації ночівлі, вважаються колективними засобами розміщення; їхні власники або орендарі повинні зареєструватися в державній адміністрації як суб'єкти підприємницької діяльності (у вигляді юридичної або фізичної особи – СПД), а також надавати у встановлений законодавством термін

комплект документів податкової та статистичної звітності, затвердженої для даного виду діяльності. З іншого боку, усі заклади, ємність яких є меншою, ніж 30 місць (тобто від 1 до 29 включно), вважаються індивідуальними засобами розміщення; їхні власники або орендарі не підлягають реєстрації як суб'єкти підприємницької діяльності, однак вони також повинні провадити облік – за спрощеною методикою, розробленою місцевими органами виконавчої влади у сфері туризму: вести книгу реєстрації, у якій зазначають паспортні дані туристів, дата їх прибуття та від'їзду, вартість наданих послуг. Отже, власники індивідуальних засобів розміщення (дач, вілл, котеджів, квартир тощо) не здають у повному обсязі звіт, передбачений для колективних засобів розміщення, однак вони зобов'язані подавати в органи державної податкової інспекції щорічну декларацію про доходи, одержані від надання послуг з тимчасового розміщення [206].

Таблиця 1.7

Основні критерії віднесення засобів розміщення туристів до колективних та індивідуальних згідно з «Порядком надання послуг з тимчасового розміщення»

Критерії	Колективні засоби розміщення	Індивідуальні засоби розміщення
Загальна кількість місць для ночівлі	30 місць та більше	Менше ніж 30 місць
Оплата за обслуговування	Плата за встановленими цінами	Договірна плата або безкоштовно
Державна реєстрація в якості СПД	Юридична або фізична особа - СПД	Реєструватися в якості СПД не потрібно
Умови провадження діяльності засобами розміщення	Обов'язкове ведення книги відгуків і пропозицій споживачів	Спеціальні умови провадження діяльності не встановлені
	Перелік послуг, їх вартість і умови одержання	
	Правила користування засобом розміщення	
	Інформація про адреси і номери телефонів органів, що забезпечують державний захист прав споживачів	
Податкова звітність	Комплект документів у повному обсязі для даного виду діяльності	Декларація за встановленою формою про дохід, отриманий від надання послуг з розміщення

## Закінчення таблиці 1.7

Критерії	Колективні засоби розміщення	Індивідуальні засоби розміщення
Статистична звітність	Комплект документів у повному обсязі для даного виду діяльності (заповнення та надання форм статистичної звітності № 1-КЗР, № 1-послуги)	Книга реєстрації, у якій має бути зазначено паспортні дані (ПІБ, рік народження, місце проживання), дата прибуття та відбуття, вартість наданих послуг. Ці дані подаються до місцевих органів виконавчої влади за встановленою ними формою
Державна класифікація на відповідність певній категорії («зірці» або «рівню» в порядку зростання)	Встановлення категорій: - готелям – від «однієї» до «п'яти» зірок; - іншим колективним засобами розміщення – від «п'ятого» до «першого» рівню	Категорії не встановлюються

*Джерело: розроблено за [206]*

Метою прийняття «Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» є детінізація ринку індивідуальних засобів розміщення України. У результаті введення Порядку № 297 кількість фізичних осіб-підприємців, що надають послуги з тимчасового проживання, за короткий термін була збільшена у 5,3 рази (на той період мінімальною кількістю місць для колективного засобу розміщення було 10) за рахунок реєстрації власників індивідуальних засобів розміщення в якості СПД. Згідно з даними колишньої Державної служби туризму і курортів, їхня чисельність становила 1 тис. 53 заклади [175]. Але, зважаючи на той факт, що на готельному ринку України існує велика кількість необлікованих дач, вілл, садиб, котеджів (тобто засобів розміщення малої місткості), розташованих у найбільш рецептивних регіонах країни, дана цифра не відповідає дійсності [20]. Таким чином, у результаті діючої податкової та соціальної політики щодо індивідуальних засобів розміщення наша держава не отримує значні суми платежів у державний бюджет.

Як відомо, за європейськими нормами малим готелем прийнято вважати засіб розміщення, який має не більше 50 номерів. Ми пропонуємо

встановити граничну місткість номерного фонду для малих готелів на цьому ж рівні, але не обмежувати його мінімальне значення, як це закріплено в Законі України «Про туризм» для аналогічних засобів розміщення.

При цьому не варто змішувати поняття «готельне підприємство малої місткості» (або як його частіше називають «малий готель») та «мале готельне підприємство», тому що основу цих термінів формують різні критерії: для «готельного підприємства малої місткості» – це ємність номерного фонду, а для «малого готельного підприємства» – загальний обсяг надаваних послуг та середньооблікова чисельність працівників, за аналогією з малим підприємством.

Основні нормативно-правові акти, що регулюють діяльність малих підприємств в Україні та класифікують їх за розміром (мікро-, малі, середні та великі), представлені у табл. 1.8.

Таблиця 1.8

#### Нормативно-правові акти у сфері малого підприємництва в Україні

№ з/п	Нормативно-правові акти	Дата прийняття	Номер
Закони України			
1	Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні [72]	21.12.2000	№ 2157-III
2	Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні [73]	22.03.2012	№ 4618-VI
Указ Президента України			
3	Про заходи щодо забезпечення підтримки та дальшого розвитку підприємницької діяльності [231]	15.07.2000 (24.05.2004)	№ 906/2000 (№ 477/2004)
Розпорядження Кабінету Міністрів України			
4	Про затвердження плану заходів з виконання у 2013 р. Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні [219]	13.02.2013	№ 64-р
Інші нормативно-правові документи			
5	Про затвердження Методичних положень щодо формування статистичної інформації про діяльність суб'єктів малого підприємництва [112]	24.04.2003 (27.07.2007)	№ 125 (№ 274)
6	Про затвердження форм документів, необхідних для реєстрації організацій як об'єктів інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва [113]	02.07.2009	№ 112

*Джерело: розроблено за наведеними посиланнями*



На підставі Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 р. внесено зміни до Господарського Кодексу України [121], згідно з яким основні критерії віднесення підприємств до мікро-, малих, середніх та великих представлені в табл. 1.9. При цьому до категорії «малі готельні підприємства» можуть належати тільки колективні засоби розміщення.

Таблиця 1.9

Основні критерії віднесення підприємств до мікро-, малих, середніх та великих за Господарським Кодексом України

Категорії підприємств	Основні критерії віднесення підприємств до певної категорії	
	обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг)	середньооблікова чисельність працівників
Мікро	не перевищує суму, еквівалентну 2 млн євро*	до 10 осіб
Малі	не перевищує суму, еквівалентну 10 млн євро*	до 50 осіб
Середні	від 10 до 50 млн євро	від 51 до 250 осіб
Великі	перевищує суму, еквівалентну 50 млн євро*	більше 250 осіб

\* визначену за середньорічним курсом Національного банку України

*Джерело: розроблено за [42]*

Малі готельні підприємства надають роботу половині персоналу, зайнятому в готельному господарстві, а також виробляють третину всіх готельних послуг, як свідчать офіційні статистичні дані [226, с. 308-312].

Аналізу функціонування малих готельних підприємств присвячено дисертаційна робота О. М. Юр'євської [244], у якій розглянуто проблеми управління такими засобами розміщення. На відміну від попереднього, у межах даного дослідження основним критерієм вважається впорядкування ємності номерного фонду з метою заохочення засобів розміщення малої місткості до легалізації власної діяльності. Тому потрібно приділити увагу питанням, які стосуються їх оподаткування.

Отже, нерегульованість питань, пов'язаних із впровадженням у діяльність засобів розміщення окремих термінів, що особливо стосується

закладів малої місткості, не дає можливості поліпшити якість їхньої роботи, підвищити рівень податкової дисципліни та вивести їх із «тіні» [28].

Варто відзначити, що протягом 1998-2011 рр. був чинним Указ Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва». Подальшим кроком у формуванні сприятливого бізнес-середовища стало прийняття Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності», основні норми якого для суб'єктів малого підприємництва представлено в табл. 1.10.

Таблиця 1.10

Основні критерії для запровадження спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва

Групи	Суб'єкти малого підприємництва	Основні критерії для запровадження спрощеної системи оподаткування			Ставки єдиного податку
		Обсяг виручки від реалізації продукції (робіт, послуг)	Чисельність працівників	Рід діяльності	
Перша	Фізичні особи-підприємці	до 150 тис. грн.	без використання праці найманих осіб	виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або надання побутових послуг населенню	у межах від 1 до 10 % розміру мінімальної заробітної плати (від 12,54 грн. до 125,4 грн.)
Друга	Фізичні особи-підприємці	до 1 млн грн.	або без використання праці найманих осіб, або до 10 осіб одночасно	надання послуг (у т.ч. побутових), платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства	у межах від 2 до 20 % розміру мінімальної заробітної плати (від 25,08 грн. до 250,8 грн.)
Третя	Фізичні особи-підприємці	до 3 млн грн.	або без використання праці найманих осіб, або до 20 осіб одночасно	посередницькі послуги з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна	1) 3 % доходу - у разі сплати податку на додану вартість згідно з цим Кодексом;
Четверта	Юридичні особи	до 5 млн грн.	середньооблікова кількість – до 50 осіб	-	2) 5 % доходу - у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку.

Закінчення таблиці 1.10

Групи	Суб'єкти малого підприємництва	Основні критерії для запровадження спрощеної системи оподаткування			Ставки єдиного податку
		Обсяг виручки від реалізації продукції (робіт, послуг)	Чисельність працівників	Рід діяльності	
П'ята	Фізичні особи - підприємці	до 20 млн грн.	або без використання праці найманих осіб, або кількість не обмежена	-	1) 5 % доходу - у разі сплати податку на додану вартість згідно з цим Кодексом;  2) 7 % доходу - у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку.
Шоста	Юридичні особи	до 20 млн грн.	-	-	

*Джерело: розроблено за [232]*

Сплата єдиного податку звільняє фізичну особу – суб'єкта малого підприємництва від необхідності нараховувати та сплачувати численні види податків, у тому числі: податок на додану вартість, податок на прибуток, плату за землю, єдиний соціальний внесок тощо. Крім того, «доходи, отримані від здійснення підприємницької діяльності, що обкладається єдиним податком, не включаються до складу сукупного оподаткованого доходу за підсумками звітного року такого платника та осіб, що перебувають з ним у трудових відносинах, а сплачена сума єдиного податку є остаточною і не включається до перерахунку загальних податкових зобов'язань як самого платника, так і осіб, які перебувають з ним у трудових відносинах» [232].

На нашу думку, застосування норм спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для фізичних осіб, які є власниками або орендарями індивідуальних засобів розміщення, більш прийнятно для підвищення їхньої податкової дисципліни, ніж нарахування та сплата доходу з фізичних осіб за ставкою 15–17 %, що не сприяє активізації їхнього виходу з «тіні».

У разі сплати податку на доходи фізичних осіб-підприємців за загальною системою оподаткування потрібно враховувати, що згідно з Податковим Кодексом України, якщо загальна сума отриманих платником податку у звітному податковому місяці доходів перевищує десятикратний розмір мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного податкового року, ставка податку становить 17 % від суми перевищення з урахуванням податку, сплаченого за ставкою 15 % [202].

У випадку перебування на загальній системі оподаткування готелю необхідно сплачувати також податок на землю, що приблизно можна оцінити у 100 грн. на квартал, або 400 грн. на рік. Також варто зазначити, що перебування на загальній системі оподаткування викликає необхідність передбачити у штатному розкладі готелю професійного бухгалтера, що призведе до збільшення фонду заробітної плати.

Отже, логічним є висновок, що спрощена система оподаткування для малого готелю є більш доцільною. Крім того, на відміну від суб'єктів малого підприємництва, що працюють за спрощеною системою оподаткування, володарі індивідуальних засобів розміщення – платники податків на доходи фізичних осіб-підприємців та їхні наймані робітники не мають жодних соціальних гарантій у вигляді нарахування стажу роботи та виплат у фонди соціального забезпечення.

Згідно з пунктом 291.5.3 Податкового кодексу України фізичні особи-підприємці не можуть бути платниками єдиного податку, якщо загальна площа житлових приміщень та/або їх частини, що здаються в оренду перевищує 100 квадратних метрів, тобто для готелів, площа яких перевищує 100 квадратних метрів, відсутня можливість перебування на єдиному податку для фізичних осіб-підприємців.

Для готелів більшої місткості можлива ймовірність більшої ефективності загальної системи оподаткування, тому що вона нараховується на прибуток.

## 1.4. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ КЛАСИФІКАЦІЇ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ

Існує необхідність удосконалити визначення терміна «засіб розміщення». За ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» засоби розміщення характеризуються як «будь-які об'єкти, в яких регулярно або час від часу надають послуги *розміщування для ночівлі*» [207, с. 2]. За ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» цей термін трактується, як «будь-який об'єкт, в якому *виконавець* регулярно або час від часу надає *споживачеві* послугу з тимчасового розміщення» [208, с. 2]. Некоректність даних визначень засобу розміщення полягає у наступному:

– по-перше, «виконавцем» послуги за ДСТУ 4527:2006 визнається тільки юридична особа або громадянин-підприємець, тобто поза увагою залишається така численна група виконавців, як іноземні громадяни та особи без громадянства, які за чинним українським законодавством мають право на провадження діяльності в якості фізичної особи-підприємця (ФОП) [135, ст. 3.8.1], а також власники або орендарі індивідуальних засобів розміщення, які не повинні мати статусу ФОП;

– по-друге, у ДСТУ 4527:2006 указано, що «споживачем» послуги може бути «громадянин, який придбаває, замовляє, використовує або має намір придбавати чи замовляти товари (роботи, послуги) для власних побутових потреб» [208, с. 4], тобто процес користування послугою (роботою, товаром) описано надмірно деталізовано, проте визначення саме користувача, навпаки, звужено за рахунок відсутності згадувань про іноземних громадян та осіб без громадянства;

– по-третє, «розміщування для ночівлі» за ДСТУ 4268:2003 має досить обмежене значення порівняно з «послугою з тимчасового розміщування», яка передбачає не тільки організацію нічлігу споживача, але й надання йому

послуг розміщення та можливості користування санітарно-технічними зручностями впродовж усього терміну його перебування.

Отже, для подолання виявлених недоліків дефініцію «засіб розміщення» логічно представити у такий спосіб: «*будь-який об'єкт, у якому регулярно або час від часу надають послуги з тимчасового розміщення*» та внести корективи в означені національні стандарти України [21, с. 41].

На нашу думку, потребує вдосконалення термін «готель», який згідно з Законом України «Про туризм» визначено як «*підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням*» [75]. Дане визначення має низку недоліків:

– по-перше, указано, що готель повинен бути зареєстрований як підприємство, тобто мати статус юридичної особи, що суперечить чинному законодавству з точки зору провадження діяльності фізичних осіб-підприємців у цій сфері господарювання. Підтвердженням цього є збір статистичних даних про діяльність готелів, оформлених як на юридичних осіб, так і на фізичних осіб-підприємців, що містяться у статистичних бюлетенях, сформованих за формою № 1-КЗР;

– по-друге, неефективність встановлення граничної ємкості готелю на рівні шести номерів можна проілюструвати наступними прикладами. Готель є колективним засобом розміщення, що згідно з Порядком № 297 повинен мати більше 30 місць для розміщення, а шість номерів, які є мінімальною ємкістю для готелю, можуть мати від 6 місць (при одномісцевому розміщенні) до 18 місць (при розміщенні у двомісних номерах з послугою додаткового місця). Зокрема, засіб розміщення, що має від 6 до 29 одномісних номерів, теоретично може бути індивідуальним засобом розміщення, що не дає йому права називатися готелем, адже їм може бути тільки колективний засіб розміщення. Тому ми пропонуємо зняти обмеження щодо мінімальної кількості номерів (як це зроблено для аналогічних засобів

розміщення), залишив тільки число місць (30) для віднесення засобу розміщення до певної групи (колективні чи індивідуальні [30];

– по-третє, за ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» поняття «готельна послуга» значно ширше, ніж просто послуга з тимчасового проживання, оскільки включає «діяльність із розміщування та надавання тимчасового проживання споживачам у засобах розміщування, а також іншу діяльність, пов'язану з розміщуванням та тимчасовим проживанням» [209, с. 1]. Ще більш конкретну деталізацію наведено у ДСТУ 4527:2006, де «готельна послуга» включає не тільки організацію розміщення, але й харчування, збереження майна і багажу, а також інші послуги відповідно до категорії готелю згідно з ДСТУ 4269:2003 [208, с. 2]. Тому замість виразу «готельна послуга з тимчасового проживання» варто залишити тільки «готельна послуга»;

– по-четверте, при застосуванні терміна «обов'язкове обслуговування», логічно вказати в національних стандартах України по засобах розміщення, що це – послуги з щоденного заправління ліжок, прибирання кімнат та санвузлів.

Отже, визначення терміна «готель» можна представити у такий спосіб: *«колективний засіб розміщення, що складається з номерів та надає готельні послуги з обов'язковим обслуговуванням»*. При цьому обмеження мінімальної кількості номерів у готелях доцільно встановлювати тільки з метою категоризації на певну «зірку».

Що стосується типології готелів, то, на нашу думку, варто привести у відповідність терміни, які застосовуються у ДСТУ 4268:2003 та ДСТУ 4527:2006, про що йшлося раніше у підрозділі 1.1 даної монографії. Ми пропонуємо:

– упорядкувати окремі види готелів за певними ознаками, наприклад: бізнес-готелі, до складу яких можна віднести «конгрес-готель» та «готельно-офісний центр», готелі підвищеної комфортності («клуб-готель», «апарт-готель», «готель-люкс», «готель-резиденція», «палац-готель»), готелі за

місцем розташування («курортний готель», «мотель», «агроготель», «акватель») з метою проведення подальшого дослідження щодо доцільності подібної деталізації та використання цих термінів з практичної точки зору;

– об'єднати поняття «конгрес-готель» (група «готелі») та «конгрес-центр» (спеціалізований заклад розміщення), залишивши перший варіант;

– урахувати «ботелі», «флотелі» та «санаторії» (група «готелі» за ДСТУ 4527:2006) у складі спеціалізованих, а «хостели» – серед інших колективних засобів розміщення (згідно з рекомендаціями UNWTO).

Варто внести корективи й у визначення «аналогічних засобів розміщення», яке сформульовано у Законі України «Про туризм» – «підприємства *будь-якої організаційно-правової форми власності*, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів». Варто відзначити, що у даній дефініції допущено стилістичну помилку; крім того, щоденні санітарні процедури можна визначити як «обов'язкове обслуговування». Отже, термін «аналогічний готелю засіб розміщення» логічно викласти у такій редакції: *«колективний засіб розміщення, що складається з номерів та надає обмежені готельні послуги, включно з обов'язковим обслуговуванням»*.

У якості окремих видів аналогічних закладів, які представлено в ДСТУ 4527:2006, залишити тільки такі: «будинок відпочинку», «гостьовий будинок», «туристичний комплекс» та «пансіонат», а «туристичну базу», «базу відпочинку» і «профілакторій» перемістити до складу спеціалізованих засобів розміщення.

Визначення спеціалізованих засобів розміщення не знайшло відображення в Законі України «Про туризм», однак воно міститься у ДСТУ 4268:2003 і, на нашу думку, потребує вдосконалення тільки з боку їхнього розподілу на окремі підгрупи. Зокрема, до лікувальних закладів варто віднести «санаторії» та «профілакторії», до оздоровчих – «базу відпочинку», «табори праці і відпочинку» (сільськогосподарські, археологічні, екологічні



тощо), «дитячі та студентські оздоровчі табори»; до транспортних – «круїзні судна» та «туристичні потяги»; до спортивних – «ботелі», «флотелі», «гірські притулки», «туристичні бази». Спеціалізовані заклади типу «конгрес-центри» ми пропонуємо виключити.

У категорії «інші колективні засоби розміщення», на нашу думку, необхідно враховувати лише «гуртожитки», «хостели» та «кемпінги». Унаслідок того, що згідно з «Порядком надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)», до послуг розміщення не належить «розміщення юридичною особою своїх працівників у засобі розміщення, що йому належить», а також «розміщення осіб, які навчаються у навчальному закладі, у засобі розміщення, що належить цьому закладу» [206], такі заклади, як «студентські, шкільні гуртожитки», а також «готелі для робітників» і «будинки відпочинку для робітників підприємств» не варто відносити до підприємств готельної індустрії взагалі.

Усі індивідуальні засоби розміщення нами запропоновано розподілити за такими підгрупами, як: «неосновне власне житло (дача)», «орендовані кімнати в сімейних будинках (гостьова кімната)», «житло, орендоване у приватних осіб або агентств (гостьова квартира, бунгало, будинок, котедж)». Вважаємо, такі терміни, як «караван», «збірно-розбірний караван», «караван-будиночок», «намет», «намет-причіп» досить складно враховувати в якості засобів розміщення, оскільки їхні власники не піддаються статистичним спостереженням щодо ємності готельної бази. Якщо окремі з цих «індивідуальних засобів розміщення» здаються туристові в оренду як туристичне спорядження, то в даному випадку виникають інші господарські відносини, які стосуються надання послуг із прокату інвентарю та обладнання для туристичної подорожі.

Пропонуємо також виключити зі складу індивідуальних засобів розміщення ті, які «не зовсім відповідають вимогам до індивідуальних засобів розміщування та складаються з наметів на неорганізованих майданчиках і суден на неофіційних стоянках» [207, с. 4]. На нашу думку,

визначення даних закладів має досить суперечливий характер, тому не може враховуватися стандартизованим терміном взагалі [21, с. 44].

Варто зазначити, що в Україні існує певна недосконалість нормативно-правового забезпечення діяльності засобів розміщення малої місткості. Було встановлено, що на регіональному рівні державного регулювання у сфері туризму мали місце окремі спроби узаконити та впорядкувати діяльність таких закладів, однак вони потерпіли невдачу з причини відсутності терміна «малий готель» у загальнодержавному законодавстві. Унаслідок цього відбувається обмеження зростання малих готелів, виникає проблема їх взаємин з контролюючими державними органами, відсутня система категоризації малих засобів розміщення, які не володіють мінімально допустимим номерним фондом [61].

З огляду на тенденцію, що складається на вітчизняному та зарубіжних готельних ринках, є підстави для розподілу всього масиву засобів розміщення малої місткості на «малі готелі» та «міні-готелі». Це обумовлено необхідністю розділити малі засоби розміщення за номерним фондом (від 1 місця до 30 та від 30 місць до 50 номерів) та за суб'єктом, що здійснює функціонування (юридична особа, фізична особа-підприємець, фізична особа).

На нашу думку є необхідність ввести в нормативно-правову базу терміни «малий готель» та «міні-готель». *«Малий готель» – колективний засіб розміщення, який має номерний фонд до 50 номерів та надає готельні послуги з обов'язковим обслуговуванням.* Обґрунтування даного терміна полягає у такому:

– по-перше, застосування поняття «колективний засіб розміщення» замість «підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності» дає змогу включати до групи малих готелів як юридичних осіб, так і фізичних осіб-підприємців;

– по-друге, відсутність обмеження мінімальної кількості номерів для малих готелів зроблено цілеспрямовано, адже колективні засоби розміщення вимагають мати більше 30 місць для розміщення;

– по-третє, встановлення максимальної кількості номерів на рівні 50-ти дозволить законодавчій базі України по засобах розміщення кореспондувати з європейською, поступово наближаючись до неї [48].

Щодо визначення терміна «міні-готель», то очевидно, що згідно з чинним українським законодавством, цей заклад може бути тільки індивідуальним засобом розміщення, тобто мати місткість до 30 місць для ночівлі. Однак при внесенні змін у національні стандарти по засобах розміщення, необхідних для встановлення спеціальної категорії «міні-готель», для цих закладів з'явиться можливість позиціонувати себе як готель. Тому пропонуємо таке визначення: «міні-готель» – *індивідуальний засіб розміщення, який має номерний фонд та надає послуги з тимчасового розміщення з обов'язковим обслуговуванням*. Обґрунтування даного терміна полягає в такому:

– по-перше, індивідуальний засіб розміщення надає змогу оперувати об'єктам у вигляді фізичної особи без реєстрації в якості суб'єкта підприємницької діяльності, що при вдосконалюванні податкового законодавства допоможе останнім легалізувати свою діяльність;

– по-друге, в Україні існують засоби розміщення, які мають менше ніж шість номерів (обмеження, необхідне для віднесення до категорії «готелі»), однак задовольняють усім вимогам, що пред'являються саме до готелів, надаючи атмосферу домашнього затишку і персоніфікований підхід до кожного клієнта;

– по-третє, надання послуг з тимчасового розміщення замість готельних послуг є необхідним мінімумом для врахування засобу розміщення в якості «міні-готелю» при відповідності його всім іншим умовам та встановлене саме для індивідуальних засобів розміщення [29].

Класифікацію засобів розміщення туристів, яка пропонується за результатами дослідження нормативно-правових документів України з урахуванням рекомендацій, наведених вище, наведено на рис. 1.2.

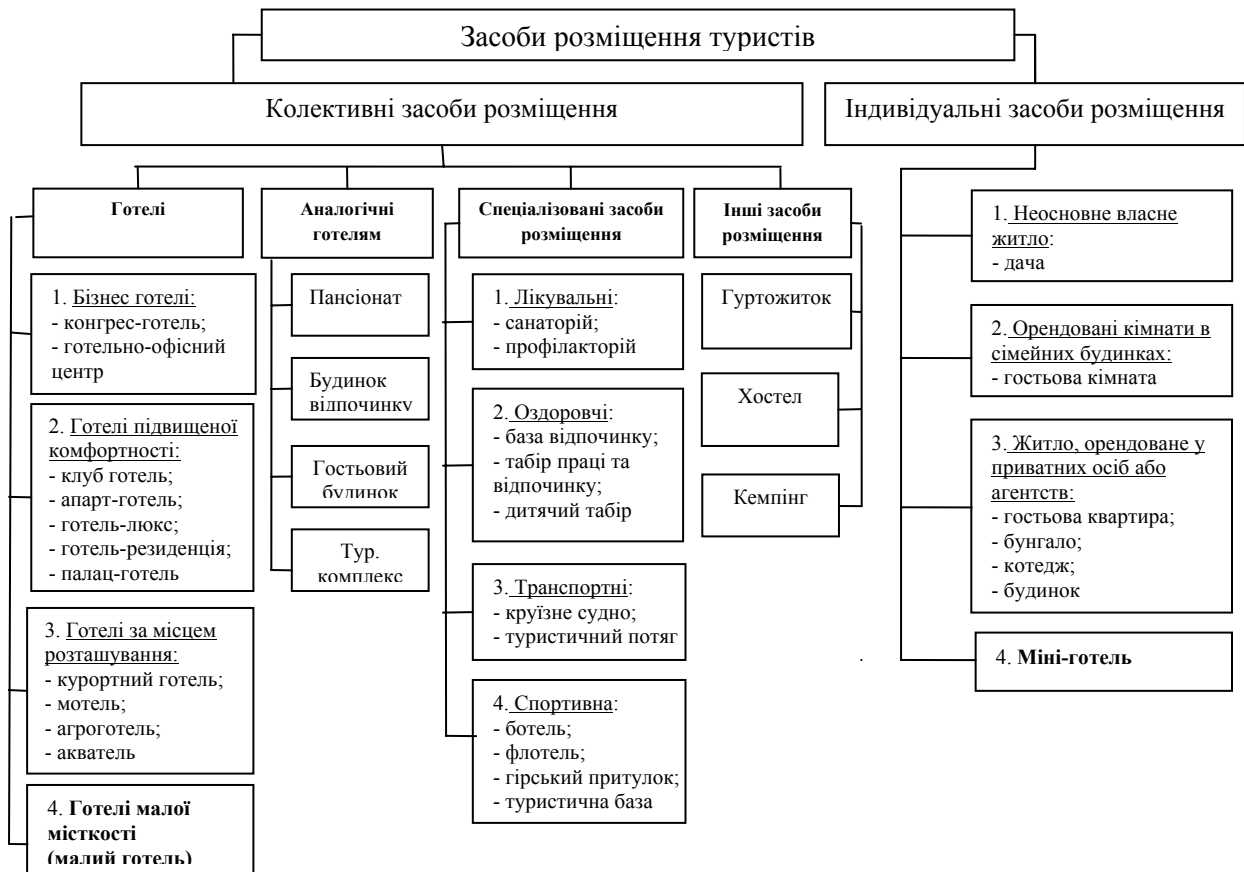


Рис. 1.2. Класифікація засобів розміщення туристів, яка пропонується за результатами дослідження нормативно-правових документів України  
*Джерело: розроблено авторами*

Крім рекомендацій щодо редагування окремих термінів та визначень, представлених в Законі України «Про туризм» та у національних стандартах України по засобах розміщення туристів, пропонуємо внести зміни в систему оподаткування малих готелів, у процедуру сертифікації їх послуг, форми статистичної звітності та підсилити контроль за провадженням їх діяльності.

Як було зазначено раніше, для індивідуальних засобів розміщення, які пропонуємо віднести до типу «міні-готель», більш прийнятною є робота за єдиним податком, ніж сплата 15-17 % від загальної суми доходу, однак

спрощена система оподаткування застосовується лише для суб'єктів підприємницької діяльності.

Іншим привабливим способом оподаткування для СПД є фіксований податок, який припускає придбання патенту, однак зазвичай він застосовується при провадженні торговельної діяльності на ринках, а у сфері гостинності може використовуватися при наданні послуг харчування. Проте на регіональному рівні державного регулювання у сфері туризму України до введення в дію Податкового кодексу України був чинним документ, який встановлював умови та порядок запровадження фіксованого податку саме для оподаткування доходів фізичних осіб, одержаних від здачі в оренду їх власного житла.

Зокрема, для збільшення дохідної частини бюджету в АР Крим було затверджено «Положення про оподаткування в Автономній Республіці Крим доходів громадян, отриманих від здачі в найом житла, що їм належить» [215]. Згідно з цим документом, доходи фізичних осіб були підлеглі оподаткуванню за фіксованими ставками, серед яких була певна градація залежно від виду місцевості, де розташовано житло (курортна чи некурортна), його розміру (кількість ліжок, кімнат) та умов проживання (зі зручностями та без них). Наприклад, за трикімнатну квартиру, облаштовану зручностями, яка знаходиться у некурортній місцевості, власнику житла потрібно було сплатити 140 грн. на місяць у вигляді фіксованого податку. Якщо місцевість віднесено до категорії курортних, то порядок обчислення податку інший – за основу береться кількість ліжок та мінімальна вартість добового проживання, встановлена органами місцевого самоврядування.

Міністерство курортів і туризму АРК у першому кварталі 2013 р. виступило з ініціативою щодо внесення змін до Податкового кодексу України, метою яких є спрощення порядку оподаткування доходів фізичних осіб, які надають послуги з тимчасового розміщення в індивідуальних засобах розміщення (до 30 ліжко-місць ) за фіксованими ставками ПДФО та вдосконалення норм спрощеної системи оподаткування [173].

Наприклад, для фізичних осіб, не зареєстрованих як СПД, що надають даний вид послуг, пропонується встановити фіксовану ставку ПДФО шляхом придбання Свідоцтва з надання послуг з тимчасового розміщення (проживання).

Пропоновані ставки податку з придбання свідоцтва:

- 200 грн. – при загальній площі засобу розміщення до 50 м<sup>2</sup>;
- 300 грн. – при загальній площі засобу розміщення від 50 до 100 м<sup>2</sup>;
- 500 грн. – при загальній площі засобу розміщення від 100 до 300 м<sup>2</sup>;
- 750 грн. – при загальній площі засобу розміщення від 300 до 500 м<sup>2</sup>;
- 1000 грн. – при загальній площі засобу розміщення від 500 м<sup>2</sup>.

Отже, з метою легалізації діяльності засобів розміщення малої місткості та збільшення доходів державного бюджету України ми пропонуємо запровадити на національному рівні такий механізм оподаткування доходів фізичних осіб, що займаються наданням послуг з тимчасового розміщення у власному чи орендованому житлі, який встановлено для суб'єктів малого підприємництва, тобто спрощену систему оподаткування за єдиним податком чи систему оподаткування на підставі отримання фіксованого патенту.

Варто зазначити, що недосконалість нормативно-правової бази України виявляється й у том, що багато готелів малої місткості, які бажають пройти процедуру добровільної сертифікації послуг розміщення з метою отримання певної категорії, не можуть цього зробити, оскільки не відповідають нормам і правилам, установленим у національних стандартах виключно для середніх і великих засобів розміщення. У результаті через незбалансовану політику в законодавчій сфері Україна втрачає велику частку надходжень до бюджету, а малі готелі, у свою чергу, страждають від неможливості нормально функціонувати [57, с. 382-387]. На нашу думку, існує необхідність внести зміни в усі національні стандарти України по засобах розміщення для чіткого визначення параметрів віднесення засобів розміщення до типів «малий

готель» та «міні-готель» з метою впорядкування комплексу вимог до обслуговування в них туристів.

Основна проблема полягає у проходженні процедури сертифікації засобами розміщення малої місткості. Наприклад, у ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» і ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» містяться вимоги щодо наявності окремого входу в готель, який займає частину будівлі. У випадку з малими готелями це положення не завжди може бути реалізовано на практиці, оскільки тенденцією останніх років є створення малих готелів на підставі викупу декількох квартир з їх наступним облаштуванням. Крім того, у національних стандартах є окремі посилання на архітектурно-будівельні норми, правила пожежної безпеки і документи санітарно-епідеміологічного контролю, у зв'язку з чим:

- згідно з будівельними нормами не завжди є можливість витримати параметри, необхідні для готельних підприємств, наприклад, квадратуру номерів, санвузлів, коридорів, рецепції і приміщень загального призначення;
- правила пожежного контролю суворо наказують мати в наявності два входи, які необхідні у разі виконання плану евакуації при пожежі або інших стихійних лихах, що також не представляється можливим, якщо малий готель буде розміщений у викупленій частині житлової будівлі;
- чинні норми санітарно-епідеміологічного контролю давно не оновлювалися і дотепер розраховані на користування застарілими мийними засобами при прибиранні приміщень, що також може стати перешкодою для оформлення документації з сертифікації послуг малого готелю [57, с. 385].

Тому однією з причин відсутності офіційної реєстрації малих готелів є недосконала система сертифікації їх послуг, у результаті чого власники або орендарі таких засобів розміщення віддають перевагу сплаті штрафів, ніж проходженню зазначеної процедури.

Варто відмітити, що на даний час в Україні запроваджено створення альтернативного стандарту саме для малих готелів, на підставі якого

здійснюватиметься процедура сертифікації. Асоціацією малих готелів і апартаментів України розроблено незалежну систему категоризації «Золотий ключ» для засобів розміщення з номерним фондом до 100 номерів або 200 місць, членство в якій є добровільним [86]. На підставі приєднання до цієї системи, яка містить єдиний порядок оцінки будівель, номерного фонду та комплексу надаваних послуг, малі готелі і апартаменти отримують суттєву підтримку в плані маркетингових заходів для представлення власних можливостей на вітчизняному та міжнародному туристичних ринках.

Ще однією проблемою в Україні є невизначеність справжньої місткості бази розміщення туристів. Тому пропонуємо впровадити дієву систему статистичних спостережень за ринком готельних послуг. Збір відомостей за формою 1-КЗР не містить інформацію про діяльність усіх засобів розміщення, що не дозволяє проводити наукові дослідження та здійснювати аналітику ринку готельних послуг з метою виявлення тенденцій його розвитку (див. додаток Б). Отже, виникають труднощі, пов'язані з оцінкою внеску засобів розміщення в економіку держави та розробкою цілісної програми розвитку туристичної галузі на перспективу. Тому пропонуємо внести зміни до окремих форм статистичної звітності, упорядкувавши їх термінологічний апарат відповідно до національних стандартів по засобах розміщення (табл. 1.11).

Тільки при впровадженні форм статистичної звітності, термінологічний апарат яких буде відповідати нормам національних стандартів по засобах розміщення, можна розраховувати на збір справжніх даних про ринок готельних послуг та робити певні висновки про його розвиток.

В останньому стовбці табл. 1.11 представлено найменування тих засобів розміщення, які є в національних стандартах України, однак про які не звітують перед органами статистики. До них належать низка закладів із категорії «готель» – «конгрес-готель», «клуб-готель», «апарт-готель», «готель-люкс», «готель-резиденція», «готель-палац», «курортний готель»,



«агроготель», «акватель». Нами запропоновано включення показників цих засобів розміщення до статистичної звітності за формою «1-готель».

Таблиця 1.11

Перелік засобів розміщення залежно від форми статистичної звітності

№ з/п	Найменування	Пропонована форма статистичної звітності	Чинна форма статистичної звітності «1-КЗР»	Попередні форми статистичної звітності «1-курорт», «1-готель»
<b>Готелі</b>				
1	Конгрес-готель	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
2	Клуб-готель	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
3	Апартамент-готель; апарт-готель	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
4	Готель-люкс (бутік-готель)	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
5	Готель-резиденція	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
6	Палац-готель	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
7	Курортний готель	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
8	Мотель	Форма №1-готель	Форма №1-КЗР	Форма №1-готель
9	Агроготель	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
10	Акватель	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
11	Готельно-офісний центр	Форма №1-готель	Форма №1-КЗР	Форма №1-готель
12	Малий готель	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
-	<b>Аналогічні засоби розміщення</b>			
13	Пансіонат	Форма №1-готель	Форма №1-КЗР	Форма №1-курорт
14	Будинок відпочинку	Форма №1-готель	Форма №1-КЗР	Форма №1-курорт
15	Гостьовий будинок	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
16	Туристичний комплекс	Форма №1-готель	Відсутня	Відсутня
-	<b>Спеціалізовані засоби розміщення</b>			
17	Санаторій	Форма №1-інші ЗР	Форма №1-КЗР	Форма №1-курорт
18	Профілакторій	Форма №1-інші ЗР	Форма №1-КЗР	Форма №1-курорт
19	Дитячий табір	Форма №1-інші ЗР	Форма №1-КЗР	Форма №1-курорт
20	База відпочинку	Форма №1-інші ЗР	Форма №1-КЗР	Форма №1-курорт
21	Туристична база	Форма №1-інші ЗР	Форма №1-КЗР	Форма №1-готель
22	Табір праці та відпочинку	Форма №1-інші ЗР	Відсутня	Відсутня
23	Круїзне судно	Форма №1-інші ЗР	Відсутня	Відсутня
24	Туристичний потяг	Форма №1-інші ЗР	Відсутня	Відсутня
25	Ботель	Форма №1-інші ЗР	Відсутня	Відсутня
26	Флотель	Форма №1-інші ЗР	Відсутня	Відсутня
27	Гірський притулок	Форма №1-інші ЗР	Форма №1-КЗР	Форма №1-готель
-	<b>Інші колективні засоби розміщення</b>			
28	Хостел	Форма №1-інші ЗР	Відсутня	Форма №1-готель
29	Гуртожиток	Форма №1-інші ЗР	Форма №1-КЗР	Форма №1-готель
30	Кемпінг	Форма №1-інші ЗР	Форма №1-КЗР	Форма №1-готель
	Індивідуальні засоби розміщення	Форма №1-інші ЗР	Відсутня	Відсутня
	- у т.ч. міні-готель	Форма №1-інші ЗР	Відсутня	Відсутня

*Джерело: розроблено за [82].*

Наразі не визначено, за якою формою звітують «гостьовий будинок», «туристичний комплекс», «круїзне судно», «туристичний потяг», «ботель»,

«флотель», «табір праці та відпочинку». На нашу думку, необхідно віднести перші два засоби розміщення до звіту за формою «1-готель», останні – за формою «1-інші ЗР» (інші засоби розміщення), яку необхідно створити на заміну форми № 1-курорт, яка має обмежену сферу дії.

Крім того, є засоби розміщення, що за чинним законодавством звітують за формами, до яких фактично не належать, – це «туристична база», «гірський притулок», «хостел», «гуртожиток» та «кемпінг». Ми пропонуємо їх також включити до форми «1-інші ЗР».

Щодо малих готелів, то пропонуємо включати показники їхньої діяльності до форми «1-готель», а міні-готелі – до форми «1-інші ЗР». Існує проблема з визначенням ємності готельної бази, оскільки значна кількість малих готелів не звітує перед органами статистики, тому таку ситуацію потрібно виправити. Отже, пропонуємо використання двох форм статистичної звітності, де за «1-готель» мають звітувати готелі та аналогічні заклади, а за «1-інші ЗР» – усі ті, що залишилися, тобто спеціалізовані, інші колективні та індивідуальні засоби розміщення.

Для отримання цілісної статистичної інформації також потрібно підсилити контроль за діяльністю засобів розміщення, у тому числі й малих, з боку центрального та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму на підставі застосування законодавчих норм.

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛИХ ГОТЕЛІВ**

---

---

**2.1. ДИНАМІКА ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
МАЛИХ ГОТЕЛІВ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ**

За інформацією Державної служби статистики, в Україні налічується 1298 закладів готельного господарства і їхня кількість за період з 2005 по 2013 рр. практично не збільшилася. Загальна місткість засобів розміщення туристів 121,0 тис. місць, які щорічно обслуговують близько 4,1 млн осіб, третина з яких – іноземці. Середньорічна завантаженість готельного фонду становить 26 % [229], що значно нижче від середніх показників Європи, де рівень завантаження готельних підприємств становить приблизно 60 %, а в інших регіонах світу він є ще вищим: у Північній Америці – 65 %, Азії й Австралії – 70 % [32, с. 4]. Про недостатній розвиток ринку готельних послуг свідчить і той факт, що у Європі ємність готелів, тобто кількість готельних місць у розрахунку на 1 тис. місцевих жителів, співвідноситься з українським показником як 5 до 1. Заради справедливості варто сказати, що погіршують показники України порівняно з показниками інших країн недоліки статистичної звітності, у формах якої враховуються не всі засоби розміщення туристів, а лише власне готелі, мотелі, кемпінги, туристичні бази, гірські притулки та гуртожитки для приїжджих, на що було більш детально вказано у першому розділі даної монографії [81].

Одеська область посідає 5 місце за кількістю готельних підприємств в Україні, поступаючись АР Крим, Львівській області, м. Києву та Дніпропетровській області (табл. 2.1 [229]). Станом на 1 січня 2014 р. на Одещині функціонувало 77 готелів та аналогічних закладів, що дещо менше за дані 2005 р. та становить близько 6 % готельної бази України [49].

Таблиця 2.1

Рейтинг Одеської області за кількістю підприємств готельного господарства серед інших територіально-адміністративних підрозділів України

Регіони	2005		2007		2008		2012		2013	
	Кіль- кість	Місце	Кіль- кість	Місце	Кіль- кість	Місце	Кіль- кість	Місце	Кіль- кість	Місце
Україна – усього (27 підрозділів)	1232		1420		1595		1293		1298	
АР Крим	78	5	83	5	93	7	166	1	154	1
Львівська обл.	100	3	128	1	148	1	138	2	136	2
м. Київ	109	1	123	2	125	2	124	3	120	3
Дніпропетр-ка обл.	106	2	107	3	103	4	77	5	81	4
Одеська обл. у т.ч. у % до підсумку	79	4	80	6	81	8	79	4	77	5
	6,4		5,6		5,1		6,1		5,9	
- готелі	49	62,1	46	57,4	48	59,2	50	63,2	57	74,0
- мотелі	–	0,0	–	0,0	–	0,0	–	0,0	–	0,0
- кемпінги	2	2,5	3	3,8	3	3,7	–	0,0	–	0,0
- туристичні бази	3	3,8	3	3,8	2	2,5	7	8,9	5	6,5
- гуртожитки для приїжджих	25	31,6	28	35,0	28	34,6	22	27,9	15	19,5

*Джерело: розраховано за [229]*

Шляхом зіставлення статистичних даних про основні показники діяльності підприємств готельного господарства Одеського регіону з узагальненими даними по всій країні визначено питому вагу участі готельних підприємств Одещини в загальному обсязі обслуговування туристів та обчислено їх рейтинг у масштабах України (табл. 2.2).

Аналіз даних табл. 2.2 дозволяє констатувати низку суперечностей у розвитку діяльності підприємств готельного господарства Одеського регіону:

1. Одеській області належить стабільно високий рейтинг практично за всіма показниками розвитку готельного господарства (за винятком кількості обслугованих приїжджих та доходів від надання додаткових послуг).

Таблиця 2.2

Місце Одеського регіону серед інших адміністративно-територіальних  
одиниць України за основними показниками діяльності підприємств  
готельного господарства

Показники		Роки			
		2010	2011	2012	2013
Кількість підприємств готельного господарства, од.	Місце	8	4	4	5
	Частка, %	4,7	6,2	6,1	6,9
Одноразова місткість ПГГ, од.	Місце	7	4	4	4
	Частка, %	4,5	8,5	6,2	6,4
Загальна кількість обслугованих приїжджих, осіб	Місце	4	4	5	6
	Частка, %	5,1	5,1	4,6	4,7
Кількість обслугованих іноземців, осіб	Місце	4	4	4	4
	Частка, %	5,7	6,0	4,8	5,0
Тривалість перебування приїжджих, людино-днів	Місце	5	6	5	5
	Частка, %	3,5	4,7	4,6	4,6
Кількість структурних підрозділів сфери сервісу, од.	Місце	н/д	3	4	3
	Частка, %	н/д	7,0	5,9	6,8
Доходи від наданих послуг, тис. грн.	Місце	4	4	5	5
	Частка, %	5,7	5,7	4,5	4,6
Доходи від надання додаткових послуг, тис. грн.	Місце	5	5	6	6
	Частка, %	3,2	4,9	2,5	2,9
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	Місце	6	4	4	4
	Частка, %	5,0	6,0	5,4	6,1

Джерело: розраховано за [229; 90; 43]

2. Разом із тим, варто звернути увагу на невелику частку, яку займає Одеський регіон за багатьма показниками, представленими у табл. 2.2. Зокрема, якщо середньостатистичне значення окремого регіону в цілому по Україні дорівнює 3,7 % (100 % : 27 регіонів), то показники Одеської області мало відрізняються від зазначеної цифри.

3. Крім того, питома вага і рейтинг Одеської області за 2011-2013 рр. знижуються за всіма показниками. Варто зазначити, що у 2010 р. підприємства готельного господарства звітували ще за формою № 1-готель «Звіт про роботу готелю», збір інформації за якою скасовано з 2011 р. Даною обставиною пояснюється відсутність деяких даних про роботу підприємств готельного господарства у 2010 р.

Згідно з даними табл. 2.3, у 2013 р. Одеська область:

– тільки один раз увійшла до трійки лідерів ринку готельних послуг України;

– перебувала на четвертому місці за показниками «Одноразова місткість ПГГ» (частка Одещини – 6,4 %), «Кількість обслугованих іноземців» (5,0 %), «Середньооблікова кількість штатних працівників» (6,1 %);

– посідає п'яті місця: за кількістю підприємств готельного господарства (5,9 %), за тривалістю перебування приїжджих (4,6 %), за доходами від наданих їм послуг (4,6 %);

– знаходилася на шостому місці за загальною кількістю обслугованих приїжджих (4,7 %) та за доходами підприємств готельного господарства від надання додаткових послуг клієнтам (2,9 %).

Отже, більшість основних показників діяльності підприємств готельного господарства Одеської області наближена до їхніх середньостатистичних значень.

Разом із тим, порівнюючи показники діяльності підприємств готельного господарства Одещини з аналогічними результатами по інших адміністративно-територіальних підрозділах України, зазначимо високу питому вагу м. Києва (що лідирує за сьома показниками з дев'яти), частка якого коливається від 9,2 % до 51,5 % за окремими показниками, і АР Крим (що лідирує за кількістю підприємств готельного господарства, а також за розвиненістю підрозділів сервісного обслуговування і посідає друге місце за шістьма показниками), частка якого становить від 9,3 % до 28,2 %. Третє місце серед провідних регіонів ринку готельних послуг України в цілому належить Львівщині, питома вага якої становить від 7,6 % до 12,2 % за різними показниками діяльності підприємств готельного господарства.

Детальний аналіз частки перших шести регіонів України, що лідирують за основними показниками розвитку готельного бізнесу, представлений у табл. 2.3, дозволяє констатувати, що Одеська область значно відстає від основних лідерів – м. Києва, Автономної Республіки Крим та Львівщини,

Таблиця 2.3

Питома вага показників готельної діяльності основних конкурентів Одеського регіону за 2013 р.

Показники		Рейтинг окремих адміністративно-територіальних одиниць України					
		1	2	3	4	5	6
Кількість підприємств готельного господарства, од.	Регіон	АР Крим	Львівський	м. Київ	Дніпропетр.	<b>Одеський</b>	Донецький
	Частка, %	11,9	10,5	9,2	6,2	5,9	5,5
Одноразова місткість ПГГ, од.	Регіон	м. Київ	АР Крим	Львівський	<b>Одеський</b>	Дніпропетр.	Донецький
	Частка, %	16,5	14,7	11,6	<b>6,4</b>	5,7	5,4
Загальна кількість обслуговуваних приїжджих, осіб	Регіон	м. Київ	Львівський	АР Крим	Дніпропетр.	Донецький	<b>Одеський</b>
	Частка, %	26,3	9,9	9,3	7,8	4,7	<b>4,7</b>
Кількість обслуговуваних іноземців, осіб	Регіон	м. Київ	АР Крим	Львівський	<b>Одеський</b>	Харківський	Донецький
	Частка, %	51,5	10,9	9,0	<b>5,0</b>	4,4	3,9
Тривалість перебування приїжджих, людино-днів	Регіон	м. Київ	АР Крим	Львівський	Дніпропетр.	<b>Одеський</b>	Донецький
	Частка, %	23,2	18,4	11,1	5,9	<b>4,6</b>	4,1
Кількість структурних підрозділів сфери сервісу, од.	Регіон	АР Крим	Львівський	<b>Одеський</b>	м. Київ	Донецький	Закарпатський
	Частка, %	28,2	7,6	<b>6,8</b>	5,5	5,4	4,7
Доходи від наданих послуг, тис. грн.	Регіон	м. Київ	АР Крим	Львівський	Донецький	<b>Одеський</b>	Донецький
	Частка, %	23,2	18,4	11,1	5,9	<b>4,6</b>	4,1
Доходи від надання додаткових послуг, тис. грн.	Регіон	м. Київ	АР Крим	Львівський	Донецький	Київська	<b>Одеський</b>
	Частка, %	40,2	19,8	8,9	8,6	3,4	<b>2,9</b>
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	Регіон	м. Київ	АР Крим	Львівський	<b>Одеський</b>	Донецький	Дніпропетр.
	Частка, %	22,2	17,5	12,2	<b>6,1</b>	6,0	4,8

Джерело: розраховано за [229]

однак має схожі показники діяльності підприємств готельного господарства з Донецькою та Дніпропетровською областями, яких можна вважати її найближчими конкурентами.

Проте в ході аналізу ринку готельних послуг Одеської області було виявлено, що на території м. Одеси перебувають готелі, які не надають про себе жодної інформації в Головне управління статистики Одеської області (див. табл. 2.4). Наявні засоби розміщення, які позиціонують себе як готелі, готельні-комплекси, комплекси відпочинку, центри відпочинку, але не відповідають нормам національних стандартів. Повну структуру засобів розміщення туристів м. Одеса наведено в додатку В. Варто зазначити, що існує тенденція використання таких типів засобів розміщення, які не знайшли відображення у ДСТУ 4527:2006. Було виявлено використання таких термінів, як: «міні-готель», «готельний комплекс», «комплекс відпочинку», «центр відпочинку», «бізнес-готель», «гостьовий двір», «готельно-ресторанний комплекс», «готельно-розважальний комплекс», «спа-готель», «центр оздоровлення та відпочинку». Більш того, деякі із зазначених засобів розміщення призначають собі зірки та використовують ці знаки відмінності задля виділення себе на ринку готельних послуг Одеської області (див. додаток В).

Інформація щодо структури засобів розміщення туристів м. Одеси, що не знайшла відображення в офіційній статистиці Головного управління статистики Одеської області, була зібрана шляхом дослідження автора на підставі дозволу, виданого Департаментом рекреаційного комплексу і туризму Одеської міської ради, для одержання відомостей про готелі, які здійснюють діяльність у м. Одесі. Було зроблено висновок про невідповідність офіційних даних та існування проблем обліку підприємств готельного типу. Дані обставини викликані багатьма причинами, серед яких, на нашу думку, вирішальне значення мають неефективна податкова політика України, труднощі проходження сертифікації (у т.ч. категоризації) засобами розміщення та відсутність чіткої системи збору статистичної інформації.



Таблиця 2.4

Структура засобів розміщення туристів м. Одеси, що не знайшли відображення в офіційній статистиці Головного управління статистики Одеської області

Типи засобів розміщення	Назва підприємства	Кількість	Частка, %
Готелі	«Аеропорт Одеса», «Айвазовський», «Альянс», «Анабель», «Антарктика», «Атріум», «Блаз», «Брістоль», «Вілла Венеція», «Вілла Олена», «Вілла Неапіль», «Вілла Панама», «Гостовий двір», «Готель, ЧП», «Де Рішельє», «Дерibas», «Джоконда», «Зірка», «Капрі», «Катерининські апартаменти», «Клеопатра», «Комфортготель», «Корона», «Креветка», «Криштальний дім», «Ла Перла Рояль», «Львівський», «Морехідний», «Немо», «Одеський дворик», «Оріон», «Особняк», «Принцес», «Центральний автовокзал», «Цирк», «Чорне море філія Відрада», «Юність»	39	32,0
Міні-готелі	«5 Start», «Mini-hotel», «Аванті», «Валенсія», «Версаль», «Вікторія», «Гетьман», «Ердан», «Зайздлий двір», «Золотий берег», «Клумба», «Опера», «Ореанда», «Ре-ка», «Родіонов», «Санрайз», «Сфера», «Фієста», «Чкаловський»	19	15,6
Санаторій	«Аркадія», «Біла акація», «ім. Горького», «Зелена гірка», «Зелений мис», «Кюяльник», «Лермонтовський», «Магнолія», «Молдова», «Одеса», «Одеський», «Росія», «Салют», «Сонячний», «Україна», «Фонтан», «Хаджибей», «Чкалова», «Чувиріна»	19	15,6
Готельні комплекси	«Фраполлі», «Лермонтовський», «Марріон», «Промінада», «Аврора», «Золоте Руно», «Капран», «Наутіус», «Гукан», «Уліс», «Уютний», «Шаланда»	12	9,8
Комплекси відпочинку	«Барселона», «Білий Кролик», «Ковбой», «Маріанна», «Одисей», «Прибій», «Тиха гавань», «Єлки-Палки»	8	6,6
Центри відпочинку	«Бригантина», «Дім Павлових», «Загублений світ», «Золотий шар», «Колумбус», «Океаніс», «Пальма»	7	5,7
Бази відпочинку	«Люстдорф», «ОДАБА», «Парус», «Сонячна»	4	3,3
Хостели	«BlackSea Backpackers' International», «The Babushka Grand», «Єнтонис Хоум», «Лузанівка»	4	3,3
Інші (гостьові будинки, гостьові двори, готельно-ресторанні комплекси, готельно-розважальні комплекси, спа-готелі, пансіонати)	«Борей», «Галан», «Гранд Марін», «Континенталь», «Малібу», «Оазис», «Одеса-Аркадія», «Палладум», «Приморський», «Совіньон»	10	8,1
Усього	-	122	100,0

Джерело: розроблено за результатом емпіричного дослідження

Однією з позитивних тенденцій готельного ринку Одеської області є поява якісно нового типу засобів розміщення малої місткості – приватних «малих готелів» і особняків, що здаються в оренду, обслуговування в яких може носити як сезонний характер, так і бути цілорічним. Ємність цієї частини готельного ринку важко визначити не тільки на рівні Одеського регіону, який традиційно є рецептивним, але й у масштабах усієї України, оскільки більшість так званих готелів не мають офіційного статусу й не можуть правильно позиціонувати себе на готельному ринку. Проте їхня роль очевидна: згідно зі статистичними даними, кількість іноземних і вітчизняних туристів, що відвідують Одеську область, зростає рік у рік, а завантаження офіційно зареєстрованих готельних підприємств зберігається на вкрай низькій позначці: 18-19 %, отже, гості нашого міста успішно розселяються у приватному секторі, але держава від цього не отримує економічної вигоди [32, с. 8].

Варто зазначити, що переважна більшість необлікованих засобів розміщення Одеського регіону належить саме до категорії так званих «малих готелів» та «міні-готелів». Утім, для виявлення тенденцій розвитку готельних підприємств малої місткості на території Одещини у монографії використані офіційні статистичні дані про діяльність колективних засобів розміщення з номерним фондом до 50 одиниць, які оформлені у вигляді юридичних осіб (тобто підприємств). Так, у 2013 р. в Одеській області функціонувало 25 готельних підприємств малої місткості.

Аналіз даних табл. 2.5 показує, що за досліджуваний період в Одеській області не спостерігалось суттєвих змін у загальній кількості готелів. Проте в сегменті малих готелів чітко простежується позитивна динаміка в розвитку їх діяльності. Зокрема, протягом 2005-2013 рр. кількість малих готелів збільшилася у 2,2 рази (на 14 підприємств), а їх загальний номерний фонд зріс у 1,7 рази (на 258 номерів), що значно більше, ніж у загальній готельній бази області.

Що ж стосується середньої ємкості номерного фонду, то тут ситуація зворотна. Якщо у 2005 р. середня місткість готелів Одещини становила 55 номерів, а малих готелів – 31 номер, то у 2013 р. дані показники знаходилися на рівні 53 та 24 номерів. Це означає введення в дію засобів розміщення переважно з невеликим та малим номерним фондом.

Таблиця 2.5

Малі готелі в структурі готельної бази Одеської області за 2005-2013 рр.

	Показники		Значення показників по роках									Абс. відх. од.	Тр. 2013/2005 р., %
			2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013		
1	Кількість готельних підприємств, од.	Усього	49	48	46	48	47	45	54	50	57	8	116,3
		у т.ч. малі готелі	11	12	14	16	19	21	25	24	25	14	227,3
2	Частка малі готелі у загальній кількості, %		22,4	25,0	30,4	33,3	40,4	46,7	46,3	48,0	43,9	21,5 п.п.	
3	Номерний фонд готельних підприємств, ном.	Усього	2675	2719	2733	3165	2934	2878	3110	2720	2993	318	111,9
		у т.ч. малі готелі	342	382	457	498	518	482	586	535	600	258	175,4
4	Частка малі готелі у загальному номерному фонді, %		12,8	14,0	16,7	15,7	17,7	16,7	18,8	19,7	20,0	7,2 п.п.	
5	Середня ємність готельних підприємств, ном.	Усього	55	57	59	66	62	64	58	54	53	- 2	96,4
		у т.ч. малі готелі	31	32	33	31	27	23	23	22	24	- 7	77,4

*Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Одеській області*

Протягом досліджуваного періоду спостерігається зростання частки малих готелів у загальній кількості готелів та аналогічних закладів з 22,4 % у 2005 р. до 43,9 % у 2013 р.

Результати дослідження номерного фонду готельних підприємств малої місткості наведено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Номерний фонд малих готелів у структурі номерного фонду готельної бази  
Одеської області за 2005-2013 рр.

	Показники		Значення показників по роках									Абс. відх. од.	Тр. 2013/ 2005 р., %
			2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013		
1	Кількість номерів типу «люкс», ном.	Усього	245	242	261	250	253	241	260	247	285	40	116,3
		у т.ч. малі готелі	29	38	46	52	51	42	55	56	69	40	237,9
2	Частка номерів «люкс» малих готелів, %	до загальної кількості «люксів»	11,8	15,7	17,6	20,8	20,2	17,4	21,2	22,7	24,2	12,4 п.п.	
		до загальної кількості номерів малих готелів	8,5	9,9	10,1	10,4	9,8	8,7	9,4	10,5	11,6	3,2 п.п.	
3	Кількість номерів типу «напівлюкс», ном.	Усього	393	328	320	466	426	415	454	382	428	35	108,9
		у т.ч. малі готелі	45	50	51	63	66	58	82	78	81	36	180,0
4	Частка номерів «напівлюкс» малих готелів, %	до загальної кількості «напівлюксів»	11,5	15,2	15,9	13,5	15,5	14,0	18,1	20,4	18,9	7,5 п.п.	
		до загальної кількості номерів малих готелів	13,2	13,1	11,2	12,7	12,7	12,0	14,0	14,6	13,7	0,5 п.п.	
5	Кількість одномісних номерів, ном.	Усього	493	549	620	636	611	610	659	576	630	137	127,8
		у т.ч. малі готелі	35	49	66	68	75	58	72	84	93	58	265,7
6	Частка одномісних номерів малих готелів, %	до загальної кількості одномісних	7,1	8,9	10,6	10,7	12,3	9,5	10,9	14,6	14,8	7,7 п.п.	
		до загальної кількості номерів малих готелів	10,2	12,8	14,4	13,7	14,5	12,0	12,3	15,7	15,7	5,4 п.п.	
7	Кількість двомісних номерів, ном.	Усього	1269	1347	1274	1543	1408	1392	1525	1330	1435	166	113,1
		у т.ч. малі готелі	205	232	277	296	296	311	362	295	321	116	156,6
8	Частка двомісних номерів малих готелів, %	до загальної кількості двомісних	16,2	17,2	21,7	19,2	21,0	22,3	23,7	22,2	22,4	6,2 п.п.	
		до загальної кількості номерів малих готелів	59,9	60,7	60,6	59,4	57,1	64,5	61,8	55,1	54,1	- 5,8 п.п.	
9	Кількість тримісних номерів, ном.	Усього	275	253	258	270	236	220	212	185	215	- 60	78,2
		у т.ч. малі готелі	28	13	17	19	30	13	15	22	29	1	103,6
10	Частка тримісних номерів малих готелів, %	до загальної кількості тримісних	10,2	5,1	6,6	7,0	12,7	5,9	7,1	11,9	13,5	3,3 п.п.	
		до загальної кількості номерів малих готелів	8,2	3,4	3,7	3,8	5,8	2,7	2,6	4,1	4,9	- 3,3 п.п.	
11	Загальна кількість номерів		2675	2719	2733	3165	2934	2878	3110	2720	2993	318	111,9
	у т.ч. в малих готелях		342	382	457	498	518	482	586	535	593	251	173,4

Ефективність функціонування готельної бази залежить також від структури номерного фонду засобів розміщення. Відповідно до національного стандарту України ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» у нашій країні існує 15 типів номерів [208], однак у статистичних щорічниках для зручності проведення аналізу всі номери підрозділяють на основні п'ять категорій: люкси, напівлюкси, одномісні, двомісні й багатомісні номери. Дослідження структури номерного фонду засобів розміщення Одеської області наведено в табл. 2.6 [43].

Відповідно до даних табл. 2.6, у 2013 р. найпоширеним типом номеру є двомісний – 54,1 % від загальної кількості номерів серед готельних підприємств малої місткості, а типом номерів, що знайшли найменше розповсюдження – тримісний номер – 4,9 % від загальної кількості номерів серед готельних підприємств малої місткості. Проте варто зазначити, що за 2005 – 2013 рр. у структурі малих готелів більш швидкими темпами зростає кількість номерів типу «одномісні номери» та «люкс» – більше ніж у два рази (265,7 % та 237,9 %), у той час як «напів-люкс» та «двомісні номери» збільшилися на 80,0 % та 56,6 %, тільки кількість номерів категорії «тримісні» майже не змінилася у 2013 р. порівняно з 2005 р.

Варто зазначити, що в Одеській області спостерігається вкрай мала кількість готельних номерів і місць у них. Якщо, за даними табл. 2.7, у 2013 р. одноразова місткість готельного фонду Одеської області склала 5597 місць, то показник кількості готельних місць у розрахунку на 1 тисячу місцевого населення дорівнює 2,3 місця (5597 місць: 2 390 000 х 1 000 осіб = 2,3 місця / 1 тис. осіб), у той час, як за європейськими нормами він повинен відповідати як мінімум 10-ти.

Середнє завантаження готелів Одеської області катастрофічно падає. Якщо ще в 2005 р. воно становило 32,3 %, то у 2013 р. зупинилося на позначці 18,8 %, що занадто мало (середній показник використання місткості в Україні в 2013 р. склав 26 % [229]).

Таблиця 2.7

Рівень завантаження готельних підприємств Одеської області  
за 2005 – 2013 рр.

	Показники		Значення показників по роках							Абс. відх. од.	Тр. 2013/ 2005 р., %
			2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013		
1	Місткість готельних підприємств, од.	Усього, у т.ч.:	5031	5138	5357	5235	5757	4968	5597	566	111,3
		малі готелі	658	843	1014	894	1156	1095	1191	533	181,0
		решта	4373	4295	4343	4341	4601	3873	4406	33	100,8
2	Частка малих готелів у загальній місткості, %		13,1	16,4	18,9	17,1	20,1	22,0	21,3	8,2 п.п.	
3	Загальний час перебування клієнтів, людино-днів	Усього, у т.ч.:	592810	577271	378542	358941	394578	357589	383893	-208917	64,8
		малі готелі	86396	88350	76662	47370	83469	98622	111186	24790	128,7
		решта	506414	488921	301880	311571	311109	258967	272707	-233707	53,9
4	Частка малих готелів у загальному обсязі надаваних людино-днів обслуговування, %		14,6	15,3	20,3	13,2	21,2	27,6	29,0	14,4 п.п.	
5	Рівень завантаження, %	Усього, у т.ч.:	32,3	30,8	19,4	18,8	18,8	19,7	18,8	- 13,5 п.п.	
		малі готелі	36,0	28,7	20,7	14,5	19,8	24,7	25,6	- 10,4 п.п.	
		решта	31,7	31,2	19,0	19,7	18,5	18,3	17,0	- 14,7 п.п.	

*Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Одеській області*

Що стосується малих готелів, то тут теж спостерігається зниження коефіцієнта використання місткості. Так, у 2005 р. він склав 36 %, а в 2013 р. – 25,6 %, однак з 2010 р. простежується позитивна динаміка.

На коефіцієнт використання місткості впливає загальний час перебування приїжджих. Тенденція його динаміки в цілому співпадає з тенденцією динаміки кількості обслугованих приїжджих (див. табл. 2.8). Загальний час перебування приїжджих у готелях та інших місцях для

тимчасового проживання у 2013 р. становив 383,9 тис. людино-днів і зменшився проти 2005 р. на 35,2 %.

Таблиця 2.8

Середній час перебування клієнтів у готельних підприємствах  
Одеської області за 2005 – 2013 рр.

	Показники		Значення показників по роках							Абс. відх. од.	Гр. 2013/ 2005 р., %
			2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013		
1	Загальний час перебування клієнтів, людино-днів	Усього, у т.ч.:	592810	577271	378542	358941	394578	357589	383893	-208917	64,8
		малі готелі	86396	88350	76662	47370	83469	98622	111186	24790	128,7
		решта	506414	488921	301880	311571	311109	258967	272707	-233707	53,9
2	Обслуговано клієнтів, осіб	Усього у т.ч.:	258135	281706	194849	186499	180994	161500	171949	-86186	66,6
		малі готелі	22490	31944	36919	25769	41415	44306	45327	22837	201,5
		решта	235645	249762	157930	160730	139579	117194	126622	-109023	53,7
3	Частка малих готелів в обслуговуванні клієнтів, %		8,7	11,3	18,9	13,8	22,9	27,4	26,4	17,7 п.п.	
4	Середній час перебування клієнтів, днів	Усього у т.ч.:	2,3	2,1	1,9	1,9	2,2	2,2	2,2	-0,1	95,7
		малі готелі	3,8	2,8	2,1	1,8	2,0	2,2	2,5	-1,3	65,8
		решта	2,1	2,0	1,9	1,9	2,2	2,2	2,2	0,1	104,8

*Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Одеській області*

З кожним роком частка готельних підприємств малої місткості у загальному обсязі наданих людино-днів збільшується: у 2005 р. вона складала 14,6 %, а в 2013 р. – 29,0 % (приріст в абсолютному вираженні на 24790 людино-днів).

Цікавим фактом є показник середньої тривалості перебування приїжджих у засобах розміщення, який становить приблизно 2,2 дня (загалом по Україні – 2,3 дня). Цей показник залишався незмінним протягом двох років, а у 2013 р. збігається з середньою тривалістю перебування приїжджих у готельних підприємствах малої місткості, що відображує загальну тенденцію ринку засобів розміщення. Але цей показник є досить низьким і не сприяє підвищенню ефективності функціонування засобів розміщення туристів.

Для залучення нових клієнтів готельному підприємству знадобиться значно більше зусиль і витрат, ніж для продовження перебування особи, яка вже проживає.

Незважаючи на загальну негативну тенденцію по всім готельним підприємствам, протягом 2005-2013 рр. в Одеській області простежувалася позитивна тенденція зростання кількості осіб, які обслуговувалися готельними підприємствами малої місткості, тобто споживачі переважно обирають використання менших за місткістю готельних підприємств.

Наприклад, у 2005 р. тільки 8,7 % від загальної кількості обслуговуваних осіб, що проживали в готельних підприємствах Одеської області, обрали малі готелі, у 2013 р. ця доля збільшилася до 26,4 %, що в абсолютному вираженні склало приріст 22 837 осіб. Приріст був дещо нерівномірним, у 2010 р. ця тенденція зазнала змін у бік зниження кількості обслуговуваних осіб, але впродовж 2011 – 2013 рр. кількість збільшилася, що склало в загальному обсязі приріст на 101,5 % у 2013 р. порівнянні з 2005 р.

Згідно з даними табл. 2.9, середній дохід від основного виду діяльності (від одного людино-дня) засобів розміщення Одеської області збільшився з 127 грн. у 2005 р. до 452 грн. у 2013 р., тобто більш ніж у 3,6 раза. За станом на 2012 р. цей показник для готельних підприємств малої місткості склав 530 грн., що свідчить про більшу ефективність функціонування малих готелів порівняно з великими.



Таблиця 2.9

Середні доходи від основного виду діяльності готельних підприємств  
Одеської області за 2005 – 2013 рр.

	Показники		Значення показників по роках						Абс. відх. од.	Тр. 2013/ 2005 р., %	
			2005	2007	2009	2010	2011	2012			2013
1	Доходи від основного виду діяльності, тис. грн.	Усього у т.ч.:	75112,3	126268,3	150124,0	162944,2	170617,2	161498,1	209872,6	134760,3	279,4
		малі готелі	16054,8	33995,0	47048,7	52265,4	49722,7	52265,7	71752,8	55698	446,9
		решта	59057,5	92273,3	103075,3	110678,8	120894,5	109232,4	138119,8	79062,3	233,9
2	Частка малих готелів у загальному доході, %		21,4	26,9	31,3	32,1	29,1	32,4	34,2	12,8 п.п.	
3	Загальний час перебування клієнтів, людино-діб	Усього, у т.ч.:	592810	577271	378542	358941	394578	357589	383893	-208917	64,8
		малі готелі	86396	88350	76662	47370	83469	98622	111186	24790	128,7
		решта	506414	488921	301880	311571	311109	258967	272707	-233707	53,9
4	Середній дохід від одного людино-дня, грн.	Усього, у т.ч.:	127	219	397	454	432	452	547	420	430,7
		малі готелі	186	385	614	1103	596	530	645	459	346,8
		решта	117	189	341	355	389	422	506	389	432,5

*Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Одеській області*

Згідно з даними, отриманими за інформацією Головного управління статистики Одеської області, доходи від експлуатації готелів і інших місць для тимчасового проживання в 2013 р. склали 209,9 млн грн., при цьому 34,2 % від цієї суми отримано готельними підприємствами малої місткості – 71,8 млн грн.. Частка готельний підприємств малої місткості в загальному доході готельних підприємств Одеської області поступово зростала протягом 2005 – 2013 рр.: у 2005 р. частка складала 21,4 %, а в 2013 р. – 34,2 %.

Розподіл доходів від надання основних та додаткових послуг готельними підприємствами Одеської області за 2005 – 2013 рр. наведено в табл. 2.10. Дані таблиці свідчать, що у 2005 р. дохід, який припадав на додаткові послуги від експлуатації загальної кількості готельних підприємств Одеської області, склав 17 млн грн., а від експлуатації малих готелів – 1,7 млн грн., що у свою чергу складало 9,4 % від загального доходу.

Таблиця 2.10

Доходи від надання основних та додаткових послуг готельними підприємствами Одеської області за 2005 – 2013 рр.

	Показники		Значення показників по роках							Абс. відх. од	Тр. 2013/2005 р., %
			2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013		
1	Доходи від основного виду діяльності, тис. грн.	Усього у т.ч.:	75112,3	126268,3	150124,0	162944,2	170617,2	161498,1	209872,6	134760,3	279,4
		малі готелі	16054,8	33995,0	47048,7	52265,4	49722,7	52265,7	71752,8	55698	446,9
		решта	59057,5	92273,3	103075,3	110678,8	120894,5	109232,4	138119,8	79062,3	233,9
2	Доходи від надання додаткових послуг, тис. грн.	Усього, у т.ч.:	17016,7	20263,6	27827,6	28222,8	51136,4	27272,1	32767,1	15750,4	192,6
		малі готелі	1668,5	5600,7	7086,4	7985,1	9471,8	8639,1	8558,3	6889,8	512,9
		решта	15348,2	14662,9	20741,2	20237,7	41664,6	18633	24208,8	8860,6	157,7
3	Доходи від надання основних та додаткових послуг, тис. грн.	Усього, у т.ч.:	92129,0	146531,9	177951,6	191167,0	221753,6	188770,2	242369,7	150510,7	263,4
		малі готелі	17723,3	39595,7	54135,1	60250,5	59194,5	60904,8	80311,1	62587,8	453,1
		решта	74405,7	106936,2	123816,5	130916,5	162559,1	127865,4	162328,6	87922,9	218,2
4	Частка доходу від додаткових послуг у загальному доході, %	Усього, у т.ч.:	18,5	13,8	15,6	14,8	23,1	14,4	13,5	-5,0 п.п.	
		малі готелі	9,4	14,1	13,1	13,3	16,0	14,2	10,7	1,3 п.п.	
		решта	20,6	13,7	16,8	15,5	25,6	14,6	14,9	-5,7 п.п.	

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Одеській області

Отже, частка додаткових послуг є досить значущою для малих готелів. В абсолютному вираженні доходи від додаткових послуг за період 2005-2013 рр. в малих готелях зросли майже на 7 млн. грн. (у 5,1 рази). Це свідчить про збільшення переліку додаткових послуг, що надаються малими готелями і як результат – про підвищення якості надання послуг. Крім того, стався перерозподіл частки доходів від додаткових послуг у загальній кількості послуг, вона зросла з 9,4 % у 2005 р., до 10,7 % у 2013 р., що дещо менше ніж у великих готелях.

У великих готелях спостерігалось зменшення частки додаткових послуг у досліджуваній період, вона знизилася з 20,6 % до 14,9 %. На нашу думку, це можна пояснити не зменшенням переліку надаваних додаткових послуг в абсолютному вираженні, а збільшенням рівня доходу, отриманого від надання послуг з розміщення та харчування.

Аналіз даних табл. 2.11 свідчить, що основну частку витрат готельних підприємств малої місткості у 2013 р. склали матеріальні витрати. Зокрема, за період 2005-2013 рр. спостерігався значний перерозподіл частки матеріальних витрат у їх загальній структурі (з 35,5 % у 2005 р. до 49,7 % у 2013 р.), що в абсолютному вираженні означає зростання у 5,2 рази (тобто на 22,4 млн. грн.).

Загальний перерозподіл також здійснився за рахунок інших операційних витрат, які хоч і збільшилися за аналізований період у 1,8 рази, але їх частка скоротилася (з 47,6 % у 2005 р. до 23,5 % у 2013 р.).

Частка оплати праці робітникам готельних підприємств малої місткості зросла з 8,5 % до 12,8 % за період 2005 – 2013 рр.

Частка відрахувань на амортизацію зросла з 5,7 % до 9,8 %, але протягом досліджуваного періоду спостерігалось зростання до 23,2 %, і тільки частка відрахувань на соціальні витрати залишилася досить стабільною протягом досліджуваного періоду: коливалася від 2,2 % до 4,5 % [49].

Таблиця 2.11

## Структура витрат готельних підприємств малої місткості Одеської області

	Показники	Значення показників по роках							Абс. відх. од.	Тр. 2013/2005 р., %	
		2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013			
1	Матеріальні витрати	тис. грн.	5337,2	8482,7	14792,5	13997,0	14423,0	28996,2	27766,3	22429,1	520,2
		%	35,5	28,1	28,6	18,7	27,0	50,0	49,7	14,2 п.п.	
2	Оплата праці	тис. грн.	1274,4	2692,1	3972,5	4528,9	7612,2	7687,4	7151	5876,6	561,1
		%	8,5	8,9	7,7	6,1	11,4	13,2	12,8	4,3 п.п.	
3	Відрахування на соціальні заходи	тис. грн.	416,2	980,0	1379,1	1610,2	2772,4	2613,2	2346,5	1930,3	563,8
		%	2,8	3,2	2,7	2,2	4,2	4,5	4,2	1,4 п.п.	
4	Відрахування на амортизацію	тис. грн.	860,7	4283,2	11982,3	11776,7	11848,5	5873,9	5475,0	4614,3	636,1
		%	5,7	14,2	23,2	15,8	17,8	10,1	9,8	4,1 п.п.	
5	Інші операційні витрати	тис. грн.	7165,9	13791,5	19602,5	42838,0	26373,2	12848,1	13128,9	5963	183,2
		%	47,6	45,6	37,9	57,3	39,6	22,1	23,5	-24,1 п.п.	
Витрати – усього		тис. грн.	15054,4	30229,5	51728,9	74750,8	66573,2	58018,8	55867,8	40813,4	371,1
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	x	

*Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Одеській області*

Проведене дослідження дозволяє констатувати, що готельним підприємствам малої місткості Одеської області властиві такі тенденції:

- заняття малими готелями певного місця в структурі готельної бази на рівні 43,9 % та постійне зростання цієї частки;
- зростання кількості малих готелів більш високими темпами порівняно з середніми та великими готелями;
- більш значне збільшення номерного фонду готельних підприємств малої місткості ніж у великих готелів Одеської області;
- зменшення середньої ємкості малих готелів за рахунок введення в дію готелів із малим номерним фондом;

- переважне зростання кількості номерів типів «люкс», «напівлюкс» та «одномісний» у малих готелях та скорочення тримісних номерів;
- в Одеській області спостерігається вкрай мала кількість місць у готельних підприємствах – 2,3 на 1 тис. населення, у той час, як за європейськими нормами цей показник повинен відповідати як мінімум 10-ти;
- спостерігається зниження коефіцієнта використання місткості: у 2013 р. він склав 25,6 % при загальному показнику по Україні у розмірі 26 %;
- збільшення частки малих готелів у загальному обсязі наданих людинодіб, що свідчить про бажання клієнтів зупинитися в малих готелях;
- показник середньої тривалості перебування приїжджих у малих готелях складає 2,5 дня, що є дещо вищим від загального показника по Одеській області та України в цілому і стає резервом для програми розвитку даних засобів розміщення, оскільки для залучення нових клієнтів готельному підприємству знадобиться значно більше зусиль і витрат, ніж для продовження перебування особи, яка вже проживає;
- збільшення частки обслуговуваних осіб, що приходяться на малі готелі;
- збільшення середнього доходу від основного виду діяльності, що виражається в людиноднях, у малих готелях більш високими темпами порівняно з середніми та великими готелями, тобто ефективність функціонування малих готелів є більшою;
- збільшення частки додаткових послуг малих готелів у загальному доході готельних підприємств Одеської області, що свідчить про збільшення переліку додаткових послуг, які надаються малими готелями і як результат – про підвищення якості надання послуг;
- основна частка витрат готельних підприємств малої місткості припадає на матеріальні витрати [62].

## **2.2. ЕКСПЕРТНА ОЦІНКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ГОТЕЛІВ М.ОДЕСИ**

Зазначимо, що поряд зі всесвітньовідомими туристичними дестинаціями м. Одеса посідає дуже скромне місце за офіційними показниками діяльності готелів малої місткості. Проте в результаті недосконалої системи обліку багато засобів розміщення, у тому числі й малих, не знайшли відображення у статистичних даних про готельний фонд України. Наприклад, за інформацією Головного управління статистики Одеської області, у 2012 р. в Одесі загалом налічувалося 50 готелів, однак при проведенні власної емпіричної оцінки ємкості ринку готельних послуг виявилася наявність ще 110 готельних підприємств [43; 206]. Отже, загальна потенційна ємність ринку готельних послуг м. Одеси становить 160 готелів, 95 з яких мають номерний фонд не більше 50 одиниць (63,3 %) (табл. 2.12), що свідчить про велику частку малих готелів. Крім того, варто враховувати, що у цей час в Україні існують засоби розміщення, які мають номерний фонд менше визначених на законодавчому рівні шести номерів, які необхідні для віднесення їх до категорії готелів [56]. У м. Одеса кількість таких закладів складає 22 одиниці, 9 з яких позиціонують себе як «міні-готелі».

Розподіл засобів розміщення малої місткості за категоріями здійснюється нерівномірно. Наприклад, у категорії «5 зірок» частка малих готелів складає 100 % – «Відрада» (26 номерів), «Палас Дель Мар» (35), у той час як у категоріях «2 зірки» та «1 зірка» вони зовсім не представлені, хоча за кордоном існує тенденція розвитку сертифікованих малих готелів категорії 2-3 зірки, які користуються популярністю у споживачів та мають високий рівень завантаженості. Малим готелям категорії «4 зірки» належить 45,5 % загальної кількості закладів такого рівня; до них належать «Аркадія Плаза» (24), «Континенталь» (32), «Лондон» (37), «Моцарт» (40), «Фраполлі» (26).

Таблиця 2.12

## Структура засобів розміщення м. Одеси залежно від категорії у 2012 р.

Категорії готелів	Од. вим.	Кількість готелів		Питома вага малих готелів по категоріях, %	Номерний фонд готелів		Середня місткість номерного фонду, од.	
		усього	з них- малі готелі		усього	з них – у малих готелях	усього	у малих готелях
5*	од.	2	2	100,0	61	61	31	31
	%	1,3	2,1		0,9	4,2		
4*	од.	11	5	45,5	795	159	72	32
	%	7,3	5,3		11,3	11,0		
3*	од.	7	4	57,1	428	127	61	32
	%	4,7	4,2		6,1	8,8		
2*	од.	4	-	0	521	-	130	-
	%	2,7	0		7,4	0		
1*	од.	4	-	0	334	-	84	-
	%	2,7	0		4,8	0		
Без категорії	од.	122	84	68,9	4889	1103	40	13
	%	81,3	88,4		69,5	76,0		
Разом	од.	150	95	63,3	7028	1450	47	15
	%	100,0	100,0		100,0	100,0		

*Підраховано за джерелами: [43; 218; 63]*

Представниками категорії «3 зірки» у сегменті готельних підприємств малої місткості є «Промінада» (30), «Марріон» (32), «Лермонтовський» (33), «Чорне море-Відрада» (32).

Середня місткість номерного фонду, що припадає на одне готельне підприємство м. Одеси, коливається від 31 до 130 номерів по категоріях, у той час як загалом по місту середнім показником є 47 номерів. Це свідчить про вагомому частку малих готелів у загальному обсязі номерного фонду міста.

Велика питома вага також належить готелям, які не отримали категорію, – 81,3 % (або 122 од.) у загальній кількості та 88,4 % (84 од.) – серед малих засобів розміщення. Дана обставина негативно впливає на якість надання послуг та викликає сумнів щодо обґрунтованості цінової стратегії, якщо некатегорований готель має намір встановлювати високі тарифи [50].

Для більш детального дослідження ринку малих готелів та виявлення специфіки його функціонування в Одеській області нами було проведено анкетування співробітників 95 засобів розміщення малої місткості,

результати якого свідчать про розвиток попиту та пропозиції на різні види послуг, а також про зміни пріоритетів клієнтів готельних підприємств.

Із 150 засобів тимчасового розміщення, що є в наявності (за офіційними даними їх 50), було виділено 95, місткість яких становить менше 50 номерів (табл. 2.12). У ході дослідження було опитано 94,7 % малих підприємств, які надають готельні послуги на території м. Одеси.

Усі готельні досліджувані підприємства малої місткості належать до сфери малого підприємництва. З приводу наявності труднощів використання окремих даних по кожному готелю (інформація є конфіденційною згідно з Законом України «Про державну статистику»), вважаємо доцільним застосувати метод експертних оцінок. При використанні даного методу проводилося опитування експертів до складу яких включено людей з різним типом мислення, працівників рецепції та керівників відділів.

З метою застосування методу експертних оцінок розроблено анкету для працівників готельних підприємств. У ході розробки анкети визначено:

- організаційно-правову форму засобу розміщення малої місткості;
- рік побудови засобу розміщення малої місткості;
- наявний номерний фонд засобу розміщення малої місткості;
- типи номерів, що реалізуються;
- оцінку сучасного стану та динаміки розвитку;
- середній рівень рентабельності;
- обсяг додаткових послуг;
- систему оподаткування, що використовується;
- середню заробітну плату персоналу;
- контингент клієнтів, що обслуговується;
- систему бронювання номерів (місць), що використовується;
- канали збуту, що використовують у засобі розміщення малої місткості;
- середній термін перебування клієнтів у готелі;
- коефіцієнт завантаження;



- основні проблеми, що існують у діяльності малих засобів розміщення;
- види допомоги, найбільш очікувані малими засобами розміщення;
- ставлення до ймовірності створення некомерційної асоціації малих готелів у м. Одесі;
- на базі отриманих даних провести аналіз цін засобів розміщення малої місткості.

Анкетування проводилося за допомогою метода індивідуального опитування та через соціальні мережі facebook.com та vk.com.

Для дослідження обрано 91 малий готель Одеської області, розташований у різних зонах, тобто з різними цільовими аудиторіями.

Анкету, на основі якої здійснювалося опитування респондентів щодо організаційно-економічного забезпечення функціонування засобів розміщення малої місткості, наведено в Додатку Г.

Огляд результатів дослідження наведено в табл. 2.13–2.17 та на рис. 2.1 – 2.8.

1. *Організаційно-правова форма.* Багато респондентів переконано, що на ринку готельних послуг наразі підвищується ділова активність, яка супроводжується відкриттям приватних готелів з організаційно-правовою формою у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ), хоча частка їх є досить малою. В основному, як ТОВ зареєстровано категорійні малі готелі та деякі позакатегорійні: «Аркадія-плаза» (ТОВ «Аркадія»), «Континенталь» (ТОВ «Гронте»), «Лондон» (ТОВ «Домінанта»), «Лермонтовський» (ТОВ «Лермонтовський»), «Моцарт» (ТОВ «Моцарт-отель»), «Фраполлі» (ТОВ «Фагот»), «Закарпатська колиба» (ТОВ «Фелікс і К»), «Комбі» (ТОВ «Комбі»), «Міраж» (ТОВ «Каравела»), «Палладіум» (ТОВ «Русский чай»), «Сан-Марін» (ТОВ «Сан-Марін»). Як приватні підприємства (ПП) оформлено такі малі готелі: «Відрада» (ПП «Отрадос»), «Палас-дель-Мар» (ПП «Санрайз Отель»), «Марістела-клуб» (ПП «Інтеграл-Проект»), «Маріон» (ПП «Наше дело»), «Малібу» (ПП «Малібу») «Олімп Клуб» (ПП «Олімп-К») тощо.

Таблиця 2.13

Структура засобів розміщення малої місткості м. Одеси  
залежно від ємності номерного фонду, 2012 р. (див. додаток Д)

Кількість номерів	Од. вим.	2012	Назва підприємства
Від 1 до 5	од.	21	«5 Start», «BlackSea Backpackers' International», «Mini-hotel», «The Babushka Grand», «Атріум», «Білий Кролик», «Версаль», «Вілла Елена», «Гетьман», «Єнтонис Хоум», «Загублений світ», «Золотий берег», «Ковбой», «Комфортотель», «Ла Перла Рояль», «Львівський», «Оазис», «Опера», «Ре-ка», «Сфера», «Фіеста».
	%	22,1	
Від 6 до 9	од.	22	«Анабель», «Бригантіна», «Будинок актору», «Валенсія», «Вікторія», «Вілла Неапіль», «Галіан», «Гостьовий двір», «Джаконда», «Ерідан», «Катеринінські апартаменти», «Катран», «Клумба», «Колумбус», «Креветка», «Міраж», «Морехідний», «Одисей», «Ореанда», «Санрайз», «Чкаловський», «Шаланда».
	%	23,2	
Від 10 до 19	од.	20	«Барселона», «Вілла Венеція», «Готель ЧП», «Де Рішельє», «Дерибас», «Золоте Руно», «Золотий шар», «Катерина», «Комбі», «Корона», «Криштальний дім», «Маріанна», «Марістела-клуб», «Наутітус», «Олімп Клуб», «Пальма», «Приморський», «Уліс», «Уютний», «Їлки-Палки».
	%	21,1	
Від 20 до 29	од.	15	«Автотурист», «Айвазовський», «Альянс», «Аркадія-Плаза», «Відрада», «Вілла Панама», «Закарпатська колиба», «Капрі», «Клеопатра», «Лузанівка», «Немо», «Океаніс», «Особняк», «Палладіум», «Фраполлі».
	%	15,7	
Від 30 до 39	од.	11	«Астро», «Континенталь», «Лермонтовський», «Лондон», «Малібу», «Марріон», «Палас Дель Мар», «Принцес», «Промінада», «Тукан», «Чорне море-Відрада».
	%	11,6	
Від 40 до 50	од.	6	«Вокзал», «Кооператор», «Моцарт», «Одеський дворик», «Прибій», «Сан-Марин».
	%	6,3	
Усього	од.	95	-
	%	100	

Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 116]

2. «Вік» малих готелів. Згідно з відомостями, представленими в табл. 2.14, найбільш масовий сегмент по цьому показнику припадає на готельні підприємства, що функціонують від 1 до 3 років (29 готелів, або 30,5 %). Це вказує на популярність розвитку малих готелів на сучасному етапі. Крім того, вагому частку займають малі готелі, які існують на ринку більше ніж 5 років (28 готелів, або чи 29,5 %), що свідчить про відносно довгостроковий досвід створення малих готелів у м. Одеса.

Розподіл по роках створення малих готелів, які мають категорію (табл. 2.14), вказує на тенденцію з присвоєння зірок більшості готелям (8 готелів з 11), які функціонують на ринку понад 5 років.

Таблиця 2.14

Структура засобів розміщення малої місткості залежно від терміну функціонування на ринку готельних послуг м. Одеси у 2012 р.

Кількість років існування на ринку	Од. вим.	2012	Назва підприємства
До 1 року	од.	17	«Промінада» (3 зірки), «Чорне море-Відрада» (3 зірки), «BlackSea Backpackers' International», «Mini-hotel», «The Babushka Grand», «Автотурист», «Будинок актору», «Валенсія», «Вікторія», «Вілла Елена», «Дерибас», «Джаконда», «Єнтонис Хоум», «Золоте Руно», «Комфортготель», «Корона», «Чкаловский».
	%	17,9	
Від 1 до 3 років	од.	29	«5 Start», «Анабель», «Атріум», «Барселона», «Вілла Венеція», «Вілла Неапіль», «Вілла Панама», «Гостьовий двір», «Де Рішельє», «Ерідан», «Закарпатська колиба», «Капрі», «Катеринінські апартаменти», «Клеопатра», «Клумба», «Комбі», «Кооператор», «Ла Перла Рояль», «Львівський», «Маріанна», «Марістела-клуб», «Міраж», «Морехідний», «Опера», «Ореанда», «Приморський», «Принцес», «Ре-ка», «Санрайз».
	%	30,5	
Від 3 до 5 років	од.	21	«Айвазовський», «Альянс», «Білий Кролик», «Бригантина», «Версаль», «Гетьман», «Золотий шар», «Катерина», «Креветка», «Лондон» (4 зірки), «Наутилус», «Оазис», «Одеський дворик», «Одисей», «Океаніс», «Сан Марін», «Сфера», «Уютний», «Фієста», «Шаланда», «Єлки-Палки».
	%	22,1	
Більше 5 років	од.	28	«Аркадія-Плаза» (4 зірки), «Астро», «Відрада» (5 зірок), «Вокзал», «Галіан», «Готель ЧП», «Загублений світ», «Золотий берег», «Катран», «Ковбой», «Колумбус», «Континенталь» (4 зірки), «Криштальний дім», «Лермонтовський» (3 зірки), «Лузанівка», «Малібу», «Маріон» (3 зірки), «Моцарт» (4 зірки), «Немо», «Олімп Клуб», «Особняк», «Палас Дель Мар» (5 зірок), «Палладіум», «Пальма», «Прибій», «Туکان», «Уліс», «Фраполлі» (4 зірки).
	%	29,5	
Усього	од.	95	-
	%	100	

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 118]*

Дислокація по районах концентрації малих готелів на території м. Одеси залежно від року їх створення представлена в табл. 2.15.

На підставі відомостей табл. 2.15 можна зробити наступні висновки:

– найбільш привабливим районом для функціонування засобів розміщення малої місткості є історичний центр міста, на який припадає третина всіх малих готелів, розташованих у «старому фондi», комплекс послуг яких спрямовано на обслуговування клієнтів, які приїжджають із діловою метою;

– другим за кількістю малих готелів є район «Великий Фонтан», малі засоби розміщення якого позиціонують себе як курортні;

Таблиця 2.15

Дислокація засобів розміщення малої місткості м. Одеси за часом та місцем їх створення у 2012 р.

Кількість років існування на ринку	од. вим.	Великий Фонтан	Жилмасив «Таїрове»	Історичний центр міста	Район міського пляжу Аркадія	Район центральних міських пляжів	Совіньон	Район пляжу Лузанівка	Інше	Σ
До 1 року	од.	2	1	8	2	2	1	0	1	17
	%	11,8	5,9	47,0	11,8	11,8	5,9	0,0	5,9	100,0
Від 1 до 3 років	од.	6	1	13	5	2	2	0	0	29
	%	20,7	3,4	44,9	17,2	6,9	6,9	0,0	0,0	100,0
Від 3 до 5 років	од.	4	1	7	0	3	3	3	0	21
	%	19,0	4,8	33,3	0,0	14,3	14,3	14,3	0,0	100,0
Більше 5 років	од.	5	3	5	4	4	0	6	1	28
	%	17,9	10,7	17,9	14,3	14,3	0,0	21,4	3,6	100,0
Усього		17	6	33	11	11	6	9	2	95

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 119]*

– район міського пляжу «Аркадія», незважаючи на невелику територію, яку він займає, є дуже перспективним місцем для розташування не тільки курортних, але й елітних готелів;

– жилмасив «Таїрове» не дуже користується популярністю серед власників курортних та бізнес-готелів, але може бути цікавим для інших підприємців завдяки наявності ділянок під будівництво фітнес-клубів, ресторанних комплексів, розважальних центрів тощо, для яких надання готельних послуг є додатковим видом діяльності.

3. *Номерний фонд малих готелів.* Дослідження з цього показника наведено в табл. 2.16.

Згідно з даними табл. 2.16 ємність номерного фонду практично половини всіх малих засобів розміщення (46,6 %) становить від 1 до 9 номерів. Кількість малих готелів із місткістю від 10 до 19 номерів склала 18,9 %. Варто звернути увагу, що всі заклади з номерним фондом від 1 до 19 одиниць включно – некатегоривані. Окремі готелі – представники наступних трьох груп засобів розміщення вже мають певні категорії, однак їх питома

вага зменшується прямо пропорційно збільшенню ємності номерного фонду. Частка малих готелів, які мають від 20 до 29 номерів, становить 16,7 %, від 30 до 39 номерів – 12,2 %, від 40 до 50 номерів – 5,6 %. Кількість закладів розміщення, які не були охоплені вибіркоvim дослідженням, дорівнює 5 (некатегоровані готелі – «Вокзал», «Готель ЧП», «Комбі», «Маріанна», «Сфера»).

Таблиця 2.16

Розподіл засобів розміщення малої місткості м. Одеси залежно від ємності номерного фонду у 2012 р.

Готелі	Кількість номерів						Дослід- жено	Не дослід.	Разом
	До 5	6-9	10-19	20-29	30-39	40-50			
5*	-	-	-	1	1	-	2	-	2
4*	-	-	-	2	2	1	5	-	5
3*	-	-	-	-	4	-	4	-	4
2*	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1*	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Без категорії	20	22	17	12	4	4	79	5	84
Загалом	20	22	17	15	11	5	90	5	95
У % до кількості досліджених	22,2 %	24,4 %	18,9 %	16,7 %	12,2 %	5,6 %	100 %	-	-

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 120]*

4. *Типи номерів.* На ринку малих готелів м. Одеси типи номерів розподіляються таким чином: «економ» – 3,9 %, «стандарт» – 53,9 %, «стандарт покращений» – 7,8 %, «напівлюкс» – 16,3 %, «мансардний» – 1,1 %, «люкс» – 15,3 %, «сімейний» – 0,5 %, «президентський» – 1,1 %. Отже, масово представлені номери категорії «стандарт», які пристосовані для двомісного розміщення.

5. *Оцінка сучасного стану та динаміки розвитку ринку малих готелів,* яка представлена на рис. 2.1, дозволяє зробити такі висновки:

– 90 % респондентів відмічають тенденцію до збільшення попиту на готельні послуги, що свідчить про позитивну динаміку розвитку ринку малих готелів у місті;

– стабільним вважають фінансово-економічний стан закладів співробітники 42 малих готелів (46,7 %). Це в основному сегмент готелів, що знаходяться на ринку більше 4 років та зарекомендували себе як надійні;

– більшість з опитаних відзначають тенденцію до розширення бізнесу – 43,3 % (33 готелі не старше 4 років). Це свідчить про позитивний настрій власників підприємств, які недавно ввійшли на ринок і разом з тим пройшли випробування на фінансову кризу 2008-2010 рр.

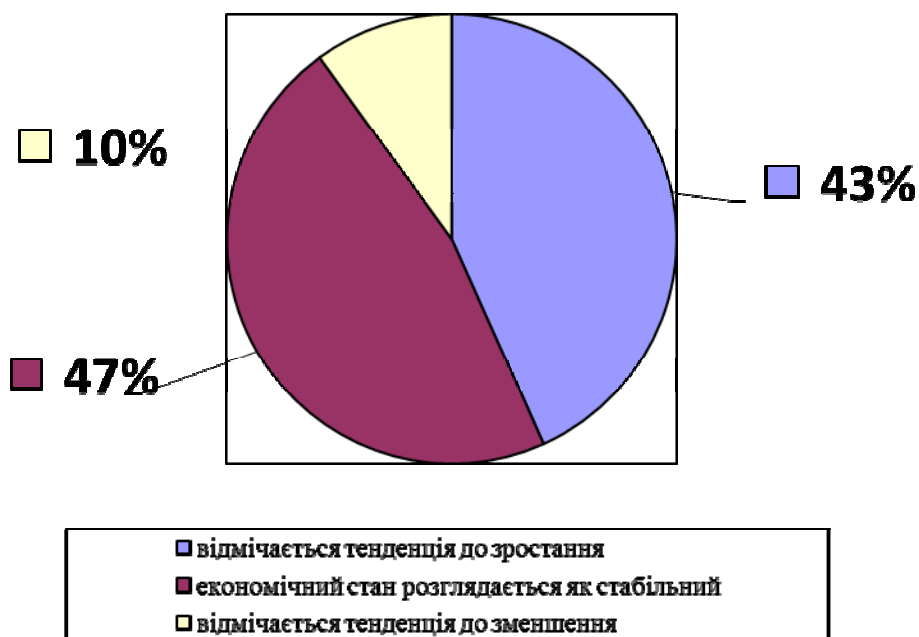


Рис. 2.1. Оцінка сучасного стану та динаміки розвитку ринку послуг малих готелів у 2005-2012 рр.

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 121]*

Як було виявлено в анкетуванні, респонденти очікують на приріст ринку протягом найближчих двох-трьох років (рис. 2.2).

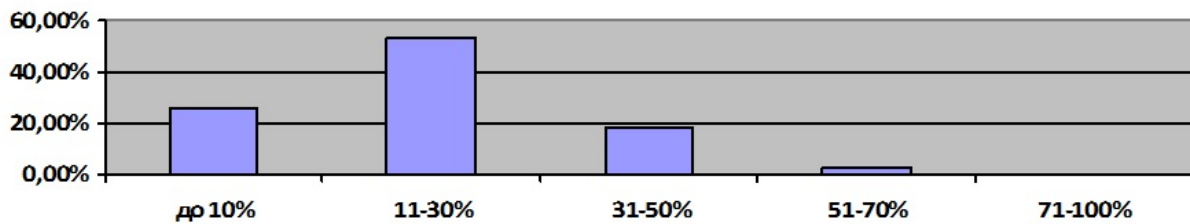


Рис. 2.2. Очікування респондентів щодо зростання ринку послуг малих готелів у найближчі два-три роки

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 121]*

6. *Середній рівень рентабельності.* У більшості малих готелів рентабельність коливається в межах 5-10%. Разом з тим, протягом останнього року спостерігається позитивна динаміка, виражена у підвищенні рівня прибутковості малих засобів розміщення.

7. *Додаткові послуги.* Малі готелі м. Одеси, сертифіковані на категорію відповідно з вимогами ДСТУ 4269:2003, надають певний обсяг додаткових послуг. Пропонування додаткового обслуговування некатегоризованими засобами розміщення малої місткості обмежується в основному виконанням побутових послуг (прання, прасування), а також обслуговуванням у сауні, кав'ярні або барі.

Різноманітність й асортимент додаткових послуг значно відрізняється по готелях різних категорій та має тенденцію до збільшення. Якщо раніше в переліку таких послуг налічувалося не більше 10 найменувань, то сьогодні їх більше 60.

Готелі категорії «5 зірок» повинні надавати всі додаткові послуги самостійно, маючи для цього розгалужену мережу підрозділів: перукарню (салон краси або косметичний кабінет), підприємства харчування (ресторан, кав'ярню, бар), відділення банку (пункт обміну валют), магазини, кіоски, хімчистку, касу з продажу квитків на всі види транспорту тощо. Готелі, які не можуть самостійно виконувати весь комплекс додаткових послуг, укладають договори про їх надання з комунально-побутовими, транспортними, банківськими, торговельними закладами тощо [93, с. 79].

Дослідження засобів розміщення малої місткості м. Одеси на предмет наявності та рівня надання ними додаткових послуг за 100-бальною шкалою проведено за експертною оцінкою в анкетуванні та надано в табл. 2.17.

Таблиця 2.17

Структура засобів розміщення малої місткості м. Одеси за коефіцієнтом додаткових послуг у 2012 р.

Коефіцієнт додаткових послуг	Од. вим.	2012	Назва підприємства
Від 24,13 до 42,89	од.	10	«Автотурист», «Альянс», «Астро», «Ковбой», «Лузанівка», «Малібу», «Оазис», «Прибій», «Сан Марін», «Тукан»
	%	10,9	
Від 42,89 до 61,65	од.	37	<b>«Маріон» (3 зірки)</b> , «5 Start», «BlackSea Backpackers' International», «Mini-hotel», «The Babushka Grand», «Анабель», «Атріум», «Барселона», «Білий Кролик», «Бригантіна», «Галіан», «Гетьман», «Гостьовий двір», «Де Рішельє», «Дерибас», «Ердан», «Єнтонис Хоум», «Золоте Руно», «Золотий берег», «Катерина», «Катеринінські апартаменти», «Катран», «Клеопатра», «Клумба», «Кооператор», «Креветка», «Криштальний дім», «Львівський», «Міраж», «Морехідний», «Приморський», «Принцес», «Ре-ка», «Сфера», «Фієста», «Чкаловський», «Шаланда».
	%	40,7	
Від 61,65 до 80,41	од.	34	<b>«Лермонтовський» (3 зірки)</b> , <b>«Промінада» (3 зірки)</b> , <b>«Чорне море-Вірада» (3 зірки)</b> , «Айвазовський», «Будинок актору», «Валенсія», «Версаль», «Вікторія», «Вілла Елена», «Вілла Панама», «Джаконда», «Загублений світ», «Закарпатська колиба», «Золотий шар», «Капрі», «Колумбус», «Комфортгетель», «Корона», «Ла Перла Рояль», «Наутілус», «Немо», «Одеський дворик», «Одисей», «Океаніс», «Олімп Клуб», «Опера», «Ореанда», «Особняк», «Палладіум», «Пальма», «Санрайз», «Уліс», «Уютний», «Ялинця-Палинця».
	%	37,5	
Від 80,41 до 99,17	од.	10	<b>«Вірада» (5 зірок)</b> , <b>«Палас Дель Мар» (5 зірок)</b> , <b>«Аркадія-Плаза» (4 зірки)</b> , <b>«Континенталь» (4 зірки)</b> , <b>«Лондон» (4 зірки)</b> , <b>«Моцарт» (4 зірки)</b> , <b>«Фраполлі» (4 зірки)</b> , «Вілла Венеція», «Вілла Неапіль», «Марістела-клуб».
	%	10,9	
Усього	од.	91	-
	%	100	

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 122]*

Згідно з даними табл. 2.17 усі засоби розміщення малої місткості за рівнем надання додаткових послуг розподілені таким чином:

– найбільша частка малих готелів (40,7 %) має асортимент та якість надання додаткових послуг, стан яких оцінено як «задовільний» (коефіцієнт 42,89 – 61,65). Серед категоризованих готелів у цю групу потрапив тільки «Маріон» (3\*);



– друге місце посідає група малих готелів (37,5 %), стан надання додаткових послуг яких знаходиться у діапазоні 61,65 – 80,41, що відповідає оцінці «добре». Представниками даної групи є готелі: «Лермонтовський» (3\*), «Промінада» (3\*), «Чорне море-Відрада» (3\*);

– найвищу оцінку «відмінно» (коефіцієнт 80,41 – 99,17) здобули малі готелі категорії 4 – 5 зірок та деякі готелі, що не мають категорії, але відповідають високим запитам споживачів: «Відрада» (5\*), «Палас Дель Мар» (5\*), «Аркадія-Плаза» (4\*), «Континенталь» (4\*), «Лондон» (4\*), «Моцарт» (4\*), «Фраполлі» (4\*), «Вілла Венеція», «Вілла Неаполь», «Марістела-клуб».

На рис. 2.3 наведено діаграму часток окремих додаткових послуг, надаваних малими готелями м. Одеси.

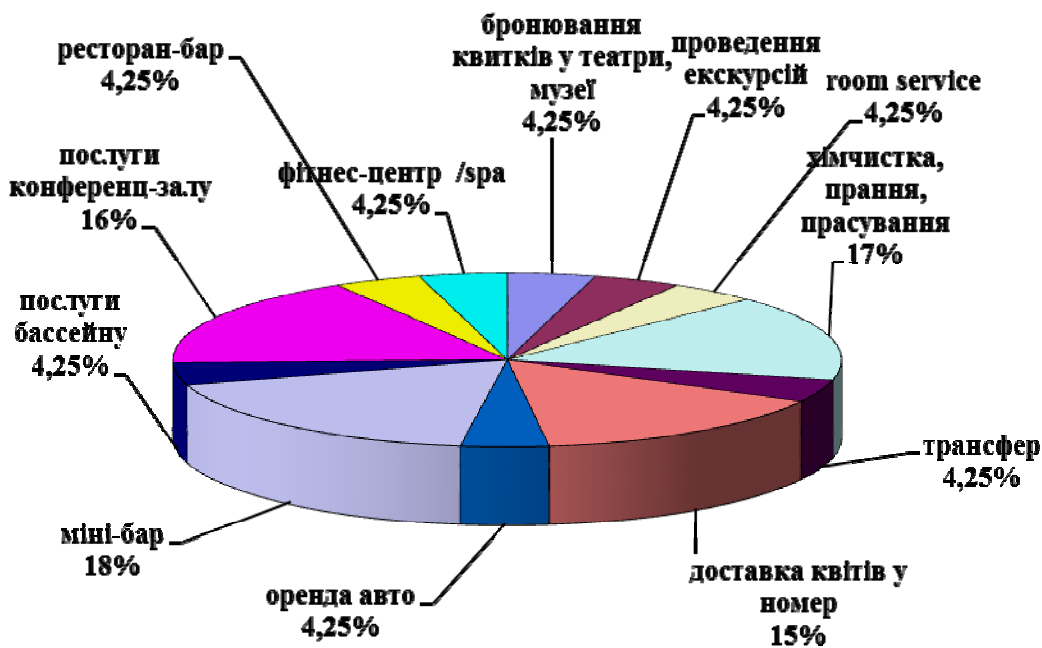


Рис. 2.3. Питома вага окремих додаткових послуг, пропонованих малими готелями м. Одеси

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 124]*

Найбільш затребуваними є послуги міні-бару, замовлення конференц-залу та побутові (хімчистка, прання, прасування).

8. Система оподаткування. Більшість малих готелів Одеси обрали систему оподаткування у вигляді «єдиного податку». Категоровані готелі, які

мають суттєві валові доходи, застосовують, як правило, загальну систему оподаткування.

9. *Заробітна плата персоналу малих готелів* знаходиться на досить низькому рівні. Лише 9 % представників топ-менеджменту отримують заробітну плату понад 3000 грн. Середня заробітна плата менеджерів середньої ланки варіюється від 1200 до 2500 грн.. При цьому спостерігається високий рівень професійної підготовки співробітників готельного бізнесу: 75 % топ-менеджерів і 50 % менеджерів середньої ланки мають вищу освіту.

10. *Контингент відвідувачів.* Проживання у малих готелях Одеси найбільш популярне серед внутрішніх туристів і громадян країн СНД (77 %).

11. *Система бронювання.* Близько 40 % засобів розміщення малої місткості не використовують систему бронювання номерів чи місць у них. Решта готелів запроваджують резервування лише на літній період (рис. 2.4).

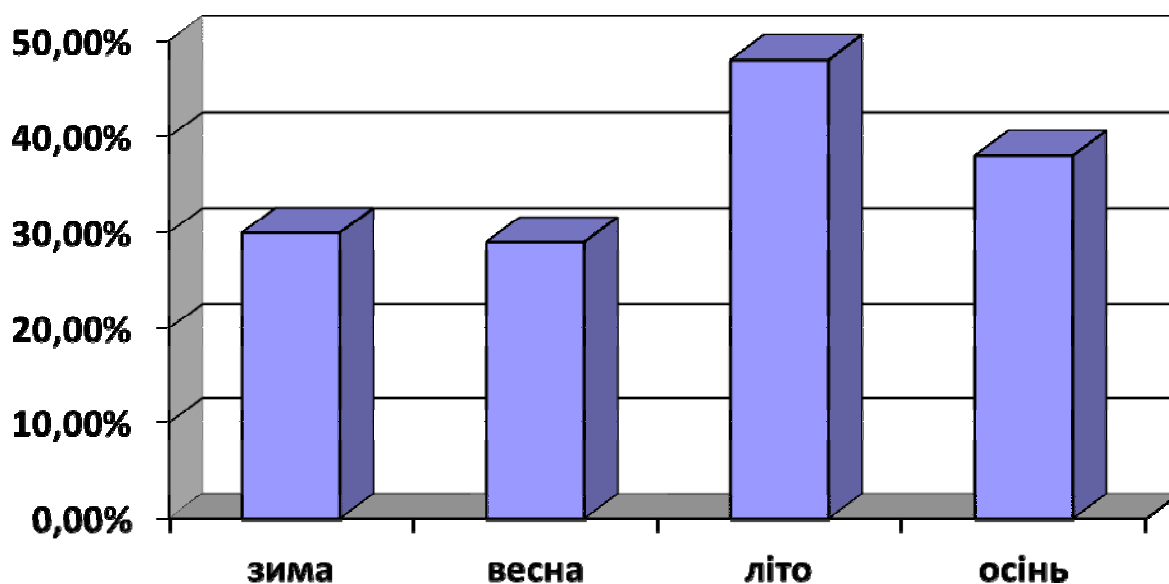


Рис. 2.4. Використання систем бронювання малими готелями

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 125].*

12. *Канали збуту.* Як канали залучення клієнтів малі готелі використовують контакти з туристичними агентствами (28 %), мережу Інтернет (55 %) і ділове партнерство (10 %). Також привабливим є такий

канал збуту, як поширення інформації про готель за допомогою особистого інформування від клієнта до клієнта.

13. *Середній термін перебування у готелі* складає 1-3 дні. Перебування, що перевищує 7 днів, спостерігається в сезон високої активності готелів – восени і в сезон найменшої активності – взимку (рис. 2.5).

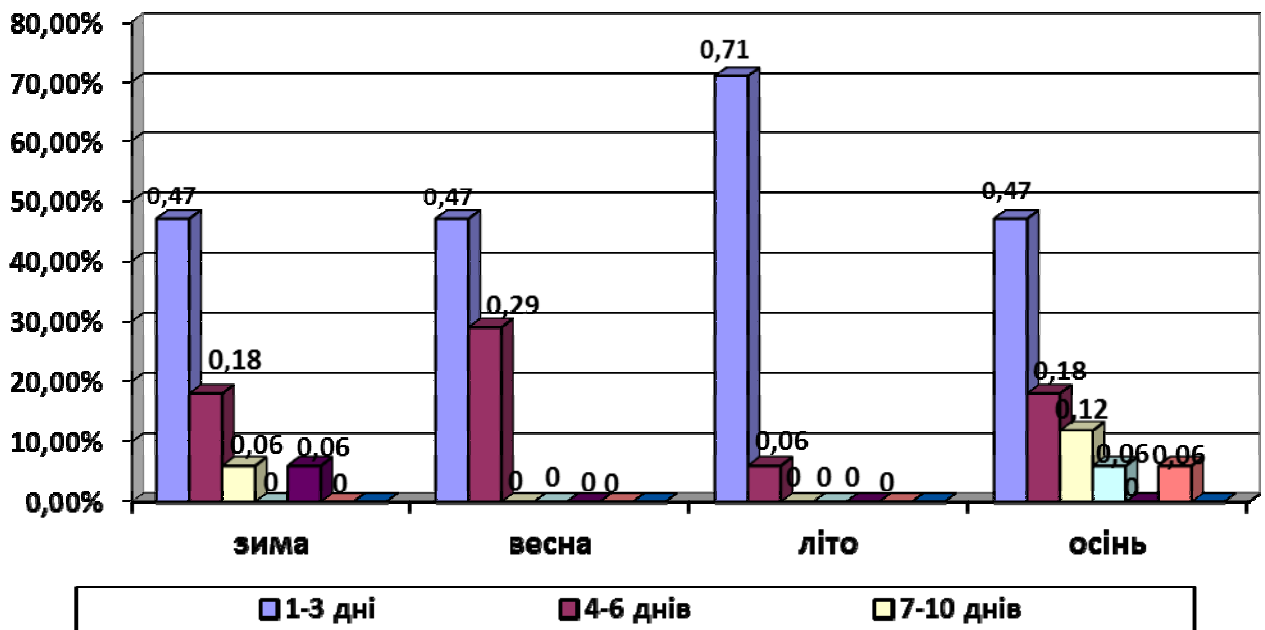


Рис. 2.5. Терміни перебування постояльців у малих готелях

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 125].*

Варто відмітити, що середня тривалість проживання у малих готелях м. Одеси збігається із загальною динамікою по регіону.

14. *Коефіцієнт завантаження.* Найбільший коефіцієнт завантаження готелів спостерігається влітку та восени. При цьому середньорічний відсоток складає близько 40 %.

Згідно з рис. 2.6 видно, що наповнюваність готелів у низький сезон є ключовою проблемою малого готельного бізнесу.

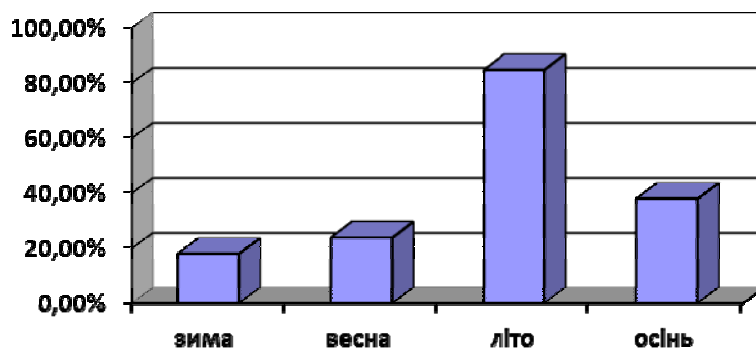


Рис. 2.6. Коефіцієнт завантаження малих готелів м. Одеси

Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 126]

15. Основні проблеми в діяльності малих готелів. Передусім це високі витрати на просування і рекламу власних послуг, високі податки і сезонність попиту (рис. 2.7).

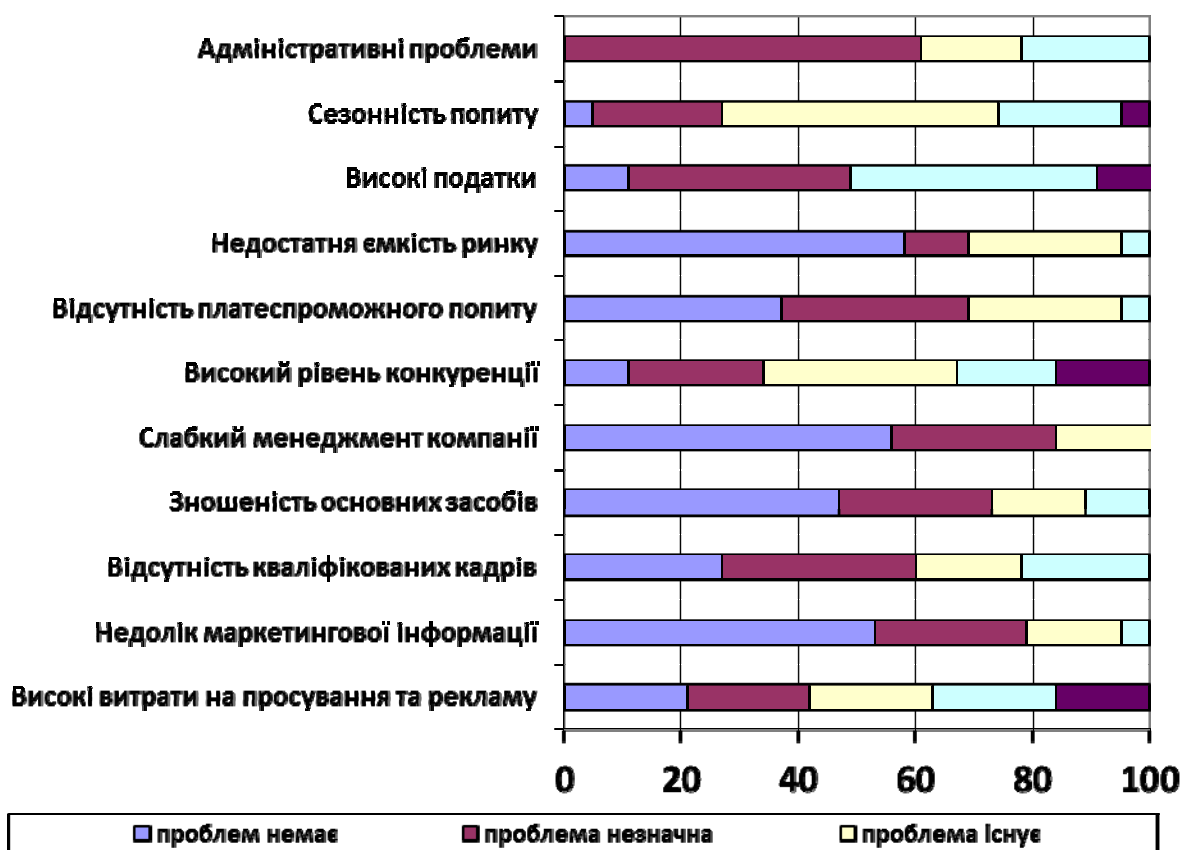


Рис. 2.7. Основні проблеми в діяльності засобів розміщення малої місткості

Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 126]

16. *Види допомоги, найбільш очікувані малими засобами розміщення.* Серед запропонованих в анкеті видів підтримки 38 % респондентів обрали «консультації з юридичних питань» та «проведення тренінгів / навчання персоналу», 31 % – «допомогу в організації збуту», 23 % – «бухгалтерські послуги» і «фінансовий менеджмент». Багато хто з представників ринку малих готелів охоче скористався б допомогою в пошуку потенційних клієнтів і партнерів (рис. 2.8).

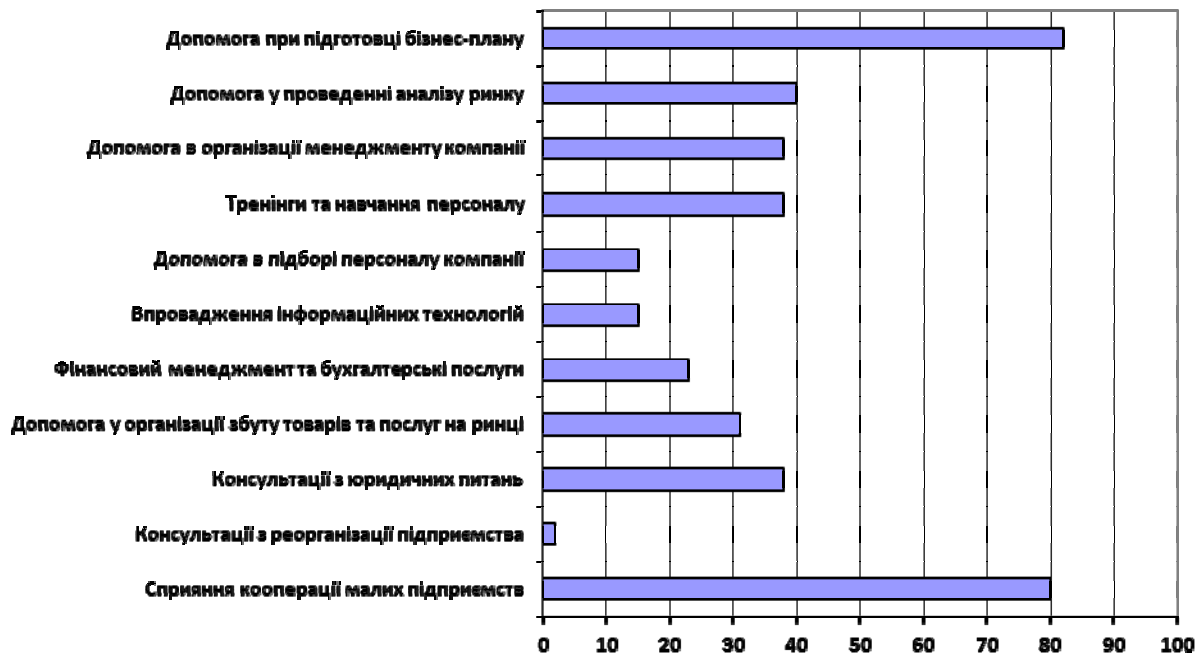


Рис. 2.8. Види допомоги, необхідні представникам ринку малих готелів для підвищення ефективності його розвитку

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [216, с. 127]*

17. *Імовірність створення мережі малих готелів м. Одеса.* Деякі малі готелі, в основному, ті, що мають категорії 4-5 зірок, не зацікавлені у приєднанні до мережі. Більшість респондентів, навпаки, позитивно ставляться до створення «Асоціації малих готелів» для подолання наявних проблем на ринку послуг малих готелів [59].

## **2.3. ДІАГНОСТИКА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ МАЛИХ ГОТЕЛІВ М. ОДЕСИ**

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, розвиток діяльності готелів великих міст світу, необхідно провести дослідження їх цін на підставі економіко-статистичних методів, за результатами якого можливо запропонувати конкретні цінові стратегії для окремих груп готельних підприємств м. Одеси у плані підвищення їх ділової активності на ринку готельних послуг.

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, фінансова стійкість [65].

Крім внутрішніх чинників, 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 р. та на 18 % – у 2009 р. [253].

В Україні в даний період часу теж відбуваються складні процеси, пов'язані з наслідками світової фінансової кризи: перерозподіл часток ринку готельних послуг, зниження попиту на послуги засобів розміщення на фоні змін пріоритетів у формуванні «споживчого кошику».

Зазначимо, що в Україні спостерігається наступна тенденція: зростання цін на готельні послуги в національній валюті при одночасному їх зниженні у доларовому (євровому) еквіваленті. Наприклад, 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, у доларовому еквіваленті рівень цін в готельному господарстві України зменшився на 13 %, а для готелів категорії 4–5 зірок – на 11 % [174].

Унаслідок того, що готельному бізнесу властива яскраво виражена сезонність, основним завданням є забезпечення оптимального рівня цін на даний вид послуг у даний період часу і в даному регіоні.

Дослідження цін проводилося на матеріалах обстеження 91 малого готелю м. Одеси різної категорії, що складає 95,8 % від загальної вибірки (див. додаток Е).

У табл. 2.18 наведено результати авторського дослідження цін окремих малих готелів м. Одеси впродовж 7 років (2007-2013 рр.), на підставі чого були виявлені певні тенденції. Як і в інших крупних містах світу, в Одесі спостерігалось падіння цін в іноземній валюті на проживання майже у всіх категоріях готелів протягом 2008-2010 рр. Це було спричинено фінансовою кризою і, як наслідок, зміною курсу валюти. Найбільш яскраво це можна було спостерігати у розрізі номерів економ-класу (одномісне проживання).

Аналізуючи динаміку цін на готельні послуги, треба відмітити їх постійне зростання в національній валюті. Зокрема, за період з 2007 по 2013 рр. у малих готелях категорії 4 зірки ціни зросли від 31,3 % («Аркадія Плаза») до 117,7 % («Фраполлі»). Це зумовлено підвищенням тарифів на комунальні послуги і зростанням попиту на готельні послуги в Одеській області. За останні роки в результаті інфляції, коливання курсу долара і євро ціни значно підвищилися.

Спостерігається загальна тенденція до підвищення тарифів на дешеве розміщення. Наприклад, у готелі «Континенталь» у 2013 р. порівняно з 2012 р. ціна на одномісні стандартні номери збільшились на 40,4 % і склала 1567 грн.

Проте зниження ціни на стандартні номери у 2012 р. порівняно з 2011 р. мають готелі «Лондон» (-24,7 %), «Палас Дель Мар» (-20,0 %), «Промінада» (-20,0 %), «Олімп Клуб» (-18,7 %), «Фраполлі» (-18,2 %), «Відрада» (-6,4 %), «Моцарт» (-5,9 %), «Чорне море Відрада» (-2,1 %). Спостерігався незначний приріст тільки в готелях «Аркадія-Плаза», «Айвазовський» та «Палладіум».

Таблиця 2.18

Аналіз цін на проживання у низький сезон в окремих малих готелях  
м. Одеса у 2007–2013 рр. та їх прогноз на 2014 р.

№	Назва готелю	Категорія	Кількість номерів	Роки	Ціна 1-м стандарта	Ціна напівлюксу	Ціна люксу	Трп <sub>2008-2013</sub> стандарта, %	Трп <sub>2013</sub> стандарта, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Відрада	5	26	2007	910	1612	2580	93,3	19,7
				2008	980	1807	3796		
				2009	1370	3090	5770		
				2010	1460	2870	5470		
				2011	1570	3090	5770		
				2012	1470	3699	7090		
				2013	1759	4101	7897		
прогноз	2014	1892	4503	8702					
2	Палас Дель Мар	5	35	2007	1010	2288	3500	28,7	8,3
				2008	реконструкція				
				2009					
				2010	1200	-	4500		
				2011	1500	4000	5000		
				2012	1200	4000	4000		
				2013	1300	4000	4000		
прогноз	2014	1300	4000	3750					
3	Аркадія-Плаза	4	24	2007	972	1912	2608	31,1 %	-0,8
				2008	1086	1959	2706		
				2009	1284	3075	3816		
				2010	963	2160	2754		
				2011	1167	2499	4473		
				2012	1284	2940	4300		
				2013	1274	3009	4713		
прогноз	2014	1316	3176	5076					
4	Континенталь	4	32	2007	976	1075	1470	60,5	40,4
				2008	830	924	1176		
				2009	1920	2384	2890		
				2010	1134	2142	2646		
				2011	1770	2090	2576		
				2012	1116	2376	3480		
				2013	1567	2808	3774		
прогноз	2014	1644	3087	4174					
5	Лондон	4	37	2007	967	1269	1719	61,7	30,3
				2008	834	1207	1687		
				2009	1295	1447	2116		
				2010	1375	1530	2320		
				2011	1595	1847	2416		
				2012	1200	1600	1950		
				2013	1564	1849	2389		
прогноз	2014	1665	1954	2490					



## Закінчення таблиці 2.18

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	Моцарт	4	40	2007	980	1295	1632	48,8	16,6
				2008	1080	1430	1800		
				2009	1851	2722	3984		
				2010	1320	2722	3254		
				2011	1328	2722	3254		
				2012	1250	2600	3050		
				2013	1458	3289	3901		
			прогноз	2014	1503	3586	4207		
7	Фраполлі	4	26	2007	529	882	1143	117,8	28,0
				2008	566	1040	1143		
				2009	840	1540	1680		
				2010	880	1540	1680		
				2011	1100	1540	1800		
				2012	900	1800	1940		
				2013	1152	1999	2160		
			прогноз	2014	1252	2173	2330		
8	Промінада	3	30	2010	800	1000	1200	8,4	8,4
				2011	1000	1200	1400		
				2012	800	1100	1920		
				2013	867	1200	2227		
			прогноз	2014	867	1250	2587		
9	Чорне море Відрада	3	32	2010	600	820	1100	28,7	10,3
				2011	715	935	1210		
				2012	700	900	1200		
				2013	772	965	1270		
			прогноз	2014	822	1005	1320		
10	Айвазовський	-	27	2007	430	690	750	98,6	13,9
				2008	590	690	750		
				2009	720	1140	1300		
				2010	720	1140	1300		
				2011	720	1140	1300		
				2012	750	1250	1600		
				2013	854	1423	1757		
			прогноз	2014	911	1542	1925		
11	Олімп Клуб	-	12	2007	600	650	1717	23,3	13,8
				2008	660	715	1717		
				2009	685	1540	1870		
				2010	660	1540	1870		
				2011	800	850	1725		
				2012	650	750	1500		
				2013	740	1098	1627		
			прогноз	2014	759	1124	1597		
12	Палладіум	-	23	2007	488	746	1196	105,3	13,9
				2008	566	746	1200		
				2009	785	1030	1650		
				2010	785	1030	1650		
				2011	840	1104	1760		
				2012	880	1150	1900		
				2013	1002	1277	2079		
			прогноз	2014	1082	1365	2228		

Джерело: розраховано за результатами анкетування [199; 65]

Крім аналізу цін на проживання у категорійних малих готелях м. Одеси за період 2007–2013 рр., також зроблено прогноз цін на розміщення, що очікується в 2014 р. по окремих категоріях номерів (див. табл. 2.18). Дані розрахунки створено із застосуванням методу найменших квадратів, щоб обчислити пряму лінію, яка щонайкраще апроксимує наявні дані і повертає масив, який описує отриману пряму згідно з рівнянням  $y = mx + b$ .

У наведеній табл. 2.18 прогноз цін на розміщення, що очікується у 2014 р. по окремих категоріях номерів, відображає загальну тенденцію до підвищення цього показника. Зокрема, у 2014 р. прогнозується підвищення цін на категорію номерів «люкс» у таких готелях, як «Промінада» (+16,2 %), «Континенталь» (+10,6 %), «Відрада» (+10,2 %), «Айвазовський» (+9,6 %), «Фраполлі» (+7,9 %), «Моцарт» (+7,9 %), «Аркадія-Плаза» (+7,7 %), «Палладіум» (+4,3 %), «Чорне море Відрада» (+4,0 %). У той же час можна не очікувати зменшення ціни на категорію номерів «люкс» в «Олімп Клубі» та «Палас дель Марі».

Для аналізу цін малих готелів м. Одеси було розраховано середню ціну номерного фонду кожного готельного підприємства.

Розрахунок за всім масивом малих готелів наведено у додатку Ж. Результати розрахунку середніх цін, які наведено в табл. 2.19, дають можливість оперувати даними по готелю в цілому, не використовуючи ціни за різні категорії номерів (люкс, напівлюкс, стандарт тощо) [52].

Згідно з даними табл. 2.20 розкид варіації дуже великий (від 100 до 3200 грн.), що свідчить про орієнтацію малих готелів м. Одеси на різні категорії споживачів та їх можливості. У структурі малих готелів м. Одеси найбільша питома вага припадає на підприємства, середня ціна номерного фонду яких знаходиться у діапазоні від 100 грн. до 720 грн., а найменша частка належить готелям, ціни на номери яких коливаються від 2580 грн. до 32000 грн. («Відрада» та «Марістела-клуб»).

Таблиця 2.19

Середні ціни номерного фонду малих готелів м. Одеси в низький сезон  
2012 р. (див. додаток Е)

№ з/п	Назва готелю	Категорія	Місткість ном. фонду, ном.	Середня ціна ном. фонду, грн.	№ з/п	Назва готелю	Категорія	Місткість ном. фонду, ном.	Середня ціна ном. фонду, грн.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Відрада	5	26	2863,5	46	Капрі	-	29	1440
2	Палас Дель Мар	5	35	2345,7	47	Катерина	-	13	920
3	Аркадія-Плаза	4	24	1874	48	Катеринінські апар-ти	-	8	590
4	Континенталь	4	32	1938,4	49	Катран	-	7	750
5	Лондон	4	37	1960	50	Клеопатра	-	20	400
6	Моцарт	4	40	2159,8	51	Клумба	-	8	835
7	Фраполлі	4	26	1267	52	Ковбой	-	3	300
8	Лермонтовський	3	33	626	53	Колумбус	-	9	720
9	Маріон	3	32	470	54	Комфортготель	-	5	510
10	Промінада	3	30	1080	55	Кооператор	-	50	430
11	Чорне море ( Відрада)	3	32	730	56	Корона	-	18	880
12	5 Start	-	4	940	57	Креветка	-	8	340
13	BlackSea Vac. Inter.	-	3	125	58	Криштальний дім	-	11	460
14	Mini-hotel	-	5	560	59	Ла Перла Рояль	-	5	1740
15	The Babushka Grand	-	1	116	60	Лузанівка	-	28	120
16	Автотурист	-	24	540	61	Львівський	-	2	350
17	Айвазовський	-	27	955	62	Малібу	-	30	470
18	Альянс	-	20	350	63	Марістела-клуб	-	15	3200
19	Анабель	-	7	880	64	Міраж	-	8	350
20	Астро	-	33	330	65	Морехідний	-	8	370
21	Атріум	-	5	350	66	Наутілуc	-	10	790
22	Барселона	-	18	430	67	Немо	-	27	1060
23	Білий Кролик	-	5	220	68	Оазис	-	3	370
24	Бригантіна	-	9	680	69	Одеський дворик	-	43	855
25	Будинок актору	-	9	1270	70	Одисей	-	6	540
26	Валенсія	-	8	510	71	Океаніc	-	20	540
27	Версаль	-	4	720	72	Олімп Клуб	-	12	833
28	Вікторія	-	8	500	73	Опера	-	5	1170
29	Вілла Венеція	-	10	1775	74	Ореанда	-	8	930
30	Вілла Елена	-	5	1300	75	Особняк	-	22	575
31	Вілла Неапіль	-	8	1850	76	Палладіум	-	23	1018
32	Вілла Панама	-	24	870	77	Пальма	-	12	450
33	Галіан	-	6	240	78	Прибій	-	40	335
34	Гетьман	-	3	600	79	Приморський	-	12	400
35	Гостьовий двір	-	6	970	80	Принцес	-	30	670
36	Де Рішельє	-	16	340	81	Ре-ка	-	4	770
37	Дерибас	-	14	425	82	Сан Марін	-	44	100

## Закінчення таблиці 2.19

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
38	Джаконда	-	9	2200	83	Санрайз	-	6	470
39	Ерідан	-	6	470	84	Сфера	-	4	320
40	Єнтонис Хоум	-	4	110	85	Тукан	-	30	360
41	Загублений світ	-	3	850	86	Уліс	-	16	834
42	Закарпатська колиба	-	25	420	87	Уютний	-	15	1090
43	Золоте Руно	-	10	600	88	Фієста	-	3	650
44	Золотий берег	-	4	200	89	Чкаловский	-	9	300
45	Золотий шар	-	10	1000	90	Шаланда	-	6	500
					91	Їлки-Палки	-	18	710

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [52]*

На підставі отриманого результату можна стверджувати, що середня ціна номеру одеських малих готелів складає 818,8 грн. у 2012 р. Найбільш поширеною у даній сукупності малих готелів є середня ціна номеру у розмірі 527,3 грн..

Отже, у половини малих готелів даної сукупності середня ціна за номери перевищує 653,1 грн., що є досить високою ціною для малих готелів, які не мають категорію та організують свою діяльність, не звітуючи перед усіма інстанціями.

Таблиця 2.20

Результат статистичного дослідження угруповання малих готелів за ціною номера

№ з/п	Показник	Результат розрахунку, грн..
1	Середня ціна номеру сукупності готельних підприємств малої місткості	818,8
2	Найбільш поширена середня ціна за номер (мода)	527,3
3	Типова ціна за номер (медіана)	653,1
4	Розмах варіації	100 – 3200
5	Найбільша питома вага	100 – 720
6	Найменша питома вага	2580 – 3200

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [52]*

Наповнюваність готелів у низький сезон є ключовою проблемою готельного бізнесу, оскільки витрати готелю в низький сезон не значно нижчі, ніж у високий, а доходи різко знижуються. Зазначимо, що тривалість високого сезону в Одесі складає близько 4 місяців, а низького – 8.

Виходячи з систем ціноутворення на ринку готельних послуг, запропонуємо гіпотезу, що на рівень середньої ціни номерного фонду малих готелів м. Одеси впливають такі фактори як [55]:

- $x_1$  - категорія готелю;
- $x_2$  - вік готелю;
- $x_3$  - кількість номерів;
- $x_4$  - середня ціна  $1\text{ м}^2$  нерухомості в районі, де збудовано готель;
- $x_5$  - наявність додаткових послуг;
- $x_6$  - середня площа номеру готелю;
- $x_7$  - сприйняття готелю споживачем;
- $x_8$  - віддаленість від моря.

Нами було обрано ці фактори задля комплексного охоплення як кон'юнктурних, так і вартісних чинників впливу на ціноутворення.

Проведемо дисперсійний аналіз залежності попарно середнього рівня цін малих готельних підприємств від таких показників, як: кількості номерів засобу розміщення, середня площа номерів. Розрахунки наведено в додатках Ж, Ж1, 3, 31.

Варто зазначити, що 13 % варіацій середньої ціни номерного фонду на одне готельне підприємство можна пояснити варіацією кількості номерів у малих готелях, а 87 % – іншими чинниками.

Як висновок, можна констатувати, що кількість номерного фонду малого готелю впливає на середню ціну, але не в повному обсязі. Це обумовлено вибіркою, що використано для дослідження (відсутність готелів із великим номерним фондом). Для побудови моделі факторів, що впливають

на ціноутворення в малих готелях необхідно підібрати сукупність факторів, що будуть мати більш ґрунтовне значення.

41 % варіацій середньої ціни номерного фонду на одне готельне підприємство можна пояснити варіацією кількості квадратних метрів площі номера в малих готелях, а 59 % – іншими чинниками.

Вплив даного чинника в комплексі з іншими може бути значущим, саме тому його потрібно включити в регресійний аналіз залежності середньою ціни номера малих готелів м. Одеси від різних факторів.

Застосуємо коефіцієнт парної кореляції знаків Фехнера для виявлення взаємозв'язку середнього рівня цін малих готельних підприємств від віддаленості засобу розміщення від лінії моря (див. додаток І).

Після розрахунку коефіцієнта парної кореляції знаків Фехнера можемо констатувати відсутність прямого зв'язку між віддаленістю готелю від лінії узбережжя та середньою ціною номерного фонду.

Застосуємо коефіцієнт парної кореляції Спірмена для виявлення взаємозв'язку середнього рівня цін малих готельних підприємств від наявності додаткових послуг (див. додаток К).

Кореляція між наявністю додаткових послуг та середньою ціною номерного фонду статистично є значущою.

У теорії явні і приховані взаємозв'язки між результативними та факторними показниками визначаються за допомогою детермінованих та стохастичних моделей, а величина їх впливу є основою для прийняття управлінських рішень, планів та прогнозів щодо подальшого розвитку ринкової ситуації. При побудові економіко-математичної моделі доцільно враховувати економічний факторний аналіз, під яким розуміють поступовий перехід від початкової факторної системи (результативного показника) до кінцевої факторної системи (або навпаки), розгляд сукупності прямих, кількісно-вимірюваних факторів впливу на зміну результативного показника [241, с. 87].

Застосування економіко-математичної моделі дає можливість адекватно відобразити економічні процеси, проте вона не є дзеркальним відображенням реальної дійсності. Модель повинна відображати найбільш істотні, характерні риси, властивості ринку готельних послуг м. Одеси.

Для вивчення залежності між середньою ціною номерного фонду малих готелів м. Одеси та ряду факторів використовувалися математичні методи (кореляційно-регресійний аналіз) і комп'ютерні програми Microsoft Office Excel, Statistica та статистичні дані й дані анкетування підприємств та споживачів. Вихідні дані для побудови моделі наведено в додатку Л.

У результаті отриманих середніх значень факторних показників за 2012 р. з метою отримання економіко-математичної моделі побудуємо систему нормальних рівнянь, параметри рівняння якої можна обчислити за допомогою найменших квадратів. Кожний коефіцієнт рівняння вказує на ступінь впливу відповідного фактора на результативний показник при фіксованому значенні решти факторів, тобто як зі зміною окремого фактора на одиницю змінюється результативний показник. Вільний член рівняння множинної регресії економічного змісту не має.

У результаті проведеного кореляційно-регресійного аналізу отримали регресійне рівняння, що визначило величину залежності середньої ціни номерного фонду малих готелів м. Одеси від факторів  $x_1 - x_8$ .

При перевірці рівняння регресії на адекватність були розраховані наступні показники, що наведено у табл. 2.21:

Таблиця 2.21

Кореляційно-регресійна модель цін на основні послуги малих готелів м. Одеси (див. додаток М)

Показники адекватності моделі	Значення	Кореляційно-регресійна модель
Коефіцієнт множинної кореляції (R)	0,870380856	$y = -138,98 + 87,69 \cdot x_1 - 31,84 \cdot x_2 - 3,49 \cdot x_3 - 0,3 \cdot x_4 + 12,07 \cdot x_5 + 10,61 \cdot x_6 + 117,59 \cdot x_7 - 0,04 \cdot x_8$
Коефіцієнт множинної детермінації ( $R^2$ )	0,757562834	
Стандартна похибка	314,27	
Нормований $R^2$	0,733910427	
Загальна кількість спостережень	91	
F – розрахунковий критерій Фішера	32,0289	
F – критичний критерій Фішера	2,9848	

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [55]*

На рис. 2.9 відображено значення результативного показника всіх досліджуваних готельних підприємств за отриманою формулою.

Отже, отримане значення коефіцієнта множинної кореляції характеризує «сильну» щільність зв'язку між досліджуваними ознаками, а саме: між середньою ціною номерного фонду та факторними показниками, адже знаходиться в діапазоні  $0,7 < 0,87 (r) < 0,9$ .

З метою оцінювання надійності кореляційних характеристик використаємо критерій Фішера F. Величина «Альфа» використовується для позначення вірогідності помилкового виводу про існування сильної взаємозалежності і у нашому розрахунку вона дорівнює 0,05.

У вихідних даних величини F (F-критерій) і df (ступень свободи) використовуються для оцінки вірогідності випадкового здобуття найбільшого значення F. Величину F можна порівняти з критичними значеннями в опублікованих таблицях F-розподілу [246] або для обчислення можливості випадкового здобуття найбільшого значення F можна використовувати функцію Microsoft Excel FPАСП.

Відповідний F-розподіл має міри свободи  $\nu_1$  і  $\nu_2$ , що розраховуються за формулами (2.1) та (2.2).

$$\nu_1 = n - m - 1, \quad (2.1)$$

де  $n$  – кількість точок даних (кількість досліджуваних підприємств);

$m$  – кількість факторів у моделі.

$$\nu_2 = m, \quad (2.2)$$

За нашими даними ми маємо  $\nu_1 = 91 - 8 - 1 = 82$ ,  $\nu_2 = 8$ .

У опублікованих таблицях F-розподілу можемо знайти значення критерію Фішера для  $\alpha = 0,05$ ,  $\nu_1 = 82$  та  $\nu_2 = 8$ . Воно складає 2,9848 – це критичний для нашого розподілу ступінь F. Це ж значення можемо знайти



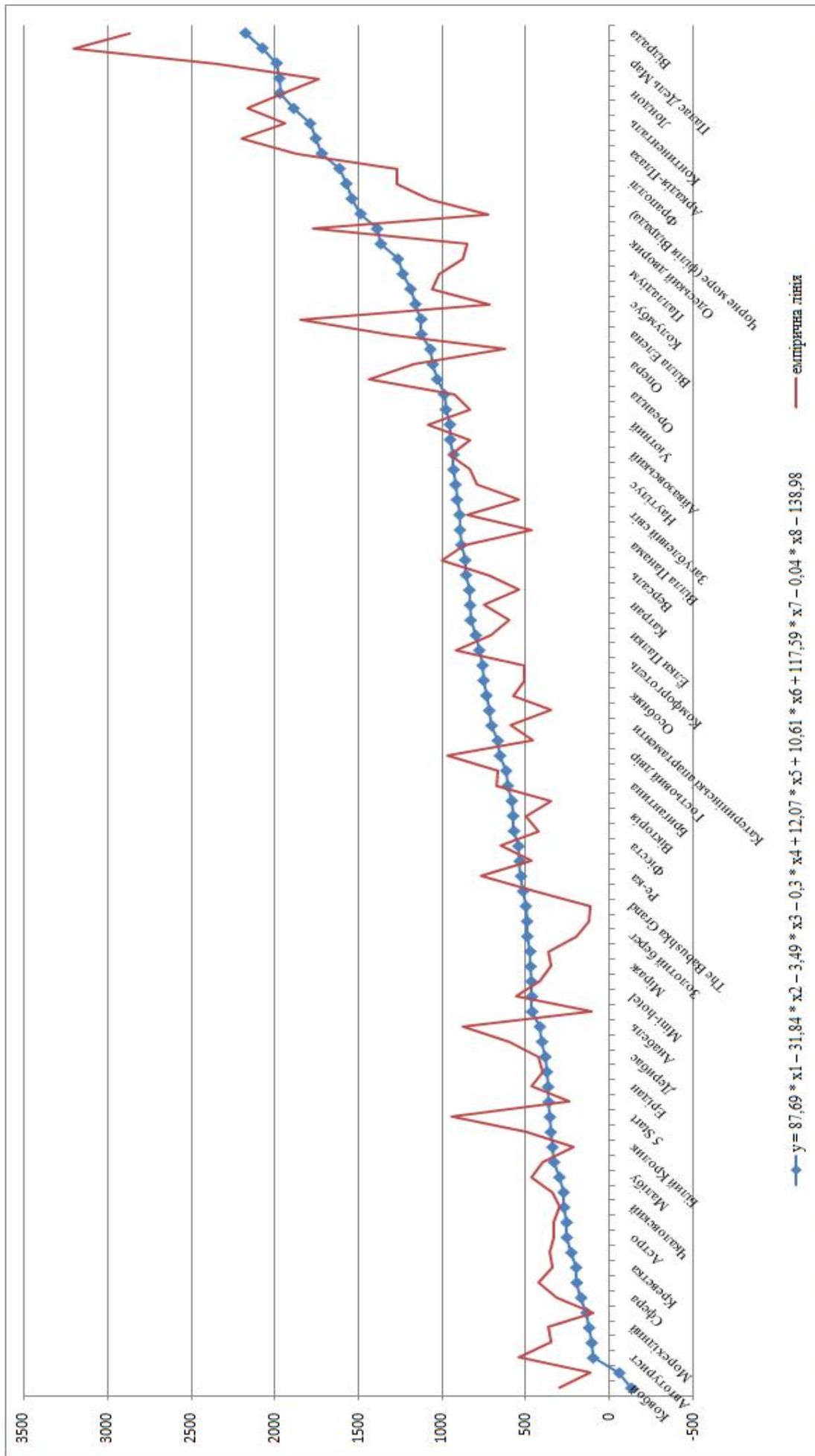


Рис. 2.9. Кореляційне поле результативної та факторних ознак

Джерело: розраховано за результатами анкетування [55]

використовувати функцію Microsoft Excel FРАСПОБР. Синтаксис функції FРАСПОБР (вірогідність; ступінь\_свободи1; ступінь\_свободи2).

F за нашими розрахунками в регресійному аналізі дорівнює – 32,0289 (див. додаток М), що значно перевищує критичний для нашого розподілу ступінь F. Вірогідність випадкового здобуття такого великого значення F виключно мала.

Використання функції Microsoft Excel FРАСП дає можливість обчислювати вірогідність випадкового здобуття великих значень F. Значення вірогідності FРАСП (32,0289; 82; 8) = 1,04766E-05 надзвичайно мало, що свідчить про наявність суттєвого впливу досліджуваних факторів на результативну ознаку.

З метою визначення зв'язків між факторними та результативною ознаками проведемо аналогічні розрахунки критерію Стьюдента t табл. 2.22 (див. додаток М).

Чотири з восьми обраних факторних показників мають значення t-критерію Стьюдента суттєво вище за його табличне значення. Отже, зв'язки між даними та результативною ознаками є надійними, і лише чотири показники – трохи нижчими ( $x_2$ ,  $x_3$ ,  $x_4$  та  $x_8$ ).

Таблиця 2.22

Значення t – критеріїв Стьюдента

	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$	$x_5$	$x_6$	$x_7$	$x_8$
t – факт	2,27	-1,64	-1,02	-1,73	2,34	2,01	3,98	-1,24
t – табличне	1,98 ( $\alpha = 0,05$ кількість ступенів свободи 82)							

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [55]*

Виключимо з економіко-математичної моделі ті фактори, що, за критерієм Стьюдента, є ненадійними, у результаті чого отримаємо нову модель, яка буде більш надійною і міститиме лише ті факторні показники, що є надійними.

При перевірці рівняння регресії на адекватність були розраховані наступні показники, наведені у табл. 2.23 (див. додаток Н):

Скорегована кореляційно-регресійна модель цін на основні послуги  
малих готелів м. Одеси

Показники адекватності моделі	Значення	Кореляційно-регресійна модель
Коефіцієнт множинної кореляції (R)	0,862380764	$y = -686,06 + 64,17 \cdot x_1 + 9,48 \cdot x_5 + 14,21 \cdot x_6 + 108,33 \cdot x_7$
Коефіцієнт множинної детермінації (R <sup>2</sup> )	0,743700583	
Стандартна похибка	315,53	
Нормований R <sup>2</sup>	0,731779679	
Загальна кількість спостережень	91	
F – розрахунковий критерій Фішера	62,39	
F – критичний критерій Фішера	2,9848	

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [55]*

Розраховане значення критерію Фішера дорівнює  $F_{\phi} = 62,39$ , а теоретичне значення –  $F_T = 2,9848$ . Отже,  $F_{\phi} > F_T$  ( $62,39 > 2,9848$ ), що свідчить про наявність суттєвого впливу досліджуваних факторів на результативну ознаку.

Отже, нами була частково підтверджено гіпотезу суттєвого впливу низки факторів на середню ціну номерного фонду малих готелів м. Одеси:

- категорія готелю;
- наявність додаткових послуг;
- середня площа номеру готелю;
- сприйняття готелю споживачем.

У даній чотирьохфакторній моделі коефіцієнт множинної детермінації становить 0,74, який свідчить, що побудована економіко-математична модель цін на основні послуги малих готелів м. Одеси на 74 % залежить від визначених факторних показників і лише на 26 % – від інших, не включених у дану модель.

Статистична надійність множинного лінійного коефіцієнта кореляції та самого рівняння оцінюється відповідно за критерієм Фішера F та Стьюдента t, які в даному випадку є достатніми.

Отже, можна зробити висновок, що при збільшенні категорії готелю на 1 од. ціна зростає в середньому на 64,17 грн., при збільшенні коефіцієнта додаткових послуг на 1 од., ціна зростає на 9,48 грн., при збільшенні середньої площі номеру на 1 м., ціна зростає на 14,2 грн. та при збільшенні сприйняття готелю споживачами на 1 од., ціна збільшиться на 108,33 грн.

## Розділ 3

### АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ СТВОРЕННЯ СЕГМЕНТА МАЛИХ ГОТЕЛІВ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

---

---

#### 3.1. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗПОДІЛУ СУКУПНОСТІ МАЛИХ ГОТЕЛІВ ПО ГРУПАХ

З точки зору аналізу малі готелі можна позначити поняттям «багатовимірний об'єкт», отже, для оцінювання самого підприємства та його позиції на ринку можливо використовувати методи багатовимірного аналізу. Багатовимірний статистичний аналіз – розділ статистики, присвячений математичним методам побудови оптимальних планів збору, систематизації та обробки багатовимірних статистичних даних, спрямованих на виявлення характеру і структури взаємозв'язків між компонентами досліджуваної багатовимірної ознаки та призначений для отримання наукових і практичних висновків [98, с. 376].

Перерахованим вимогам найкраще задовольняє таксономічний метод порівняльного багатовимірного аналізу, адже таксономія – учення про принципи та практику класифікації та систематизації складних областей дійсності, що мають, як правило, ієрархічну будову [67, с.14].

Метод таксономії дозволить провести ранжування малих готелів за рівнем розвитку кожної кількісної складової в сукупності, надасть можливість виокремити серед підприємств лідерів, середняків та аутсайдерів шляхом порівняння значень основних обраних показників з еталоном.

Існують два основні підходи до проведення ранжування об'єктів за допомогою таксономічного аналізу: класичний, заснований на схожості об'єктів з еталоном, і модифікований, який базується на відстані до антиеталона – точки нижнього полюсу. Класичний алгоритм таксономічного аналізу націлений більш точно визначити об'єкти-лідери в ранжуванні, у той

час як модифікований алгоритм забезпечує більш точні результати при ідентифікації об'єктів-аутсайдерів [248, с. 182].

У якості інструменту ранжування готельних підприємств малої місткості за вісьма факторами застосуємо класичний варіант таксономічного аналізу, модифікований та об'єднану оцінку з урахуванням класичної та модифікованої таксономії.

При дослідженні методології використання таксономічного аналізу було виявлено декілька підходів до алгоритму оцінювання. Доволі часто виявляється необхідність проявити різну роль окремих критеріїв у процесі ранжування об'єктів за рівнем їх пріоритетності. Деякі автори вважають, що цей процес має бути проведено до стандартизації даних [247, с. 185].

Натомість інші науковці обґрунтовано дотримуються протилежної точки зору і зауважують на необхідності проводити стандартизацію даних перед присвоєнням критеріям статичних ваг, що допоможе запобігти нівелювання впливу ваг на значущість критеріїв [201, с. 89].

Для остаточного вибору алгоритму проведення таксономічного аналізу за класичним, модифікованим і об'єднаним підходом бачимо за необхідне порівняти результати кожного з них.

Сутність класичного варіанту таксономії, за О. Г. Янковим [248], що буде використано для готельних підприємств малої місткості, полягає у виконанні наступних основних етапів (рис. 3.1).

Розглянемо розрахунок за класичною таксономією, при цьому відбувається задання еталону у вигляді точки верхнього полюсу та розрахунок відстаней від нього до всіх об'єктів досліджуваної сукупності, визначення подібності точок до еталону. Остання величина розглядається як інтегральна синергетична оцінка латентного показника [248, с. 57].

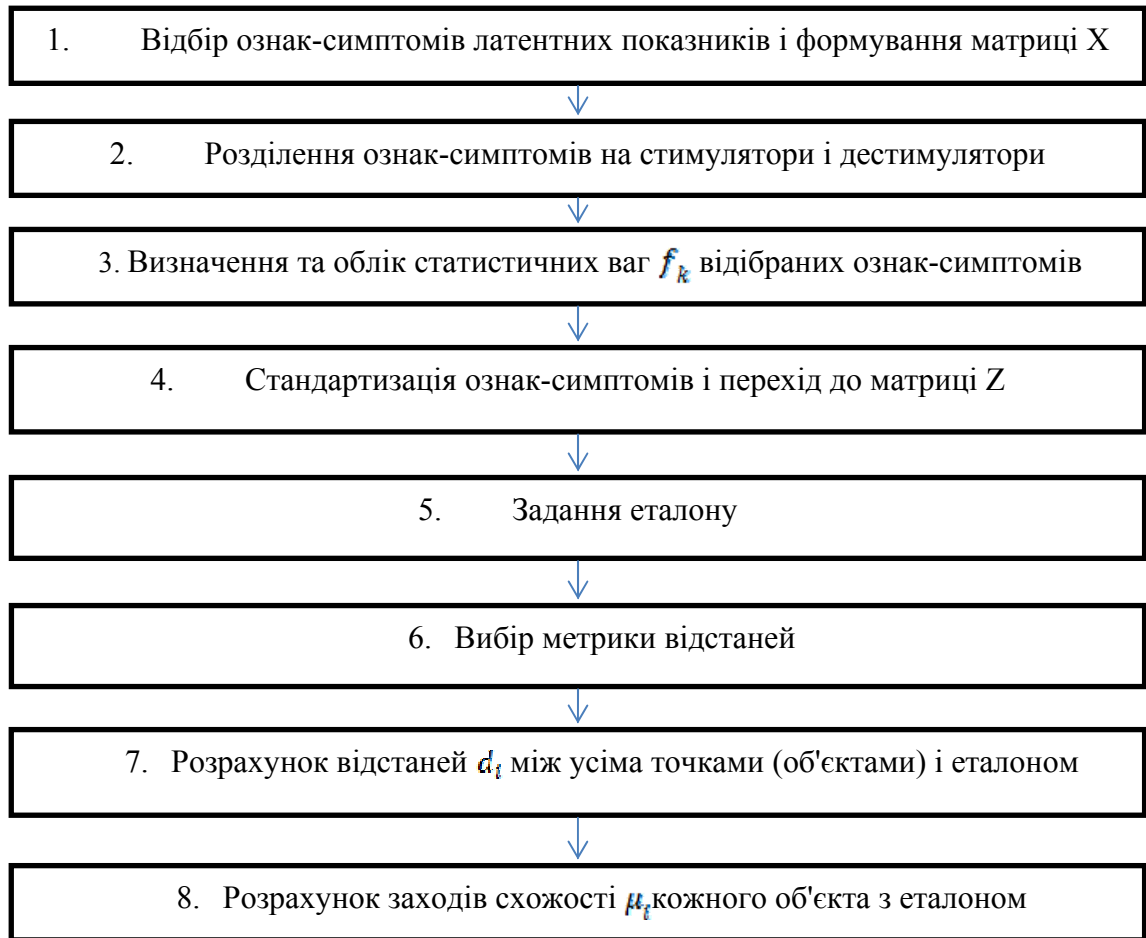


Рис. 3.1. Блок-схема класичного алгоритму оцінювання латентних показників на базі функцій відстані та схожості [248, с. 59]

Цей алгоритм дозволить нам виокремити з загальної кількості малих готелів підприємства, що належать до об'єктів лідерів, аутсайдерів, та проміжні групи, заздалегідь визначаючи, що категорію аутсайдерів буде визначено з похибкою. На нашу думку, це несуттєво вплине на загальний результат і дозволить зробити рекомендації щодо основних напрямків організаційно-економічного розвитку малих готелів у м. Одеса.

У дослідженні, проведеному в монографії, використано програмний продукт фірми StatSoft Inc. STATISTICA (V 10), англійську версію.

Ця програма дозволяє успішно виконати 3-7 пункти наведеного алгоритму у блок-схемі рис. 3.1. Пункти 1, 2 виконуються дослідником самостійно, а 8-й – за допомогою програми Microsoft Excel.

На першому етапі з метою забезпечення обґрунтованості багатовимірної статистичної процедури необхідно застосовувати ознаки-симптоми (критерії), які, на думку автора, найбільшою мірою впливають на позицію підприємства в ранжуванні і доступні для аналізу.

Для визначення ознак-симптомів проведемо аналіз методик розрахунку тарифів (див. табл. 3.1).

Перш за все, на позицію готелю серед великої кількості однорідних підприємств даної сфери впливають ціни, які власник засобу розміщення призначає за номерний фонд. Було виявлено, що з точки зору різних авторів на цінову політику готелю може впливати широкий спектр факторів. Ґрунтуючись на ринковому підході до даного питання, на нашу думку, найбільш адекватно характеризують рівень досліджуваної латентної ознаки наступні фактори:

- середня ціна номерного фонду ( $i = 1$ );
- категорія малого готелю ( $i = 2$ );
- кількість років функціонування малого готелю ( $i = 3$ );
- кількість номерів ( $i = 4$ );
- рівень престижності району споруди готелю ( $i = 5$ );
- коефіцієнт додатковий послуг ( $i = 6$ );
- середня площа номерного фонду ( $i = 7$ );
- сприйняття готелю споживачем ( $i = 8$ ).

Введемо наступні позначення:

- $q$  – номер досліджуваного малого готелю,  $q = 1, 2, \dots, s$ ;
- $i$  – номер досліджуваного критерію,  $i = 1, 2, \dots, m$ ;
- $x_{qi}$  – значення  $i$ -го критерію у  $q$ -ой малому готелю пр.

## Методики розрахунку тарифів номерного фонду

№	Автор та джерело інформації	Назва методики	Формула та показники
1	Г. А. Яковлев [245, с. 247]	Витратний метод заснований на собівартості	$Z = c + П + ПДВ, \quad (3.1)$ <p>де, <math>Z</math> – ціна;  <math>c</math> – собівартість;  <math>П</math> – прибуток, який планують отримати;  <math>ПДВ</math> – податок на додану вартість.</p>
2	О. П. Єфимова [70, с. 185]	Метод розрахунку ціни на основі точки беззбитковості	$Q = \frac{В_{пост}}{Z - В_{зм.од}}, \Rightarrow$ $Z = В_{зм.од} + \frac{В_{пост} + прибуток}{Q}, \quad (3.2)$ <p>де <math>Q</math> – кількість товарів (послуг);  <math>В_{пост}</math> – витрати постійні;  <math>В_{зм. од}</math> – витрати змінні на одиницю товару.</p>
3	Н. М. Кузнєцова [93, с. 79]	Формулою Хаббарта	$R = \frac{E + P}{n}, \quad (3.3)$ <p>де <math>R</math> – тариф за номер;  <math>E</math> – витрати;  <math>P</math> – прибуток;  <math>n</math> – кількість номерів, які можна продати на протязі року</p> $n = N \cdot K \cdot 365, \quad (3.4)$ <p>де <math>N</math> – кількість номерів у готелі;  <math>K</math> – коефіцієнт завантаження;  <math>365</math> – кількість днів у році.  Прибуток <math>P</math> визначається за формулою:</p> $P = C \cdot i, \quad (3.5)$ <p>де <math>C</math> – вартість будівництва готелю;  <math>i</math> – бажаний прибуток на вкладений капітал (10-15 %).</p>
4	Г. А. Яковлев [245, с. 247]	Теорія граничної корисності товару	Ціноутворення з орієнтацією на попит. Ключовий момент – цінність товару. При цьому приймається до уваги сприйняття товару споживачем
5	І. М. Єгупова [71, с. 93; 255]	Метод Yield Management	Економічна техніка, націлена на визначення щонайкращої цінової політики для оптимізації доходу підприємства індустрії гостинності на основі визначення поведінки попиту.

*Джерело: розроблено за наведеними посиланнями*

Тоді вихідну інформацію про всі значення критеріїв за всіма малими готелями можна представити у вигляді матриці розміру  $s \times m$ . Рядки цієї матриці відповідають окремим малим готелям, а стовпці – окремими



критеріями. Очевидно, що проекти (вектори-рядки) можна розглядати як точки деякого простору ознак.

$$X = \begin{pmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1i} & \dots & x_{1m} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2i} & \dots & x_{2m} \\ \dots & & & & & \\ x_{q1} & x_{q2} & \dots & x_{qi} & \dots & x_{qm} \\ \dots & & & & & \\ x_{s1} & x_{s2} & \dots & x_{si} & \dots & x_{sm} \end{pmatrix} \quad (3.6)$$

При виборі симптомів ми дотримувалися необхідних умов. Усі ознаки-симптоми, які використовують для характеристики багатовимірних об'єктів, є кількісними, а не атрибутивними [201, с. 7]. Важливими є «принципи достатності» (необхідно використовувати мінімальну, але достатню кількість ознак, які всебічно характеризують об'єкти, що досліджуються); «принцип допустимої мультиколінеарності» (кожна ознака повинна бути представлена тільки одним показником); «принцип достовірності» [201, с. 16].

На другому етапі здійснювався поділ обраних показників на стимулятори та дестимулятори. Такий поділ необхідний для правильного завдання еталону для досліджуваних об'єктів – малих готелів. На базі відповідної теорії (у даному випадку на основі авторської розробки) варто чітко визначити, зростання яких показників є бажаним, а яких представляється негативним з точки зору оцінюваного латентного явища.

Виходячи із сутності обраних критеріїв, було встановлено, що всі показники, за винятком кількості років функціонування готелю, належать до стимуляторів, оскільки чим вищою є передбачувана ціна номера, категорія готелю тощо, тим пріоритетним вважається розглянуте підприємство. А третій критерій (термін функціонування готелю) належить до дестимуляторів, оскільки він характеризує ступінь зношеності будівлі, необхідність проведення ремонту.

Пункти 3-7 класичного алгоритму були виконані за допомогою програми STATISTICA (V 10), модуля «Кластерний аналіз» (Cluster analysis).

На третьому етапі алгоритму відбувається визначення статистичних ваг  $f_i$  відібраних раніше критеріїв оцінювання малих готелів. Даний етап дослідження передбачає диференціацію показників за їхньою роллю у формуванні рівня пріоритетності малих готелів шляхом множення встановлених  $f_i$  на відповідні стовпці матриці вихідних даних  $X$  [247, с. 185].

При реалізації будь-якої стратегії висувається така умова: сума всіх статистичних ваг дорівнює одиниці. У нашому розрахунку пропонується застосовувати такі статистичні ваги восьми обраних критеріїв:  $f_1 = 0,1$ ;  $f_2 = 0,1$ ;  $f_3 = 0,05$ ;  $f_4 = 0,05$ ;  $f_5 = 0,2$ ;  $f_6 = 0,2$ ;  $f_7 = 0,1$ ;  $f_8 = 0,2$ , що було визначено експертним шляхом.

Це означає, що при визначенні пріоритетності окремих малих готелів найбільшу питому вагу буде мати показник рівня престижності району споруди готелю, коефіцієнт додаткових послуг та показник сприйняття готелю споживачем. На другому місці за важливістю стоятиме середня ціна номерного фонду, категорія малого готелю та середня площа номерного фонду, і на останньому – кількість років функціонування малого готелю.

Стандартизація значень ознак-симптомів і перехід до матриці стандартизованих даних  $Z$  здійснюється на четвертому етапі процедури. Його завдання полягає в нівелюванні впливу одиниць вимірювання показників на результати таксономического аналізу. Ознаки-симптоми мають різні одиниці виміру – натуральні, грошові, якісні.

Зміна масштабу їх вимірювання не повинна вагомо впливати на результати ранжування об'єктів. Для цього змінні зазвичай приводяться до одного безрозмірного вигляду шляхом різних перетворень. Найбільш поширеним способом таких перетворень є стандартизація ознак-симптомів за допомогою їх центрування і нормування за такою формулою:

$$z_{qi} = \frac{x_{qi} - \bar{x}_i}{\sigma_i} \quad (3.7)$$

Центрування являє собою віднімання з кожного значення даної ознаки-симптому  $x_{qi}$  по всіх об'єктах сукупності його середнього значення  $\bar{x}_i$ . При цьому середня арифметична перетворених значень ознаки дорівнює нулю.

Під нормуванням розуміється поділ вихідних значень ознаки на деяке постійне число, зазвичай на стандартне відхилення  $\sigma_i$ . Стандартизація ознак-симптомів дозволяє позбутися масштабу їх виміру, приводить усі дані до одного порядку [247, с. 186].

Отже, на четвертому етапі процедури в результаті попередньої обробки вихідних даних шляхом їх стандартизації матриця  $X$  приводиться до наступного вигляду:

$$z = \begin{pmatrix} z_{11} & z_{12} & \dots & z_{1i} & \dots & z_{1m} \\ z_{21} & z_{22} & \dots & z_{2i} & \dots & z_{2m} \\ \dots & & & & & \\ z_{q1} & z_{q2} & \dots & z_{qi} & \dots & z_{qm} \\ \dots & & & & & \\ z_{s1} & z_{s2} & \dots & z_{si} & \dots & z_{sm} \end{pmatrix} \quad (3.8)$$

На п'ятому етапі на основі поділу відібраних ознак-симптомів на стимулятори і дестимулятори задаються координати еталона. Як еталон приймається реальна або умовна точка в багатовимірному просторі ознак, координати якої характеризують найкращі (з урахуванням поділу змінних на стимулятори і дестимулятори) властивості малих готелів, що потрапили в відбір. Еталон відображає максимально можливий, потенційний рівень латентного показника та слугує базою порівняння для всіх точок досліджуваної сукупності [247, с. 188].

Для стимуляторів координати еталонних значень визначаються за формулою:

$$z_{0i} = \max_q z_{qi} \quad (3.9)$$

а для дестимуляторів:

$$z_{0i} = \min_q z_{qi} \quad (3.10)$$

На шостому етапі процедури відбувається вибір функції (метрики) для вимірювання відстані між усіма проектами та еталоном. Зазвичай користуються найбільш популярною в економічних дослідженнях евклідовою метрикою. Геометрично вона краще об'єднує точки в кулястих скупченнях, які типові для об'єктів із слабо корельованими ознаками. Евклідова відстань вдало вписується своєю математичною формою в традиційні статистичні показники типу середнього квадратичного відхилення і дисперсії [247, с. 189].

$$d_2(z_q, z_0) = \left[ \sum_{i=1}^m (z_{qi} - z_{0i})^2 \right]^{1/2} \quad (3.11)$$

Знайдені значення обраної метрики представляються у вигляді матриці відстаней, розміру  $(s + 1) \times (s + 1)$ , яка має наступний загальний вигляд:

$$D = \begin{pmatrix} 0 & d_{12} & d_{13} & \dots & d_{1s} & d_{1(s+1)} \\ d_{21} & 0 & d_{23} & \dots & d_{2s} & d_{2(s+1)} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ d_{s1} & d_{s2} & d_{s3} & \dots & 0 & d_{s(s+1)} \\ d_{(s+1)1} & d_{(s+1)2} & d_{(s+1)3} & \dots & d_{(s+1)s} & 0 \end{pmatrix} \quad (3.12)$$

У матриці D у  $(s + 1)$ -й рядку (стовпці) наводяться відстані всіх s малих готелів до еталона. D – невід’ємна матриця, на її головній діагоналі знаходяться нулі (відстань об’єкта до самого себе). Матриця D симетрична,

оскільки величина  $d_{qi}$  змінюється від зміни точки початку відліку відстані і є однією з найважливіших матриць багатовимірного аналізу.

На восьмому етапі алгоритму таксономічного аналізу після знаходження відстаней до еталона визначається міра подібності  $\mu_{0i}$  кожного малого готелю з еталоном. Поняття подібності протилежно поняттю відстані в багатовимірному просторі ознак-симптомів. Розраховується за наступною формулою:

$$\mu_{0i} = 1/[1 + d(z_q, z_0)], \quad (3.13)$$

Отже, упорядкування готелів відбувається по величині одновимірного скаляра  $\mu_{0i}$ , який і слугує статистичної оцінкою шуканого латентного критерію.

Таксономічний аналіз за допомогою модифікованого алгоритму наведено на рис. 2.5. Як зазначає О. Г. Янковий, на відміну від класичного, у модифікованому алгоритмі передбачається завдання антиеталона у вигляді точки нижнього полюсу  $z_0$  з координатами [248]:

$$z_0(\alpha, \alpha, \dots, \alpha) \quad (3.14)$$

де  $\alpha$  – довільне від'ємне число, яке задовольняє умові

$$\alpha \leq \min_{i,k} z_{ik} \quad (3.15)$$

Нижній полюс являє собою початкову точку відліку рівня латентного показника в просторі стандартизованих ознак-симптомів, які є стимуляторами. Усі ознаки-симптоми, які є де стимуляторами, необхідно перетворити в стимулятори наступним чином:

$$x_{ik} = 1/x_{ik}, \text{ або } x_{ik} = 1 - x_{ik} \quad (3.16)$$

де  $x_{ik}$  – вихідна реалізація ознаки-симптому дестимуляторів.

Для того, щоб значення оцінки латентного показника були вкладені в межах від 0 до 1, застосовується нормування:

$$d^*_i = d_i / (-2\alpha \cdot m^{1/2}) \quad (3.17)$$

Як і за класичною таксономією, використовувався програмний продукт фірми StatSoft Inc. STATISTICA (V 10). Пункти 3 – 7 наведеного алгоритму в блок-схемі на рис. 3.2 розраховано за STATISTICA. Пункти 1, 2 виконуються дослідником самостійно, а 9-й – за допомогою програми Microsoft Excel.

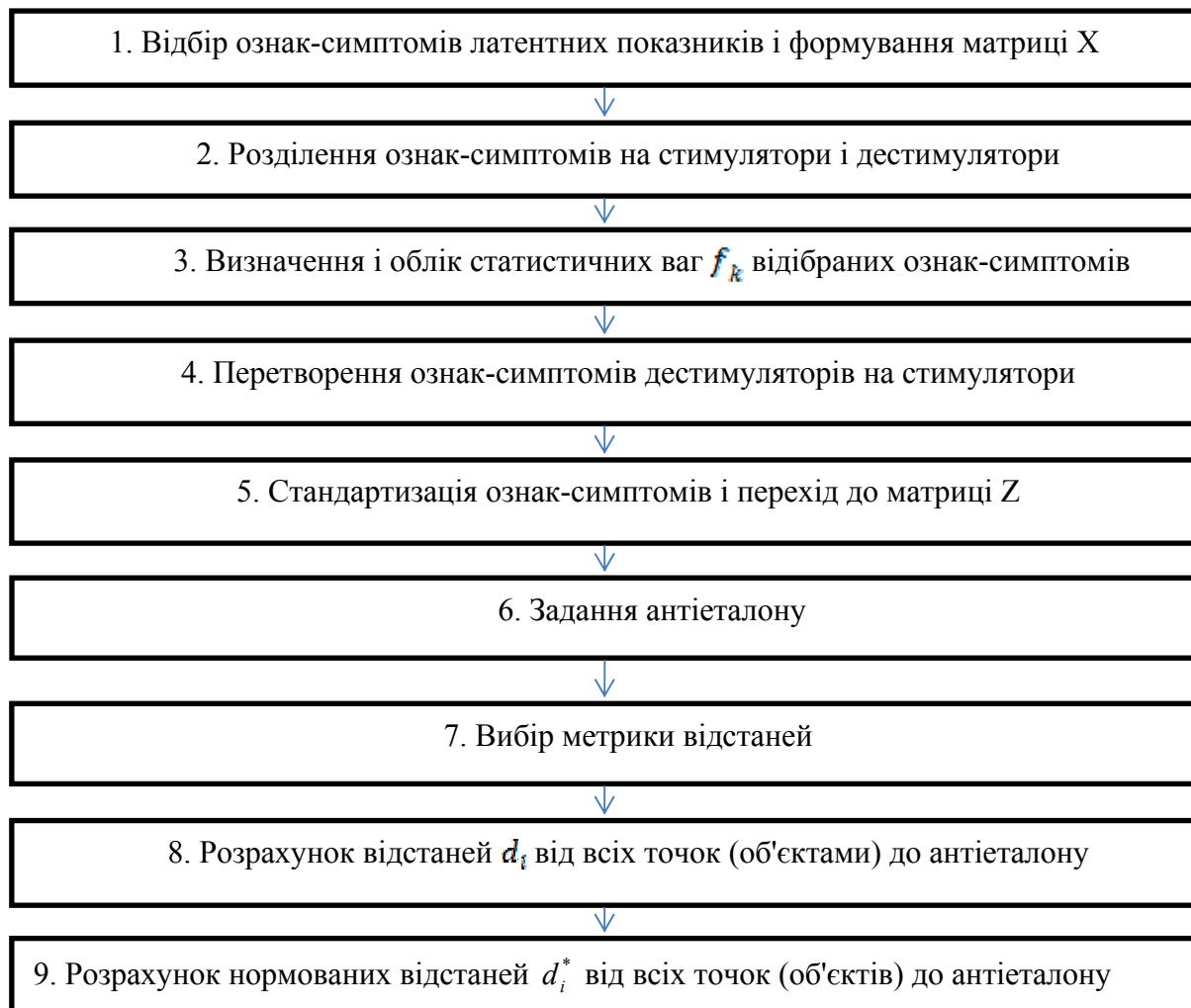


Рис. 3.2 Блок-схема модифіцированого алгоритму оцінювання латентних показників на базі функцій відстані до антиеталону [248, с. 59]

Пункти 1-3 повністю співпадають із проведеним розрахунком за класичною таксономією.

Перетворення ознак-симптомів дестимуляторів на стимулятори виконується за формулою 3.16.

За пунктом 5 отримано матрицю стандартизованих значень за вісьма критеріями, виконується за наведеним раніше алгоритмом.

Задання антиеталону відбувається так: беремо негативне число, яке задовольняє умову (3.15), тобто визначимо найменше значення за всіма стандартизованими ознаками-симптомам.

Нами було обрано, як і в класичній таксономії, евклідову метрику.

Виникає необхідність проведення об'єднання двох підходів до ранжування – розрахунку об'єднаної оцінки. Скористуємося алгоритмом запропонованим Ю. А. Єгуповим [69, с. 77-78].

На першому етапі розраховується коефіцієнт приведення:

$$K_n = d_{mi}^{\max} / d_{ki}^{\max}, \quad (3.18)$$

де  $d_{mi}^{\max}$ ,  $d_{ki}^{\max}$  – максимальний рівень таксономічного показника, отриманого на основі модифікованого і класичного алгоритмів.

На другому етапі здійснюється приведення значень таксономічного показника, розрахованого на основі класичного алгоритму, до порівняного з іншими оцінками вигляду:

$$d'_{ki} = d_{ki} \cdot K_n. \quad (3.19)$$

На третьому етапі на основі формули простої середньої арифметичної визначається об'єднана оцінка кожного  $i$ -го об'єкта:

$$d_{oi} = (d'_{ki} + d_{mi}) / 2. \quad (3.20)$$

Звернемо увагу, що алгоритм проведення класичної таксономії, наведений на рис. 3.1. буде мати інший порядок відповідно до автора В. Плюта [201, с. 89], згідно з яким, четвертий блок «стандартизація даних» буде передувати блоку третьому – «присвоєння критеріїв статичних ваг». Це дасть змогу запобігти нівелюванню впливу ваг на значущість критеріїв, як було зазначено на початку цього параграфу.

Крім того, В. Плюта рекомендує для розрахунку міри схожості з еталоном використовувати середню арифметичну відстань від еталонного об'єкта ( $\bar{C}_0$ ), середньоквадратичне відхилення цих відстаней ( $S$ ) і на їхній основі таксономічний показник ( $\mu_i$ ) розраховується за формулою:

$$\mu_i = 1 - \frac{C_{i0}}{C_0 + 2S}. \quad (3.21)$$

Оскільки значення даного показника повинне перебувати в інтервалі від 0 до 1, то при великому розкиді стандартизованих числових значень цільових функцій знаменник формули (3.21) варто збільшити на одне середньоквадратичне відхилення, тобто використовувати вираження  $\bar{C}_0 + 3S$ .

Прийняття рішення щодо використання того чи іншого алгоритму розрахунку таксономічного аналізу для ранжування засобів розміщення малої місткості варто проводити, базуючись на проведеному дослідженні та виявленні чи задовольняє результат діапазону міри схожості з еталоном поставленим завданням розподілу.



### 3.2. ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ДО РАНЖУВАННЯ МАЛИХ ГОТЕЛІВ ЗА ПЕВНИМИ ОЗНАКАМИ

Дослідження сучасного стану розвитку малих готелів м. Одеси, проведене у підрозділі 2.2, дозволило стверджувати, що цей сегмент готельного бізнесу є досить неоднорідним. На ньому присутні як «5-зіркові» готелі, так і численні заклади без категорії. Тому для підготовки рекомендацій щодо розвитку малих готелів м. Одеси вважається доцільним провести їх сегментування шляхом виокремлення певних груп.

Користуючись алгоритмом, наведеним у попередньому підрозділі монографії на рис. 3.1, проведемо розрахунок відстаней до еталону за класичною таксономією з використанням методики О. Г. Янкового.

Нами було сформовано матрицю вихідних даних (див. додаток П, за винятком показника – віддаленість від моря), що були здобуті автором дослідження під час проведення анкетування.

У якості ранжуваних об'єктів при цьому виступали малі готелі (91 підприємство,  $n = 91$ ), а у якості ознак-симптомів – перелічені фактори ( $m = 8$ ).

З урахуванням визначених статистичних ваг  $f_i$ , що було наведено в методиці аналізу функціонування готельних підприємств малої місткості, сформуємо матрицю вихідних даних  $X$ , наведену в додатку П.1.

У результаті розрахунків за формулою 3.7 отримано наступну матрицю стандартизованих значень восьми критеріїв для досліджуваних малих готелів, наведену в додатку П.2.

За розрахунком формул 3.9 та 3.10 визначився малий готель-еталон із наступними координатами:  $z_0$  (3,9387943812; 3,55582306; -1,25521317; 2,883109312; 2,015027389; 2,418753916; 4,746827825; 2,018336504), які виділені шрифтом у додатку П.2.

У підсумку було отримано матрицю евклідових відстаней (див. додаток П.3) і в табл. 3.2 приведена її останній рядок.

Таблиця 3.2

Евклідова відстань від малих готелів до еталону

Малий готель	d	Малий готель	d	Малий готель	d	Малий готель	d
1	5,1135	25	7,5443	49	9,7847	73	8,2710
2	5,2125	26	9,5136	50	9,6898	74	8,6071
3	6,2812	27	8,6164	51	8,4053	75	9,2064
4	5,9280	28	9,6477	52	12,1549	76	8,0158
5	5,0074	29	7,3398	53	8,5312	77	9,8259
6	5,6090	30	8,5098	54	9,6091	78	10,8039
7	7,1758	31	7,7709	55	9,0313	79	9,8111
8	7,5934	32	8,0253	56	6,8918	80	8,6982
9	8,3942	33	10,9603	57	10,1647	81	9,6797
10	6,4703	34	10,4814	58	9,6340	82	10,9906
11	7,0438	35	9,2525	59	6,5005	83	9,7954
12	9,6686	36	10,1103	60	11,3560	84	10,7220
13	9,9032	37	9,9292	61	9,7606	85	10,6745
14	9,7827	38	6,2622	62	10,3697	86	9,0094
15	9,9783	39	10,1209	63	5,4058	87	8,0776
16	10,3571	40	9,9332	64	10,0215	88	10,0105
17	8,5033	41	10,2260	65	10,0573	89	9,8755
18	11,2851	42	9,1556	66	8,5075	90	10,0914
19	9,5643	43	9,4590	67	7,8511	91	8,8373
20	11,1218	44	10,4503	68	11,0805		
21	9,1996	45	8,8769	69	7,3927		
22	8,9563	46	7,4025	70	9,0701		
23	10,1297	47	8,3607	71	8,8498		
24	9,3436	48	9,2006	72	8,5375		

За формулою 3.13 визначаються міра подібності  $\mu_{0i}$  кожного малого готелю з еталоном: вищий ранг 1 отримує готель, який відповідає максимальному значенню  $\mu_{0i}$ , ранг 2 – готель, для якого величина подібності з еталоном знаходиться на другому місці тощо (табл. 3.3)

Таблиця 3.3

## Результати ранжування малих готелів за методом класичної таксономії

Малий готелі	d	$\mu$	Ранг	Малий готелі	d	$\mu$	Ранг	Малий готелі	d	$\mu$	Ранг	Малий готелі	d	$\mu$	Ранг
1	5,1135	0,1635	2	25	0,1170	0,1170	17	49	9,7847	0,0927	60	73	8,2710	0,1078	24
2	5,2125	0,1609	3	26	0,0951	0,0951	50	50	9,6898	0,0935	57	74	8,6071	0,1040	33
3	6,2812	0,1373	8	27	0,1039	0,1039	34	51	8,4053	0,1063	27	75	9,2064	0,0979	46
4	5,9280	0,1443	6	28	0,0939	0,0939	54	52	12,1549	0,0760	91	76	8,0158	0,1109	21
5	5,0074	0,1664	1	29	0,1199	0,1199	14	53	8,5312	0,1049	31	77	9,8259	0,0923	63
6	5,6090	0,1513	5	30	0,1051	0,1051	30	54	9,6091	0,0942	52	78	10,8039	0,0847	84
7	7,1758	0,1223	13	31	0,1140	0,1140	19	55	9,0313	0,0996	41	79	9,8111	0,0924	62
8	7,5934	0,1163	18	32	0,1108	0,1108	22	56	6,8918	0,1267	11	80	8,6982	0,1031	35
9	8,3942	0,1064	26	33	0,0836	0,0836	85	57	10,1647	0,0895	76	81	9,6797	0,0936	56
10	6,4703	0,1338	9	34	0,0870	0,0870	81	58	9,6340	0,0940	53	82	10,9906	0,0833	86
11	7,0438	0,1243	12	35	0,0975	0,0975	47	59	6,5005	0,1333	10	83	9,7954	0,0926	61
12	9,6686	0,0937	55	36	0,0900	0,0900	73	60	11,3560	0,0809	90	84	10,7220	0,0853	83
13	9,9032	0,0917	65	37	0,0914	0,0914	66	61	9,7606	0,0929	58	85	10,6745	0,0856	82
14	9,7827	0,0927	59	38	0,1376	0,1376	7	62	10,3697	0,0879	79	86	9,0094	0,0999	40
15	9,9783	0,0910	68	39	0,0899	0,0899	74	63	5,4058	0,1561	4	87	8,0776	0,1101	23
16	10,3571	0,0880	78	40	0,0914	0,0914	67	64	10,0215	0,0907	70	88	10,0105	0,0908	69
17	8,5033	0,1052	28	41	0,0890	0,0890	77	65	10,0573	0,0904	71	89	9,8755	0,0919	64
18	11,2851	0,0813	89	42	0,0984	0,0984	43	66	8,5075	0,1051	29	90	10,0914	0,0901	72
19	9,5643	0,0946	51	43	0,0956	0,0956	49	67	7,8511	0,1129	20	91	8,8373	0,1016	36
20	11,1218	0,0824	88	44	0,0873	0,0873	80	68	11,0805	0,0827	87				
21	9,1996	0,0980	44	45	0,1012	0,1012	38	69	7,3927	0,1191	15				
22	8,9563	0,1004	39	46	0,1190	0,1190	16	70	9,0701	0,0993	42				
23	10,1297	0,0898	75	47	0,1068	0,1068	25	71	8,8498	0,1015	37				
24	9,3436	0,0966	48	48	0,0980	0,0980	45	72	8,5375	0,1048	32				

Отже, упорядкування готелів відбувається по величині одновимірного скаляра  $\mu_{0i}$ , який і слугує статистичної оцінкою шуканого латентного критерію.

Проведемо таксономічний аналіз за допомогою модифікованого алгоритму, наведеного на рис. 3.2. Дослідження проводиться за аналогічною схемою до класичної таксономії, тому докладно описувати аналіз кожної складової ми не будемо. Відмітимо тільки отримані результати.

Пункти 1-3 повністю співпадають із проведеним розрахунком за класичною таксономією і наведено в додатку П.1.

Результати за пунктом 4 «перетворення ознак-симптомів дестимуляторів у стимулятори» за формулою 3.16 наведено в додатку П.4.

За пунктом 5 отримано матрицю стандартизованих значень за вісьма критеріями та наведено в додатку П.5.

Задання антиеталону відбувається наступним чином: беремо негативне число, яке задовольняє умовам формули 3.15, тобто визначимо найменше значення за всіма стандартизованими ознаками-симптомам. У нашому розрахунку це – -2,35. (табл. 3.4)

Таблиця 3.4

Результати ранжування малих готелів за методом модифікованої таксономії

Малий готел	$d_i$	$d_i^*$	Ранг	Малий готел	$d_i$	$d_i^*$	Ранг	Малий готел	$d_i$	$d_i^*$	Ранг	Малий готел	$d_i$	$d_i^*$	Ранг
1	11,8833	0,8922	2	25	8,9486	0,6719	15	49	5,5476	0,4165	74	73	7,1199	0,5346	30
2	12,0787	0,9069	1	26	6,8806	0,5166	34	50	5,8490	0,4392	66	74	6,7779	0,5089	38
3	10,9023	0,8186	4	27	6,7373	0,5059	39	51	6,9801	0,5241	32	75	6,5064	0,4885	50
4	10,2479	0,7695	9	28	6,6932	0,5026	42	52	3,5468	0,2663	91	76	7,6664	0,5756	25
5	10,8864	0,8174	5	29	9,1951	0,6904	14	53	7,2056	0,5410	28	77	5,8378	0,4383	67
6	10,8614	0,8155	6	30	8,1281	0,6103	21	54	6,8220	0,5122	36	78	5,8130	0,4365	68
7	9,4465	0,7093	13	31	8,7593	0,6577	17	55	7,4898	0,5624	26	79	5,8499	0,4392	65
8	8,3605	0,6277	18	32	8,2565	0,6199	20	56	9,7349	0,7309	10	80	6,9663	0,5231	33
9	7,8068	0,5862	24	33	4,3885	0,3295	89	57	5,2771	0,3962	81	81	5,7382	0,4308	71
10	9,7163	0,7295	11	34	4,6896	0,3521	86	58	5,9597	0,4475	61	82	5,8884	0,4421	63
11	9,5840	0,7196	12	35	5,9619	0,4476	60	59	10,5336	0,7909	7	83	5,8572	0,4398	64
12	5,7623	0,4327	69	36	5,2772	0,3962	80	60	4,7270	0,3549	85	84	4,6432	0,3486	87
13	6,5773	0,4939	45	37	6,5022	0,4882	51	61	5,7560	0,4322	70	85	5,2438	0,3937	83
14	6,5108	0,4889	49	38	10,2966	0,7731	8	62	5,4620	0,4101	76	86	6,3322	0,4754	55
15	6,5433	0,4913	47	39	5,1482	0,3865	84	63	11,5228	0,8652	3	87	7,1475	0,5367	29
16	6,3904	0,4798	53	40	6,5424	0,4912	48	64	5,7241	0,4298	72	88	5,3437	0,4012	79
17	7,0715	0,5310	31	41	5,9898	0,4497	59	65	6,3221	0,4747	57	89	7,3795	0,5541	27
18	4,5514	0,3417	88	42	6,3608	0,4776	54	66	6,8324	0,5130	35	90	5,3862	0,4044	77
19	5,6102	0,4212	73	43	6,8123	0,5115	37	67	7,9779	0,5990	22	91	6,6936	0,5026	41
20	5,4640	0,4103	75	44	5,2471	0,3940	82	68	4,2639	0,3202	90				
21	6,4217	0,4822	52	45	6,5463	0,4915	46	69	8,7720	0,6586	16				
22	6,6223	0,4972	43	46	8,2936	0,6227	19	70	6,3283	0,4752	56				
23	5,3671	0,4030	78	47	6,7285	0,5052	40	71	6,5960	0,4953	44				
24	6,0048	0,4509	58	48	5,9591	0,4474	62	72	7,8671	0,5907	23				

Нами було обрано, як і в класичній таксономії, евклідову метрику. У результаті отримано матрицю евклідових відстаней (див. додаток П.6), і в табл. 3.4 наведено результат розрахунку відстаней  $d_i$  між усіма точками до антиеталону та результат розрахунку нормованих відстаней  $d_i^*$  за формулою 3.17.

Проведемо об'єднання класичної та модифікованої таксономії за алгоритмом, що було розглянуто у другому розділі монографії (формули 3.18-3.20).

Для нашого розрахунку коефіцієнт приведення складає:

$$K_n = d_{mi}^{\max} / d_{ki}^{\max} = 0,9069 / 0,1665 = 5,4483$$

У табл. 3.5 відображено результати розрахунку трьох таксономічних ранжувань, але відповідно до результатів діапазону міри схожості з еталоном у класичній таксономії (коливається від 0,1664 у 1 рангу до 0,0760 у 91 рангу), бачимо за необхідне застосувати другий підхід до алгоритму проведення класичної та модифікованої таксономії.

Далі дослідження буде проводитися за аналогічною схемою до першого розрахунку таксономії, тому докладно описувати аналіз кожної складової ми не будемо. Відмітимо тільки отримані результати.

Таблиця 3.5

Ранжування малих готелів м. Одеси за класичною, модифікованою та об'єднаною таксономією

№ з/п	Назва малого готелю	Класична таксономія		Модифікована таксономія		Об'єднана оцінка	
		$\mu$	Ранг	d*	Ранг	Показник	Ранг
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Вірада	0,1636	2	0,8922	2	0,8917	2
2	Палас Дель Мар	0,1610	3	0,9069	1	0,8920	1
3	Аркадія-Плаза	0,1373	8	0,8186	4	0,7834	6
4	Континенталь	0,1443	6	0,7695	9	0,7779	7
5	Лондон	0,1665	1	0,8174	5	0,8622	3
6	Моцарт	0,1513	5	0,8155	6	0,8199	5
7	Фраполлі	0,1223	13	0,7093	13	0,6878	13
8	Лермонтовський	0,1164	18	0,6277	18	0,6309	19
9	Маріон	0,1064	26	0,5862	24	0,5831	24
10	Промінада	0,1339	9	0,7295	11	0,7294	10
11	Чорне море (філія Вірада)	0,1243	12	0,7196	12	0,6985	12
12	5 Start	0,0937	55	0,4327	69	0,4717	64
13	BlackSea Backpackers Int.	0,0917	65	0,4939	45	0,4968	52
14	Mini-hotel	0,0927	59	0,4889	49	0,4971	51
15	The Babushka Grand	0,0911	68	0,4913	47	0,4938	54

## Продовження таблиці .3.5

1	2	3	4	5	6	7	8
16	Автотурист	0,0881	78	0,4798	53	0,4798	61
17	Айвазовський	0,1052	28	0,5310	31	0,5521	30
18	Альянс	0,0814	89	0,3417	88	0,3926	88
19	Анабель	0,0947	51	0,4212	73	0,4685	69
20	Астро	0,0825	88	0,4103	75	0,4299	84
21	Атріум	0,0980	44	0,4822	52	0,5082	47
22	Барселона	0,1004	39	0,4972	43	0,5222	40
23	Білий Кролик	0,0899	75	0,4030	78	0,4463	77
24	Бригантина	0,0967	48	0,4509	58	0,4888	58
25	Будинок актора	0,1170	17	0,6719	15	0,6548	15
26	Валенсія	0,0951	50	0,5166	34	0,5174	42
27	Версаль	0,1040	34	0,5059	39	0,5362	36
28	Вікторія	0,0939	54	0,5026	42	0,5071	49
29	Вілла Венеція	0,1199	14	0,6904	14	0,6718	14
30	Вілла Елена	0,1052	30	0,6103	21	0,5916	22
31	Вілла Неапіль	0,1140	19	0,6577	17	0,6394	17
32	Вілла Панама	0,1108	22	0,6199	20	0,6118	20
33	Галіан	0,0836	85	0,3295	89	0,3925	89
34	Гетьман	0,0871	81	0,3521	86	0,4133	85
35	Гостьовий двір	0,0975	47	0,4476	60	0,4895	57
36	Де Рішельє	0,0900	73	0,3962	80	0,4433	79
37	Дерибас	0,0915	66	0,4882	51	0,4934	55
38	Джаконда	0,1377	7	0,7731	8	0,7617	8
39	Ердан	0,0899	74	0,3865	84	0,4382	81
40	Єнтонис Хоум	0,0915	67	0,4912	48	0,4948	53
41	Загублений світ	0,0891	77	0,4497	59	0,4675	70
42	Закарпатська колиба	0,0985	43	0,4776	54	0,5070	50
43	Золоте Руно	0,0956	49	0,5115	37	0,5162	43
44	Золотий берег	0,0873	80	0,3940	82	0,4349	82
45	Золотий шар	0,1012	38	0,4915	46	0,5216	41
46	Капрі	0,1190	16	0,6227	19	0,6356	18
47	Катерина	0,1068	25	0,5052	40	0,5436	32
48	Катеринінські апартаменти	0,0980	45	0,4474	62	0,4908	56
49	Катран	0,0927	60	0,4165	74	0,4609	72
50	Клеопатра	0,0935	57	0,4392	66	0,4744	62
51	Клумба	0,1063	27	0,5241	32	0,5517	31
52	Ковбой	0,0760	91	0,2663	91	0,3402	91
53	Колумбус	0,1049	31	0,5410	28	0,5563	28
54	Комфортотель	0,0943	52	0,5122	36	0,5129	44
55	Кооператор	0,0997	41	0,5624	26	0,5527	29
56	Корона	0,1267	11	0,7309	10	0,7107	11
57	Креветка	0,0896	76	0,3962	81	0,4421	80
58	Криштальний дім	0,0940	53	0,4475	61	0,4799	60
59	Ла Перла Рояль	0,1333	10	0,7909	7	0,7586	9
60	Лузанівка	0,0809	90	0,3549	85	0,3979	87
61	Львівський	0,0929	58	0,4322	70	0,4693	68
62	Малібу	0,0880	79	0,4101	76	0,4447	78
63	Марістела-клуб	0,1561	4	0,8652	3	0,8578	4
64	Міраж	0,0907	70	0,4298	72	0,4621	71
65	Морехідний	0,0904	71	0,4747	57	0,4837	59
66	Наутілус	0,1052	29	0,5130	35	0,5430	33

## Закінчення таблиці 3.5

1	2	3	4	5	6	7	8
67	Немо	0,1130	20	0,5990	22	0,6073	21
68	Оазис	0,0828	87	0,3202	90	0,3856	90
69	Одеський дворик	0,1192	15	0,6586	16	0,6539	16
70	Одисей	0,0993	42	0,4752	56	0,5081	48
71	Океаніс	0,1015	37	0,4953	44	0,5242	39
72	Олімп Клуб	0,1048	32	0,5907	23	0,5810	25
73	Опера	0,1079	24	0,5346	30	0,5611	27
74	Ореанда	0,1041	33	0,5089	38	0,5380	35
75	Особняк	0,0980	46	0,4885	50	0,5112	45
76	Палладіум	0,1109	21	0,5756	25	0,5900	23
77	Пальма	0,0924	63	0,4383	67	0,4708	66
78	Прибій	0,0847	84	0,4365	68	0,4490	73
79	Приморський	0,0925	62	0,4392	65	0,4716	65
80	Принцес	0,1031	35	0,5231	33	0,5424	34
81	Ре-ка	0,0936	56	0,4308	71	0,4705	67
82	Сан Марін	0,0834	86	0,4421	63	0,4483	74
83	Санрайз	0,0926	61	0,4398	64	0,4722	63
84	Сфера	0,0853	83	0,3486	87	0,4067	86
85	Тукан	0,0857	82	0,3937	83	0,4302	83
86	Уліс	0,0999	40	0,4754	55	0,5099	46
87	Уютний	0,1102	23	0,5367	29	0,5684	26
88	Фієста	0,0908	69	0,4012	79	0,4480	75
89	Чкаловский	0,0919	64	0,5541	27	0,5275	38
90	Шаланда	0,0902	72	0,4044	77	0,4478	76
91	Ялинця-Палинця	0,1017	36	0,5026	41	0,5282	37

Результат проведення стандартизації даних за формулою 3.7 у програмному продукті STATISTICA (V 10). наведено в додатку Р.1.

Визначення і облік статистичних ваг  $f_k$  відібраних ознак-симптомів для корекції впливу критеріїв та ранжування наведено в додатку Р.2.

У результаті застосування формул 3.9 та 3.10 визначився малий готель-еталон із наступними координатами:  $z_0$  (0,3939; 0,3556; -0,0628; 0,1442; 0,4030; 0,4838; 0,4747; 0,4037), які виділено шрифтом у додатку Р.2.

Нами було обрано, як і в класичній таксономії, евклідову метрику. У результаті була отримано матрицю евклідових відстаней (див. додаток Р.3), і в табл. 3.6 наведено результат розрахунку відстаней  $d_i$  між усіма точками до еталону та результат розрахунку міри подібності  $\mu_i$  за формулою 3.21.

Середня арифметична відстань склала – 1,0836; середньоквадратичне відхилення (S) – 0,2663.

Таблиця 3.6

Результати ранжування малих готелів за методом класичної таксономії  
за В. Плютою

Малий готель	d	$\mu$	Ранг	Малий готель	d	$\mu$	Ранг	Малий готель	d	$\mu$	Ранг	Малий готель	d	$\mu$	Ранг
1	0,5109	0,7286	2	25	0,7929	0,5788	15	49	1,2088	0,3578	61	73	0,9791	0,4799	28
2	0,4711	0,7497	1	26	1,1217	0,4041	48	50	1,2506	0,3357	72	74	1,0144	0,4611	33
3	0,5265	0,7203	3	27	1,0197	0,4583	35	51	1,0451	0,4448	38	75	1,0424	0,4462	37
4	0,6857	0,6358	8	28	1,1877	0,3691	55	52	1,6886	0,1030	91	76	0,8937	0,5253	24
5	0,6236	0,6687	5	29	0,7077	0,6241	9	53	0,8912	0,5265	23	77	1,1202	0,4049	46
6	0,6610	0,6488	7	30	0,9017	0,5210	25	54	1,1238	0,4030	49	78	1,5109	0,1973	86
7	0,7609	0,5958	12	31	0,7743	0,5887	14	55	1,2258	0,3488	67	79	1,2161	0,3540	64
8	0,8847	0,5300	22	32	0,8704	0,5376	21	56	0,7315	0,6114	11	80	1,1053	0,4128	43
9	1,0068	0,4651	31	33	1,3959	0,2584	81	57	1,2686	0,3261	77	81	1,1956	0,3648	59
10	0,7639	0,5942	13	34	1,3387	0,2888	79	58	1,0991	0,4161	41	82	1,5454	0,1790	87
11	0,7982	0,5760	16	35	1,1295	0,4000	50	59	0,7203	0,6173	10	83	1,1699	0,3785	53
12	1,2471	0,3375	70	36	1,2909	0,3142	78	60	1,6271	0,1356	90	84	1,3409	0,2877	80
13	1,2497	0,3361	71	37	1,2618	0,3297	76	61	1,1141	0,4082	45	85	1,5033	0,2014	85
14	1,2349	0,3440	69	38	0,6508	0,6543	6	62	1,4818	0,2128	83	86	1,1116	0,4095	44
15	1,2516	0,3351	73	39	1,2611	0,3301	75	63	0,5687	0,6979	4	87	0,9353	0,5031	26
16	1,4540	0,2276	82	40	1,2540	0,3338	74	64	1,2135	0,3554	63	88	1,1802	0,3730	54
17	1,0075	0,4648	32	41	1,1213	0,4044	47	65	1,2237	0,3499	66	89	1,1954	0,3650	58
18	1,6166	0,1412	89	42	1,1453	0,3916	52	66	0,9592	0,4904	27	90	1,2168	0,3536	65
19	1,2106	0,3569	62	43	1,1908	0,3674	56	67	0,8384	0,5546	17	91	1,0038	0,4668	30
20	1,5661	0,1681	88	44	1,1932	0,3661	57	68	1,4872	0,2100	84				
21	1,2040	0,3604	60	45	0,9953	0,4713	29	69	0,8608	0,5427	20				
22	1,0967	0,4174	40	46	0,8475	0,5498	19	70	1,0164	0,4600	34				
23	1,2283	0,3475	68	47	1,0608	0,4364	39	71	1,0237	0,4562	36				
24	1,1007	0,4153	42	48	1,1380	0,3955	51	72	0,8463	0,5504	18				

Проведемо аналогічний розрахунок для модифікованої таксономії, користуючись описаним раніше алгоритмом із застосуванням стандартизації даних до присвоєння статистичних ваг.

Пункти 1 – 3 повністю співпадають із проведеним розрахунком за класичною таксономією і представлено у додатку Р.2.

Результати за пунктом 4 «перетворення ознак-симптомів дестимуляторів у стимулятори» за формулою 3.16 наведено в додатку Р.4.

Задання антиеталону відбувається наступним чином: беремо негативне число, яке задовольняє умові формули 3.15, тобто визначимо найменше значення за всіма стандартизованими ознаками-симптомам. У нашому розрахунку це – -0,4708.



Нами було обрано, як і в класичній таксономії, евклідову метрику. У результаті було отримано матрицю евклідових відстаней (див. додаток Р.5), і в табл. 3.7 наведено результат розрахунку відстаней  $d_i$  між усіма точками до антїеталону та результат розрахунку нормованих відстаней  $d_i^*$  за формулою 3.17.

Таблиця 3.7

Результати ранжування малих готелів за методом модифікованої таксономії за В. Плютою

Малий готел	$d_i$	$d_i^*$	Ранг	Малий готел	$d_i$	$d_i^*$	Ранг	Малий готел	$d_i$	$d_i^*$	Ранг	Малий готел	$d_i$	$d_i^*$	Ранг
1	2,4348	0,2710	2	25	2,1746	0,2421	15	49	1,8155	0,2021	75	73	1,9960	0,2222	26
2	2,4975	0,2780	1	26	1,9260	0,2144	41	50	1,8551	0,2065	67	74	1,9733	0,2197	30
3	2,3567	0,2623	4	27	1,9249	0,2143	42	51	1,9690	0,2192	33	75	1,9085	0,2124	45
4	2,2402	0,2494	11	28	1,8968	0,2111	50	52	1,6042	0,1786	91	76	2,0279	0,2257	24
5	2,3113	0,2573	5	29	2,2851	0,2544	8	53	1,9867	0,2211	27	77	1,8606	0,2071	66
6	2,2956	0,2555	6	30	2,0816	0,2317	21	54	1,9232	0,2141	44	78	1,7271	0,1922	85
7	2,1285	0,2369	17	31	2,2243	0,2476	12	55	1,9062	0,2122	46	79	1,8827	0,2096	56
8	2,0354	0,2266	23	32	2,1568	0,2401	16	56	2,2499	0,2504	10	80	1,9450	0,2165	38
9	1,9691	0,2192	32	33	1,7143	0,1908	87	57	1,8124	0,2017	77	81	1,8703	0,2082	63
10	2,1846	0,2432	13	34	1,7667	0,1967	81	58	1,8542	0,2064	68	82	1,7399	0,1937	82
11	2,1789	0,2425	14	35	1,8908	0,2105	53	59	2,2872	0,2546	7	83	1,8952	0,2110	51
12	1,8614	0,2072	65	36	1,8154	0,2021	76	60	1,6701	0,1859	90	84	1,7708	0,1971	80
13	1,8752	0,2087	59	37	1,8630	0,2074	64	61	1,8974	0,2112	49	85	1,7123	0,1906	88
14	1,8717	0,2083	62	38	2,2777	0,2535	9	62	1,7278	0,1923	84	86	1,8765	0,2089	58
15	1,8731	0,2085	60	39	1,8212	0,2027	73	63	2,4202	0,2694	3	87	1,9777	0,2201	29
16	1,8082	0,2013	78	40	1,8726	0,2084	61	64	1,8803	0,2093	57	88	1,8254	0,2032	72
17	1,9715	0,2194	31	41	1,8180	0,2024	74	65	1,9636	0,2186	35	89	2,0028	0,2229	25
18	1,7012	0,1894	89	42	1,9044	0,2120	47	66	1,9817	0,2206	28	90	1,8433	0,2052	70
19	1,8520	0,2061	69	43	1,9020	0,2117	48	67	2,0635	0,2297	22	91	1,9648	0,2187	34
20	1,7288	0,1924	83	44	1,7954	0,1998	79	68	1,7152	0,1909	86				
21	1,8948	0,2109	52	45	1,9414	0,2161	39	69	2,1016	0,2339	20				
22	1,9487	0,2169	36	46	2,1064	0,2345	19	70	1,9401	0,2160	40				
23	1,8427	0,2051	71	47	1,9233	0,2141	43	71	1,9458	0,2166	37				
24	1,8844	0,2098	55	48	1,8873	0,2101	54	72	2,1157	0,2355	18				

Для приведення класичної та модифікованої таксономії до єдиної оцінки використаємо розрахунок за формулами 3.18 – 3.20.

Результати проведеного розрахунку наведено в табл. 3.8.

Ранжування малих готелів м. Одеси за класичною, модифікованою та об'єднаною таксономією

№ з/п	Назва малого готелю	Класична таксономія		Модифікована таксономія		Об'єднана оцінка	
		$\mu$	Ранг	d*	Ранг	Показник	Ранг
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Відрада	0,7286	2	0,2710	2	0,7297	2
2	Палас Дель Мар	0,7497	1	0,2780	1	0,7497	1
3	Аркадія-Плаза	0,7203	3	0,2623	4	0,7139	3
4	Континенталь	0,6358	8	0,2494	11	0,6541	9
5	Лондон	0,6687	5	0,2573	5	0,6813	5
6	Моцарт	0,6488	7	0,2555	6	0,6690	7
7	Фраполлі	0,5958	12	0,2369	17	0,6173	14
8	Лермонтовський	0,5300	22	0,2266	23	0,5705	23
9	Маріон	0,4651	31	0,2192	32	0,5281	31
10	Промінада	0,5942	13	0,2432	13	0,6250	13
11	Чорне море (філія Відрада)	0,5760	16	0,2425	14	0,6150	16
12	5 Start	0,3375	70	0,2072	65	0,4481	72
13	BlackSea Backpackers Int.	0,3361	71	0,2087	59	0,4495	70
14	Mini-hotel	0,3440	69	0,2083	62	0,4529	66
15	The Babushka Grand	0,3351	73	0,2085	60	0,4487	71
16	Автотурист	0,2276	82	0,2013	78	0,3852	82
17	Айвазовський	0,4648	32	0,2194	31	0,5283	29
18	Альянс	0,1412	89	0,1894	89	0,3259	89
19	Анабель	0,3569	62	0,2061	69	0,4564	64
20	Астро	0,1681	88	0,1924	83	0,3435	88
21	Атріум	0,3604	60	0,2109	52	0,4646	58
22	Барселона	0,4174	40	0,2169	36	0,5012	40
23	Білий Кролик	0,3475	68	0,2051	71	0,4503	69
24	Бригантина	0,4153	42	0,2098	55	0,4905	43
25	Будинок актора	0,5788	15	0,2421	15	0,6158	15
26	Валенсія	0,4041	48	0,2144	41	0,4911	42
27	Версаль	0,4583	35	0,2143	42	0,5181	36
28	Вікторія	0,3691	55	0,2111	50	0,4692	56
29	Вілла Венеція	0,6241	9	0,2544	8	0,6550	8
30	Вілла Елена	0,5210	25	0,2317	21	0,5729	22
31	Вілла Неапіль	0,5887	14	0,2476	12	0,6282	12
32	Вілла Панама	0,5376	21	0,2401	16	0,5925	18
33	Галіан	0,2584	81	0,1908	87	0,3865	81
34	Гетьман	0,2888	79	0,1967	81	0,4096	80
35	Гостьовий двір	0,4000	50	0,2105	53	0,4838	48
36	Де Рішельє	0,3142	78	0,2021	76	0,4296	78
37	Дерибас	0,3297	76	0,2074	64	0,4445	75
38	Джаконда	0,6543	6	0,2535	9	0,6690	6
39	Ердан	0,3301	75	0,2027	73	0,4384	76
40	Єнтонис Хоум	0,3338	74	0,2084	61	0,4480	73
41	Загублений світ	0,4044	47	0,2024	74	0,4750	53
42	Закарпатська колиба	0,3916	52	0,2120	47	0,4816	51
43	Золоте Руно	0,3674	56	0,2117	48	0,4692	57

## Закінчення таблиці 3.8

1	2	3	4	5	6	7	8
44	Золотий берег	0,3661	57	0,1998	79	0,4525	67
45	Золотий шар	0,4713	29	0,2161	39	0,5270	32
46	Капрі	0,5498	19	0,2345	19	0,5911	19
47	Катерина	0,4364	39	0,2141	43	0,5069	39
48	Катеринінські апартаменти	0,3955	51	0,2101	54	0,4810	52
49	Катран	0,3578	61	0,2021	75	0,4514	68
50	Клеопатра	0,3357	72	0,2065	67	0,4463	74
51	Клумба	0,4448	38	0,2192	33	0,5179	37
52	Ковбой	0,1030	91	0,1786	91	0,2923	91
53	Колумбус	0,5265	23	0,2211	27	0,5615	25
54	Комфортотель	0,4030	49	0,2141	44	0,4902	44
55	Кооператор	0,3488	67	0,2122	46	0,4605	60
56	Корона	0,6114	11	0,2504	10	0,6434	11
57	Креветка	0,3261	77	0,2017	77	0,4351	77
58	Криштальний дім	0,4161	41	0,2064	68	0,4864	47
59	Ла Перла Рояль	0,6173	10	0,2546	7	0,6520	10
60	Лузанівка	0,1356	90	0,1859	90	0,3185	90
61	Львівський	0,4082	45	0,2112	49	0,4889	45
62	Малібу	0,2128	83	0,1923	84	0,3657	83
63	Марістела-клуб	0,6979	4	0,2694	3	0,7122	4
64	Міраж	0,3554	63	0,2093	57	0,4599	62
65	Морехідний	0,3499	66	0,2186	35	0,4697	55
66	Наутілус	0,4904	27	0,2206	28	0,5426	27
67	Немо	0,5546	17	0,2297	22	0,5870	20
68	Оазис	0,2100	84	0,1909	86	0,3624	84
69	Одеський дворик	0,5427	20	0,2339	20	0,5868	21
70	Одисей	0,4600	34	0,2160	40	0,5212	34
71	Океаніс	0,4562	36	0,2166	37	0,5201	35
72	Олімп Клуб	0,5504	18	0,2355	18	0,5928	17
73	Опера	0,4799	28	0,2222	26	0,5395	28
74	Ореанда	0,4611	33	0,2197	30	0,5267	33
75	Особняк	0,4462	37	0,2124	45	0,5096	38
76	Палладіум	0,5253	24	0,2257	24	0,5670	24
77	Пальма	0,4049	46	0,2071	66	0,4817	50
78	Прибій	0,1973	86	0,1922	85	0,3579	85
79	Приморський	0,3540	64	0,2096	56	0,4596	63
80	Принцес	0,4128	43	0,2165	38	0,4983	41
81	Ре-ка	0,3648	59	0,2082	63	0,4631	59
82	Сан Марін	0,1790	87	0,1937	82	0,3507	87
83	Санрайз	0,3785	53	0,2110	51	0,4737	54
84	Сфера	0,2877	80	0,1971	80	0,4096	79
85	Тукан	0,2014	85	0,1906	88	0,3577	86
86	Уліс	0,4095	44	0,2089	58	0,4864	46
87	Уютний	0,5031	26	0,2201	29	0,5484	26
88	Фієста	0,3730	54	0,2032	72	0,4605	61
89	Чкаловський	0,3650	58	0,2229	25	0,4831	49
90	Шаланда	0,3536	65	0,2052	70	0,4535	65
91	Ялинця-Палинця	0,4668	30	0,2187	34	0,5283	30

Розрахунки, зроблені за класичною, модифікованою та об'єднаною таксономією, дозволяють виділити чотири групи: «лідери», «послідовники лідерів», «середняки» та «аутсайдери» [60].

Згідно з даними табл. 3.9 найбільша питома вага припадає на групи «середняки» (56,0 %) та «аутсайдери» (19,8 %), що свідчить про наявність значної кількості конкурентів [63].

Таблиця 3.9

Структура малих готелів м. Одеса по групах

Групи малих готелів		Сегментування малих готелів по групах		Коливання об'єднаного показника	Ранги
		Кількість готелів, од.	Питома вага, %		
1	Лідери	10	11,0	0,7497 – 0,6520	1 – 10
2	Послідовники лідерів	15	16,5	0,6434 – 0,5615	11 – 25
3	Середняки	44	48,3	0,5484 – 0,4503	26 – 69
4	Аутсайдери	22	24,2	0,4495 – 0,2923	70 – 91
	Разом	91	100,0	-	-

*Джерело: розраховано за результатами анкетування та таксономічного аналізу [63]*

### 3.3. ФОРМУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО РОЗВИТКУ ПЕВНИХ ГРУП МАЛИХ ГОТЕЛІВ М. ОДЕСИ

Для надання рекомендацій щодо розвитку кожної з груп малих готелів необхідно проаналізувати їх структуру [22].

Малі готелі групи «лідери»: «Палас Дель Мар» (5\*), «Відрада» (5\*), «Аркадія-Плаза» (4\*), «Марістела-клуб», «Лондон» (4\*), «Джоконда», «Моцарт» (4\*), «Вілла Венеція», «Континенталь» (4\*), «Ла Перла Рояль» – характеризуються значною чисельністю персоналу задля забезпечення високого рівня сервісу найбільш вимогливим клієнтам.

Місце розташування для готелів групи «лідери» має велике значення, тому вони намагаються займати престижні райони міста, наприклад: близько до морського узбережжя («Відрада», «Палас Дель Мар», «Марістела-клуб», «Вілла Венеція»), у парку («Джоконда») чи біля оперного театру («Моцарт»). Отже, усі малі готелі мають більш-менш вигідну дислокацію.

Згідно з даними табл. 3.10 вартість послуг у сегменті «лідери» є дуже високою – від 1874 грн./ном. у готелі «Аркадія-Плаза» до 3200 грн./ном. у готелі «Марістела-клуб», що обумовлене елітними умовами проживання. Ціни, як правило, відповідають якості: номери мають дороге устаткування, обслуговування надається за вищими професійними європейськими стандартами.

Таблиця 3.10

Малі готелі групи «лідери» м. Одеси

№ рангу	Назва готелю	Об'єднаний показник	Кількість номерів	Середня ціна проживання у номерах готелю, грн.
1	Палас Дель Мар	0,7497	35	2345 (1500-6500)
2	Відрада	0,7297	26	2865 (1570-7940)
3	Аркадія-Плаза	0,7139	24	1874 (1167-4473)
4	Марістела-клуб	0,7122	15	3200 (1750-7500)
5	Лондон	0,6813	37	1960 (1595-5000)
6	Джоконда	0,6690	9	2200 (1670-2670)
7	Моцарт	0,6690	40	2160 (1851-3984)
8	Вілла Венеція	0,6550	10	1775 (990-2490)
9	Континенталь	0,6541	32	1938 (1770-4000)
10	Ла Перла Рояль	0,6520	5	1736 (840-2240)

*Джерело: розраховано за результатами анкетування та таксономічного аналізу [63]*

Вартість обслуговування не є визначальним критерієм при виборі споживачами готелю групи «лідери». Більш того, занадто низькі ціни можуть негативно позначитися на іміджі цього засобу розміщення. Клієнти готелів даної категорії мають високий рівень доходу, їх лояльність можна заслужити через індивідуальний підхід. При аналізі рівня конкурентоспроможності

максимальну оцінку отримують не ті готелі, які пропонують найнижчу ціну, а ті, що мають достатньо широкий діапазон цін, який дозволяє гарантувати знижки в знак пошани постійним клієнтам [94, с. 182].

Варто зазначити, що підприємства цієї групи не зацікавлені створювати будь-які об'єднання (мережі, асоціації). Їх основна перевага – це яскраво виражена індивідуальність. Також простежується закономірність у виборі дислокації ексклюзивних малих готелів – розташування щонайдалі один від одного для формування та збереження сегментів власних клієнтів. Крім того, тенденцією останніх років є відкриття малих готелів-бутіків.

Серед 10 малих готелів, що ввійшли до групи «лідери», найбільш вигідну позицію займають готелі «Палас Дель Мар», «Відрада», «Аркадія-Плаза». Дещо слабкіші позиції у малих готелів «Континенталь» та «Ла Перла Рояль».

*Готелі групи «послідовники лідерів»* зазвичай розташовані в межах великого міста та здебільшого не концентруються у якомусь певному територіальному регіоні (табл. 3.11).

Готелі групи «послідовники лідерів» у м. Одеса знаходяться в історичному центрі міста («Одеський дворик», «Палладіум»), в Аркадії («Корона», «Вілла Неаполь», «Вілла Панама»), районі центральних пляжів («Чорне море» (філія «Відрада» 3\*, «Лермонтовський» 3\*, «Немо»), Совіньоні («Капрі»), на Великому Фонтані («Будинок актора», «Промінада»). Готелі групи «послідовники лідерів» мають широкий асортимент послуг та якісно навчений обслуговуючий персонал, керований професійною командою менеджерів. Ціни на номери готелів цієї групи вищі за середні по регіону та коливаються від 626 грн./ном. («Лермонтовський» 3\*) до 1850 грн./ном. («Вілла Неаполь» 4\*). У номерах – дорогі меблі й устаткування, у готелі – просторе фойє і ресторан. Зазвичай основними споживачами послуг таких готелів є бізнесмени, учасники конгресів або індивідуальні туристи.

На нашу думку, найкращим рішенням для таких готелів є відкриття власних філій. Ідеальним варіантом для зменшення строків окупності

інвестицій та підвищення рівня багато експертів визначають проект із будівництва мережі малих готелів. Тільки так можна істотно скоротити собівартість квадратного метра загального номерного фонду, що досягається шляхом закупівлі великої кількості будівельних і обробних матеріалів, а також за рахунок скорочення штату співробітників. У середньому безвідносно до «зірковості» створення мережі з 5 малих готелів дозволяє скоротити собівартість квадратного метра на 10-15 % (порівняно з одиничним об'єктом); мережа, складена з 10 і більше малих готелів, відповідно, зменшить собівартість на 20 %. Усе це є логічним підґрунтям для зменшення терміну окупності капіталовкладень у відкриття малих готелів, що входять до мережі, до 3 – 5 рр. [45; 47].

Таблиця 3.11

Малі готелі групи «послідовники лідерів» м. Одеси

№ рангу	Назва готелю	Об'єднаний показник	Кількість номерів	Середня ціна проживання у номерах готелю, грн.
11	Корона	0,6434	18	874 (560-2400)
12	Вілла Неапіль	0,6282	8	1850 (1400-2400)
13	Промінада	0,6250	30	1080 (1000-1400)
14	Фраполлі	0,6173	26	1268 (840-1800)
15	Будинок актора	0,6158	9	1271 (1040-2000)
16	Чорне море (філія Відрада)	0,6150	32	780 (715-1210)
17	Олімп Клуб	0,5928	12	833 (800-850)
18	Вілла Панама	0,5925	24	867 (800-1000)
19	Капрі	0,5911	29	1440 (620-4800)
20	Немо	0,5870	20	1060 (800-2000)
21	Одеський дворик	0,5868	43	856 (550-3200)
22	Вілла Елена	0,5729	5	1300 (1300-1300)
23	Лермонтовський	0,5705	33	626 (490-790)
24	Палладіум	0,5670	23	1018 (840-2080)
25	Колумбус	0,5615	9	716 (550-1000)

*Джерело: розраховано за результатами анкетування та таксономічного аналізу [63]*

Серед 15 малих готелів, що ввійшли до групи «послідовники лідерів» найбільш вигідну позицію займають готелі «Корона», «Вілла Неапіль» та «Промінада». Дещо слабкіші позиції у малих готелів «Палладіум» та «Колумбус».

У м. Одесі малі готелі групи «середняки» (табл. 3.12) здобули значне розповсюдження (44 заклади) та розподілилися по районах міста таким чином: 16 засобів розміщення розташовані в історичному центрі міста (36,4 %); 13 – на Великому Фонтані (29,5 %); 5 – у районі центральних пляжів (11,4 %); 4 – у Совіньоні (9,1 %), 4 – у жилмасиві «Таїрове» (9,1 %); 2 – в Аркадії (4,5 %).

Таблиця 3.12

Малі готелі групи «середняки» м. Одеси

№ ранг у	Назва готелю	Об'єднаний показник	Кількість номерів	Середня ціна проживання в номерах готелю, грн.
1	2	3	4	5
26	Уютний	0,5484	15	1087 (900-1900)
27	Наутілуc	0,5426	10	790 (350-1800)
28	Опера	0,5395	5	1164 (800-1490)
29	Айвазовський	0,5283	27	955 (720-1140)
30	Ялинця-Палинця	0,5283	18	711 (480-1100)
31	Маріон	0,5281	32	475 (450-850)
32	Золотий шар	0,5270	10	1000 (1000-1000)
33	Ореанда	0,5267	8	921 (780-1100)
34	Одисей	0,5212	6	533 (400-700)
35	Океаніc	0,5201	20	535 (400-800)
36	Версаль	0,5181	4	720 (600-800)
37	Клумба	0,5179	8	835 (585-1185)
38	Особняк	0,5096	22	575 (362-1888)
39	Катерина	0,5069	13	918 (720-1250)
40	Барселона	0,5012	18	427 (350-650)
41	Принцес	0,4983	30	664 (550-1320)
42	Валенсія	0,4911	8	509 (410-600)
43	Бригантина	0,4905	9	677 (600-700)
44	Комфортготель	0,4902	5	509 (280-785)
45	Львівський	0,4889	2	350 (350-350)
46	Уліс	0,4864	16	834 (690-1700)
47	Криштальний дім	0,4864	11	459 (350-650)
48	Гостьовий двір	0,4838	6	966 (450-1300)
49	Чкаловский	0,4831	9	294 (250-350)
50	Пальма	0,4817	12	450 (350-550)
51	Закарпатська колиба	0,4816	25	420 (300-600)



## Закінчення таблиці 3.12

1	2	3	4	5
52	Катеринінські апар-нти	0,4810	8	590 (400-640)
53	Загублений світ	0,4750	3	850 (750-900)
54	Санрайз	0,4737	6	466 (400-600)
55	Морехідний	0,4697	8	365 (350-400)
56	Вікторія	0,4692	8	500 (400-800)
57	Золоте Руно	0,4692	10	600 (600-600)
58	Атріум	0,4646	5	354 (230-540)
59	Ре-ка	0,4631	5	768 (400-1200)
60	Кооператор	0,4605	50	426 (320-600)
61	Фієста	0,4605	3	650 (650-650)
62	Міраж	0,4599	9	350 (350-350)
63	Приморський	0,4596	12	397 (100-520)
64	Анабель	0,4564	7	878 (700-950)
65	Шаланда	0,4535	6	500 (450-600)
66	Mini-hotel	0,4529	5	560 (320-800)
67	Золотий берег	0,4525	4	200 (200-200)
68	Катран	0,4514	7	751 (650-1000)
69	Білий Кролик	0,4503	5	220 (200-250)

*Джерело: розраховано за результатами анкетування та таксономічного аналізу [63]*

Тарифи в даному сегменті ринку малих готелів знаходяться на рівні середніх цін регіону або трохи вище їх; середня ціна проживання в номері варіюється від 200-220 грн. («Золотий берег», «Білий Кролик») до 1164 грн. («Опера»). Кадровий склад менеджерів підготовлений досить професійно.

Саме для цієї групи є сенс запропонувати створення асоціації малих готелів м. Одеси. Подібне об'єднання дасть змогу запровадити організацію оптових закупівель за прийнятними цінами, проводити спільні рекламні кампанії, маркетингові дослідження і використовувати інші шляхи щодо витратної частини бюджету [34].

Серед 44 малих готелів, що увійшли до групи «середняки» найбільш вигідну позицію займають готелі «Уютний», «Наутілус» та «Опера». Дещо слабкіші позиції у малих готелів «Золотий берег», «Катран» та «Білий Кролик».

*Малі готелі групи «аутсайдерів» розташовані зазвичай поблизу міської смуги, уздовж транспортних магістралей міста, по яких легко доїхати до*

центру. У м. Одесі вони представлені 22-ма засобами розміщення (табл. 3.13), які дислокуються таким чином: 9 готелів знаходяться у межах пляжу Лузанівка (40,9 %); 9 – в історичному центрі міста (40,9 %); 1 – у жилмасиві «Таїрове» (4,5 %), 2 – на Молдованці (9,2 %); 1 – у районі центральних пляжів (4,5 %).

Середня ціна проживання в номері в таких готелях зазвичай на 30-50 % нижче за середню по регіону, коливається від 100 грн./ном. («Сан Марін») до 600 грн. («Гетьман»). Ці готелі розраховано на бізнесменів і туристів, що не потребують повного пансіону і прагнуть отримати звичайний, сучасно обладнаний стандартний номер.

Таблиця 3.13

Малі готелі групи «аутсайтери» м. Одеси

№ рангу	Назва готелю	Об'єднаний показник	Кількість номерів	Середня ціна проживання в номерах готелю, грн.
70	BlackSea Backpackers' International	0,4495	3	125 (125-125)
71	The Babushka Grand	0,4487	1	116 (116-116)
72	5 Start	0,4481	4	937 (850-1000)
73	Єнтонис Хоум	0,4480	4	110 (110-110)
74	Клеопатра	0,4463	20	402 (350-500)
75	Дерибас	0,4445	14	425 (350-600)
76	Ердан	0,4384	6	466 (400-600)
77	Креветка	0,4351	8	337 (300-450)
78	Де Рішельє	0,4296	16	340 (300-400)
79	Сфера	0,4096	4	320 (320-320)
80	Гетьман	0,4096	3	600 (450-800)
81	Галіан	0,3865	3	241 (225-275)
82	Автотурист	0,3852	24	544 (400-900)
83	Малібу	0,3657	30	463 (310-720)
84	Оазис	0,3624	3	366 (300-500)
85	Прибій	0,3579	40	335 (250-320)
86	Тукан	0,3577	30	361 (350-500)
87	Сан Марін	0,3507	44	100 (100-100)
88	Астро	0,3435	33	300 (220-550)
89	Альянс	0,3259	20	354 (240-800)
90	Лузанівка	0,3185	28	120 (115-125)
91	Ковбой	0,2923	3	300 (300-300)

*Джерело: розраховано за результатами анкетування та таксономічного аналізу [63]*

Серед 22 малих готелів, що ввійшли до групи «аутсайтери» найбільш вигідну позицію займають готелі «BlackSea Backpackers' International» та «The Babushka Grand». Дещо слабкіші позиції у малих готелів «Альянс», «Лузанівка» та «Ковбой».

Більшість малих готелів групи «аутсайдерів» прагнуть отримати допомогу щодо організації консультацій з юридичних та фінансово-економічних питань, тренінгів та навчання персоналу, підвищення збуту. Тому зацікавленість готелів цього сегменту полягає в об'єднанні, сконцентрованому на наданні консультативних послуг та необхідності презентувати себе на ринку. Протягом дослідження було виявлено 20 малих готелів, що не мають своєї власної електронної сторінки в мережі Інтернет. Тому доцільно запропонувати об'єднання зусиль у просуванні їх послуг на ринку через створення інформаційного порталу малих готелів м. Одеси, що позитивно вплине на коефіцієнт їх завантаження. Крім того, економія коштів на самостійне інформування клієнтів про умови обслуговування дасть можливість підвищити ефективність діяльності малих готелів групи аутсайтери.

Об'єднання малих готелів у єдину партнерську мережу при збереженні їх господарської незалежності надасть можливість успішно вирішити значну частину гострих господарських питань, таких, як економія на закупівлі малоцінних предметів і швидкозношуваних матеріалів, пошук і набір персоналу, аутсорсинг непрофільних послуг тощо. У той же час не всі малі готелі зацікавлені вступати у будь-які об'єднання для отримання сторонньої допомоги при провадженні діяльності, що пояснюється їх бажанням самостійно позиціонувати унікальність власного готельного продукту на ринку. Нами було запропоновано проведення ранжування готелів малої місткості за різними факторами задля визначення окремих рекомендацій для управління розвитком підприємств, що належать до цих груп.

У практиці аналітичної роботи часто виникає необхідність оцінювання не тільки кількісних, але й якісних показників певного сегмента готельного господарства. Для цього використовуються різні методи, у тому числі й методи стратегічного аналізу. Найбільш відомими з них є: матричний метод «зростання ринку/частка ринку», що запропонований компанією Boston Consulting Group; метод «привабливість ринку/конкурентна позиція», який має назву «матриця General Electric – McKinsey»; стратегічна модель М. Портера та ін. [7].

Методика й умови застосування матричних методів аналізу досить докладно висвітлено в роботах Г. Азоєва, І. Ансоффа, Л. Баумгартена, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Р. Фатхутдінова, А. Юданова та інших науковців.

У ході дослідження ринку послуг малих готелів нами була застосована «матриця General Electric / McKinsey» для аналізу конкурентоспроможності різних груп засобів розміщення малої місткості м. Одеси, а також для визначення ступеня перспективності розвитку готельного бізнесу для міста в цілому [35].

Аналітична модель, запропонована корпорацією General Electric спільно з консалтинговою компанією McKinsey & Co, з'явилася на початку 1970-х рр. і незабаром стала найбільш популярною моделлю аналізу стратегічних позицій бізнесу. Матриця GE/McKinsey складається з 9 осередків для відображення і порівняльного аналізу стратегічних позицій напрямів господарській діяльності підприємств. Головною особливістю цієї моделі є те, що в ній уперше для порівняння видів бізнесу стали розглядатися не тільки «фізичні» чинники (такі, як обсяг продажів, прибуток, віддача інвестицій), але й суб'єктивні характеристики бізнесу, – наприклад, мінливість частки ринку, технології, стан кадрового забезпечення, що є особливо важливим для сфери послуг. Розроблена структура матриці є методичним досягненням, оскільки з її допомогою забезпечується вирішення проблеми встановлення загальної порівняльної бази для аналізу стратегічних

позицій різних видів бізнесу. Як одну з основних переваг моделі GE/McKinsey можна відзначити те, що різним чинникам можуть даватися різні вагові коефіцієнти залежно від їх відносної важливості для того або іншого виду бізнесу в тій або іншій галузі, що, безумовно, робить оцінку кожного бізнесу точнішою [53].

Проведемо аналіз даних груп малих готелів м. Одеси, конкурентоспроможність кожного з яких уже було оцінено (за середнім по групі показником), та розрахуємо показники привабливості ринку, використовуючи методику GE/McKinsey (табл. 3.14).

Таблиця 3.14

Розрахунок показників привабливості ринку для різних груп малих готелів м. Одеси

Назва показника	Вага	«Лідери»		«Послідовники лідерів»		«Середняки»		«Аутсайдери»	
		бал	оцінка	бал	оцінка	бал	оцінка	бал	оцінка
Розмір ринку	0,1	5	0,5	4	0,4	2	0,2	3	0,3
Темп зростання ринку	0,3	4	1,2	4	1,2	4	1,2	3	0,9
Прибутковість ринку	0,3	5	1,5	4	1,2	3	0,9	3	0,9
Рівень конкуренції	0,25	5	1,25	4	1,0	2	0,5	2	0,5
Відданість клієнтів	0,05	4	0,2	3	0,15	3	0,15	2	0,1
Разом	1	-	4,65	-	3,95	-	2,95	-	2,7

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [60]*

На підставі даних про конкурентоспроможність готелів кожного сегмента та привабливості ринку побудовано матрицю GE/McKinsey (рис. 3.10).

Згідно з рис. 3.3 готелі групи «лідери» займають перший сегмент, що відповідає стратегії «переможець 1». Для цього сегмента характерна найвища міра привабливості ринку і відносно сильні переваги здійснення діяльності. Готелі групи «лідери» визначаються як лідери ринку, але ймовірною загрозою для них може виступати посилення позиції окремих конкурентів. Тому їм рекомендовано використовувати стратегію, спрямовану на захист свого положення переважно за допомогою додаткових інвестицій [58].

Готелі групи «послідовники лідерів» майже всією площею займають перший сегмент «переможець 1», але частково належать до сегмента «переможець 2». Характерною рисою для даної позиції є вища міра привабливості ринку і середній рівень відносних переваг підприємств, що знаходяться в сегменті. Готелі групи «послідовники лідерів» не належать до лідерів своєї галузі, але в той же час не відстають від них. Їх стратегічним завданням має бути визначення своїх слабких і сильних сторін за допомогою SWOT-аналізу та вкладення необхідних інвестицій з метою здобуття максимальної вигоди.

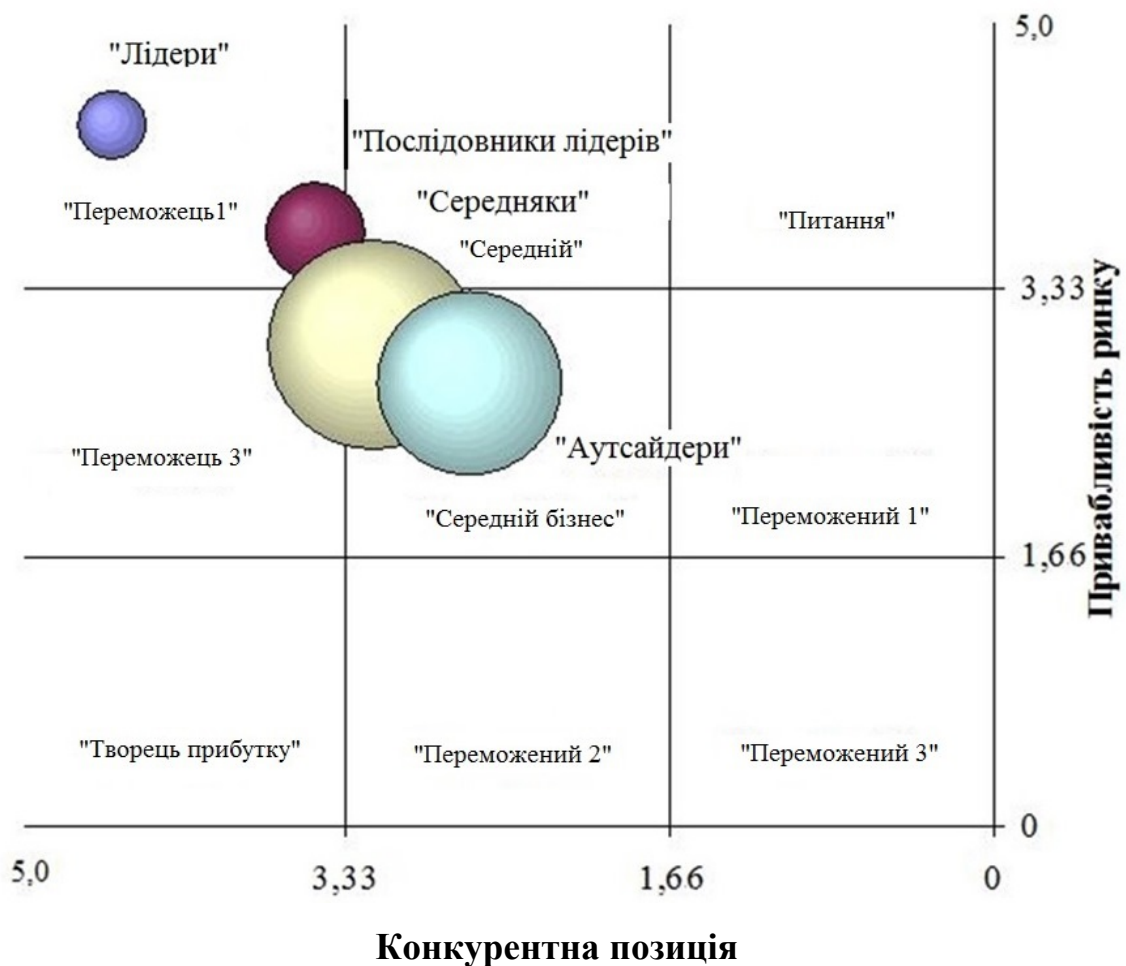


Рис. 3.3. Розташування окремих груп малих готелів м. Одеси на матриці GE/McKinsey

*Джерело: розраховано за результатами анкетування [50]*

Готелі групи «середняки» одразу розмістилися в чотирьох сегментах, що обумовлено їх чисельністю та розмаїттям. Найменші частки припадають

на сегменти «переможець 1» та «переможець 2». Більшою площею готелі групи «середняки» займають сегмент «переможець 3». Для даного сегмента характерні середній рівень ринкової привабливості, але при цьому переваги готелів на ринку очевидні і сильні. Для таких засобів розміщення необхідно передусім: визначити найбільш привабливі ринкові сегменти й інвестувати в них; підвищити здатність протистояти діям конкурентів; збільшити обсяги виробництва задля підвищення прибутковості.

Готелі групи «аутсайдери» всією площею розташовані в сегменті «середнього бізнесу». Представники цієї групи характеризуються середнім рівнем привабливості ринку та середнім рівнем відносних переваг. Таке положення визначає необхідність у застосуванні обережної стратегії. Інвестиції потрібно впроваджувати вибірково, тобто у прибуткові та найменш ризиковані заходи.

Виходячи з вищенаведеного, на нашу думку, є доцільним розподілити підходи до розвитку діяльності малих готелів залежно від їх групи, конкурентоспроможності, привабливості ринку та аналізу зовнішнього середовища.

Для групи «лідери» малих готелів м. Одеси, що займають провідні позиції на ринку, було обрано стратегію, спрямовану на захист свого положення переважно за допомогою додаткових інвестицій. Для готелів «Палас Дель Мар» (5\*), «Відрада» (5\*), «Аркадія-Плаза» (4\*), «Марістелаклаб», «Лондон» (4\*), «Джоконда» «Моцарт» (4\*), «Вілла Венеція», «Континенталь» (4\*), «Ла Перла Рояль» рекомендується застосування стратегії диференціації, інвестування в боротьбу за лідерство; вибіркоче інвестування в сильні сторони діяльності; зміцнення найуразливіших сторін діяльності.

Потрібно враховувати тонку межу між готелями групи «лідери» та «послідовники лідерів», що навіть на матриці GE/McKinsey займають один сегмент (Переможець 1). Крім того, необхідно відмітити тенденцію щодо

появи у країні нового типу малих готелів – бутік-готелів, які мають змогу скласти суттєву конкуренцію малим готелям м. Одеси групи «лідери».

Нами було встановлено, що глобальна зміна цінової стратегії для даної групи готелів може лише завдати шкоди. Більш впливовими є якість надання послуг, тісно пов'язаних із рівнем досвіду персоналу, та наявність додаткових послуг, які відображують конкурентні переваги готелів групи «лідери».

Отже, пропозиціями для підвищення ефективності малих готелів групи «лідери» можуть вважатися такі [63]:

- залучення фахівців для підвищення кваліфікації працівників;
- розроблення системи матеріального стимулювання працівників, які займаються залученням нових клієнтів;
- заохочення працівників Front Desk наданням їм більших повноважень;
- скорочення штату адміністративних працівників;
- розподіл навантаження на окремі підрозділи шляхом внесення змін відповідно до рівня сезонності (як протягом року, так і доби);
- розширення спектра додаткових послуг;
- залучення аніматорів для організації розважальних заходів.

Здійснення даних заходів дозволить керівникам підвищити ефективність управління та досягти певного зростання продуктивності праці підлеглих. Також результатом нововведень може стати поява у працівників підприємства та керівництва готелю загальної мети; підвищення ефективності взаємодії на рівні відділів; розкриття працівниками власного потенціалу; збільшення оперативності у вирішенні багатьох проблемних питань.

Готелі групи «послідовники лідерів» майже повністю знаходяться у сегменті «Переможець 1», як і готелі групи «лідери», але все ж більш тяжіють до сегмента «Переможець 3». Стратегічним завданням такої групи малих готелів є, насамперед, визначення їх слабких і сильних сторін, а потім



вкладення необхідних інвестицій з метою отримання максимальної вигоди від своїх сильних сторін і поліпшення слабких.

На нашу думку, існує необхідність провести аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища для даної групи малих готелів за допомогою SWOT-аналізу для пропонування шляхів підвищення ефективності функціонування готелів (див. табл. 3.15).

У першу чергу необхідно визначити, які чинники зовнішнього середовища – політичні, економічні, технологічні і соціальні – впливають на положення готелів на ринку. Чинники, що поділяють на 2 великі групи: можливості і погрози.

Проведений SWOT-аналіз конкурентоспроможності малих готелів України показав можливість використання підтримки держави та інвесторів, що у свою чергу може допомогти організувати широку рекламну компанію з просування готельних послуг малими готелями. Об'єднання в мережу сприятиме успішному і швидкому створенню відомих ланцюгів. Готелі розширять коло своїх постійних клієнтів і їх рекомендації допоможуть залученню додаткових груп споживачів.

Перевага малих готелів – особливий індивідуальний підхід до кожного з гостей. Можливість налагодження ділових зв'язків з органами державної влади і недержавними асоціаціями. Проблема форс-мажору завжди розглядається за будь-яких обставин. Трансформація даної загрози у перевагу можлива лише у разі витримки мережею або окремо кожним з малих готелів цього форс-мажору.

Такі слабкі сторони розвитку малого готельного бізнесу, як висока вартість будівництва і земель під забудову, може бути повністю компенсована інтересом інвесторів. Об'єднання готелів і створення власних філій може привести до створення в майбутньому всесвітньовідомого бренду малих готелів України.

## SWOT-аналіз конкурентоспроможності малих готелів України

Сильні конкурентні позиції	Слабкі конкурентні позиції
<ul style="list-style-type: none"> <li>– здобуття високого прибутку;</li> <li>– задоволення високого попиту на розміщення;</li> <li>– швидка окупність створеної мережі;</li> <li>– інтерес інвесторів і держави;</li> <li>– ціни нижчі порівняно з крупними готелями;</li> <li>– індивідуальний підхід до гостей;</li> <li>– можливість запропонувати номери навіть при високому завантаженні;</li> <li>– створення кола постійних клієнтів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– висока вартість ділянок під забудову і будівництво;</li> <li>– слабка організація маркетингової інформаційної системи;</li> <li>– невисока міра поширення інформації;</li> <li>– відсутність встановленої торговельної марки, бренду малих готелів;</li> <li>– неналагоджений процес збуту послуг;</li> <li>– недолік фахівців і професіоналів;</li> <li>– уповільнення темпів зростання по всіх цілях подорожей до України;</li> <li>– скорочення турпотoku з таких країн, як Німеччина і Росія.</li> </ul>
Можливості	Погрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>– використання переваг входження в мережу;</li> <li>– використання закордонного досвіду;</li> <li>– позиціонування на ринку готельних послуг практично нового продукту;</li> <li>– використання різних систем бронювання, у тому числі й через Internet;</li> <li>– розміщення реклами за кошти держави;</li> <li>– поширення інформації про мережу, через великих туристичних операторів;</li> <li>– зв'язок із великими компаніями і корпораціями;</li> <li>– упровадження заходів щодо активного розвитку ділового туризму;</li> <li>– вихід на нові туристичні ринки;</li> <li>– розробка нових туристичних продуктів;</li> <li>– продаж супутніх товарів;</li> <li>– розширення асортименту пропозицій;</li> <li>– диверсифікація послуг, вертикальна і горизонтальна інтеграції;</li> <li>– збільшення темпів зростання ринку.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– світова фінансова криза;</li> <li>– недостатня підтримка держави і несприятлива податкова політика;</li> <li>– недосконала законодавча система країни;</li> <li>– високі податки у сфері туризму;</li> <li>– зміна смаків і потреб клієнтів;</li> <li>– несприятливе зрушення в курсах валют;</li> <li>– інфляційні процеси;</li> <li>– несприятливий політичний стан у країні;</li> <li>– відсутність системи соціального туризму;</li> <li>– форс-мажорні обставини.</li> </ul>

*Джерело: розроблено авторами*

У даному разі готелям групи «послідовники лідерів» необхідно запроваджувати стратегію боротьби за лідерство, збільшуючи власну долю

на ринку до максимально можливого значення, проводити пошук нових привабливих сегментів для застосування своїх здібностей.

Суттєвою проблемою для сегмента «Переможець 3» на матриці GE/McKinsey є поява нових, більш вдалих конкурентів на ринку. Цю загрозу можна вирішити шляхом накопичення досвіду проведення маркетингових досліджень, що попередить про появу нового сильного конкурента. Розвиток та навчання співробітників вищої і середньої ланки зроблять цей сегмент більш конкурентоспроможним [46].

На відміну від малих готелів групи «лідери», цьому сегменту вже дуже важливо слідкувати за ціною політикою. Нами було проведено дослідження впливу різноманітних факторів на цінову політику малих готелів м. Одеси.

У табл. 3.16 приведено розрахунок середньої ціни номерного фонду малих готелів групи «послідовники лідерів» м. Одеси з відхиленням фактичного рівня ціни від ціни розрахованої за формулою кореляційно-регресійної моделі. Отже, на нашу думку, є підстави переглянути тарифи, щодо їх зменшення у готелях «Вілла Неаполь», «Капрі», «Вілла Елена».

Нами було запропоновано організацію філій для малих готелів групи «послідовники лідерів», що дасть їм змогу опанувати нові привабливі сегменти. Наприклад, для готелю «Промінада», розташованому у районі Великого Фонтану, доцільно організувати філії у таких районах, як Совіньон чи Фонтанка, що на даний момент знаходяться у стадії активного розвитку. Як було розглянуто раніше, найбільш ефективним було б створення мережі малих готелів під єдиним брендом. Досвід існування мереж на ринку готельних послуг м. Одеси вже є: це мережа готелів «Чорне море», але тільки один із них можна віднести до категорії «малий». Зменшення строків окупності інвестицій, підвищення рівня ефективності управління, скорочення собівартості 1 м<sup>2</sup> площі загального номерного фонду та скорочення штату співробітників – все це є вагомими чинниками на користь організації мережі малих готелів.

Таблиця 3.16

Розрахунок середньої ціни номерного фонду малих готелів  
групи «послідовники лідерів» м. Одеси

№ рангу	Назва готелю	Ціна розрахована за формулою, грн.	Фактична ціна, грн.	Відхилення, грн.
11	Корона	1266	874	392
12	Вілла Неапіль	1126	1850	-724
13	Промінада	1541	1080	461
14	Фраполлі	1573	1268	305
15	Будинок актора	1614	1271	343
16	Чорне море (філія Відрада)	1488	780	708
17	Олімп Клуб	954	833	121
18	Вілла Панама	888	867	21
19	Капрі	1032	1440	-408
20	Немо	1190	1060	130
21	Одеський дворик	1367	856	511
22	Вілла Елена	1126	1300	-174
23	Лермонтовський	1072	626	446
24	Палладіум	1237	1018	219
25	Колумбус	1161	716	445

*Джерело: розраховано за результатами анкетування*

Готелі групи «середняки» одразу розмістилися в 4 сегментах, що обумовлено їх чисельністю та розмаїттям. Більшість їх розташована в сегменті «Переможець 2». Варто зазначити, що цим готелям необхідно розвивати здатність протистояти конкуренції, робити наголос на підвищенні прибутковості за рахунок збільшення продуктивності.

Для малих готелів групи «середняки» велике значення має провадження ними цінової політики. Розглянемо табл. 3.17 з розрахунком середньої ціни номерного фонду малих готелів групи «середняки» м. Одеси з відхиленням фактичного рівня ціни від ціни розрахованої за формулою кореляційно-регресійної моделі. На нашу думку, є підстави переглянути тарифи щодо їх зниження у готелях «Уютний», «Опера», «Айвазовський», «Золотий шар», «Катерина», «Принцес», «Бригантина», «Гостьовий двір», «Чкаловський», «Морехідний», «Ре-ка», «Кооператор», «Фієста», «Приморський», «Анабель», «Шаланда», «Mini-hotel».

Таблиця 3.17

Розрахунок середньої ціни номерного фонду малих готелів  
групи «середняки» м. Одеси

Назва готелю	Ціна, розрахована за формулою, грн.	Фактична ціна, грн.	Відхилення, грн.	Назва готелю	Ціна, розрахована за формулою, грн.	Фактична ціна, грн.	Відхилення, грн.
Уютний	956	1087	-131	Гостьовий двір	657	966	-309
Наутілуc	923	790	133	Чкаловский	276	294	-18
Опера	1058	1164	-106	Пальма	520	450	70
Айвазовський	934	955	-21	Закарпатська колиба	470	420	50
Ялинця-Палинця	801	711	90	Катеринінські апартаменти	707	590	117
Маріон	896	475	421	Загублений світ	898	850	48
Золотий шар	856	1000	-144	Санрайз	540	466	74
Ореанда	990	921	69	Морехідний	126	365	-239
Одисей	914	533	381	Вікторія	579	500	79
Океаніс	840	535	305	Золоте Руно	832	600	232
Версаль	860	720	140	Атріум	587	354	233
Клумба	980	835	145	Ре-ка	532	768	-236
Особняк	739	575	164	Кооператор	199	426	-227
Катерина	781	918	-137	Фієста	547	650	-103
Барселона	574	427	147	Міраж	475	350	125
Принцес	621	664	-43	Приморський	378	397	-19
Валенсія	755	509	246	Анабель	420	878	-458
Бригантина	611	677	-66	Шаланда	355	500	-145
Комфортготель	761	509	252	Mini-hotel	467	560	-93
Львівський	721	350	371	Золотий берег	494	200	294
Уліс	934	834	100	Катран	835	751	84
Кришталний дім	671	459	212	Білий Кролик	344	220	124

*Джерело: розраховано за результатами анкетування*

Зменшення цін можна здійснити за рахунок введення різного роду знижок та лояльності до клієнтів шляхом їх заохочення (упровадження дисконтної програми).

Готелі групи «аутсайтери» розташовані в «середньому» сегменті на матриці та характеризуються нестабільною ситуацією. Тому можна запропонувати захищати наявні позиції, сконцентрувати вкладення інвестицій у ті сегменти, яким властивий відносно невеликий ризик.

Цікаво, що як за офіційними, так і за фактичними даними у м. Одесі відсутні мотелі, що могли б значно підняти конкурентоспроможність даної групи. Варто зазначити, що за кордоном до готелів економ-класу належать

хостели, які набули значного розповсюдження. На нашу думку, було б досить доцільно вкладати інвестиції саме в ці два сегменти ринку готелів.

Більшість малих готелів прагнуть отримати допомогу щодо організації консультацій з юридичних та фінансово-економічних питань, тренінгів та навчання персоналу, поліпшення збуту. Тому зацікавленість керівників готелів цього сегмента полягає в об'єднанні, сконцентрованому на наданні консультативних послуг та необхідності презентувати себе на ринку.

Отже, для поліпшення стану та розвитку малих готелів групи «аутсайтери» м. Одеси необхідно, передусім, розв'язати загальні проблеми, які стримують розвиток і ефективну діяльність малого бізнесу в Україні.

Для цього необхідно:

- удосконалити структуру освітніх програм із питань підприємницької діяльності;
- поширити практику проведення семінарів, круглих столів, форумів, міжнародних зустрічей, що допоможе сформувати позитивну суспільну думку про мале підприємництво;
- запровадити проведення виставок і ярмарок продукції та послуг, вироблених малими підприємствами, з метою стимулювання випуску конкурентоспроможної продукції вітчизняних підприємств;
- сприяти розвитку міжнародного співробітництва у сфері малого підприємництва.

Отже, для ефективного функціонування малого підприємництва існує необхідність постійного підвищення рівня знань серед представників малого підприємництва.

## Розділ 4

### ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ АСОЦІАЦІЇ МАЛИХ ГОТЕЛІВ У М. ОДЕСІ

---

---

#### 4.1. ПЕРЕВАГИ ВСТУПУ МАЛИХ ГОТЕЛІВ ДО МЕРЕЖІ

Сукупність чинників впливу внутрішнього середовища на організаційно-економічне забезпечення функціонування малих готелів доцільно поділити на такі:

– групи чинників впливу державних механізмів: економічні (бюджетно-податкові, митно-податкові, кредитно-грошові, цінорегулювальні, тарифні, валютні); адміністративні (ліцензування, квотування, стандартизація та сертифікація, стимулювання конкуренції, страхування, контроль ринку); інституційно-правові (нормативно-законодавча база); соціальні (формування ринкової поведінки, підготовка фахівців);

– групи чинників впливу з боку ринкових механізмів: економічні (умотивованість у задоволенні потреб на ринку готельних послуг, надання якісних конкурентоспроможних послуг, підвищення ефективності господарювання); організаційні (доступ до інформації, формування конкурентного середовища, встановлення взаємозв'язків, вільний вибір партнерів).

Значно впливають на розвиток готельного господарства організаційні (управлінські) інновації, до яких належить оптимізація функціонально-ієрархічної та територіальної структури підприємств. Отже, удосконалити діяльність готельного підприємства можна завдяки створенню міжгалузевих управлінських структур, туристично-рекреаційних кластерів, купівлі готельної франшизи, а також формування готельної мережі [46].

Тому одним зі шляхів пом'якшення наслідків кризи у сфері туризму може стати створення мережі готельних підприємств малої місткості, які мають низку істотних переваг перед великими засобами розміщення [61].

На сьогоднішній день у засобах розміщення готельного типу в світі 70-90 % складають підприємства, розвиток яких значною мірою визначається діяльністю великих міжнародних і національних об'єднань, так званих готельних ланцюгів і мереж. Перевагою подібних структур є провадження централізованого управління. Цей досвід має глибоке коріння у світовій історії розвитку готельного бізнесу.

Перші законодавчі акти з готельного господарства з'явилися ще в далекій давнині. У середньовічний період отримав поширення такий прогресивний напрямок у діяльності підприємств гостинності, як створення перших професійних асоціацій. Наприклад, ще у 1282 р. власники постійних дворів італійського міста Флоренція об'єдналися й заснували свою гільдію, що займалася контролем готельного бізнесу за допомогою міських чиновників, які проводили опитування мандрівників безпосередньо у міських воріт, з їхнім наступним розподілом по певних готелях [17, с. 13].

Період нової історії людства збігається з розвитком спеціалізованих підприємств із надання готельних послуг. Крім того, на рубежі XIX-XX ст. будівництвом готелів, підготовкою кадрів, питаннями цінової політики у різних державах почали займатися спеціально створені готельні об'єднання, синдикати, акціонерні товариства. У 1906 р. було організовано Міжнародний союз власників готелів, що об'єднав господарів 1700 готелів із багатьох країн світу.

Проте, незважаючи на суттєвий вік існування готельних мереж, як показує практика, великі міжнародні готельні об'єднання у даний час ще недостатньо зацікавлені у виході на український ринок для ведення своєї діяльності в середовищі малих готелів [54].

Варто зазначити, що у цей час існують два основні сегменти в структурі світового готельного бізнесу – незалежні підприємства, які



знаходяться в розпорядженні та володінні їх власників, та готельні мережі – група готелів, які мають єдиний торговельний бренд, спільну концепцію просування продукту та керівництво. Саме готельні мережі впливають на підвищення рівня організації виробництва й обслуговування туристів, а також мають можливості створювати певні норми та стандарти готельного обслуговування.

Малим готелям найчастіше складно працювати самостійно. Вони потребують більш високої управлінської майстерності, ніж великі. Керівники самостійних готелів мають слабкі місця (найчастіше це маркетинг та фінанси); крім того, вони змушені виконувати функції не тільки лінійного, але й функціонального управління.

Керівництво незалежних готелів, якщо воно хоче зберегти прибутковість, повинно впроваджувати більш сучасні управлінські системи та технології, використовувати гнучку систему розстановки кадрів, за якою службовці у разі виробничої необхідності можуть сполучати декілька посад та замінювати один одного, тобто бути фахівцями широкого профілю [34].

Чинниками, що впливають на прагнення власників готелів до об'єднання у мережі, є такі:

- необхідність підвищення рівня завантаження готелю;
- забезпечення відповідності матеріально-технічної бази та послуг вимогам певних стандартів по засобах розміщення;
- наявність значної кількості конкурентів у даному сегменті ринку готельних послуг;
- можливість створення спільних фондів для інвестування діяльності в малому готельному бізнесі тощо [61].

Тому власники незалежних готелів вступають у мережі для поєднання своїх зусиль з метою створення спільного готельного продукту, системи обслуговування інформаційних і управлінських систем, корпоративних систем бронювання, закупівель за оптовими цінами тощо, щоб швидше реагувати на ті процеси, якими вони не можуть управляти самостійно.

Можливості, яких набуває малий готель, вступивши до мережі наведено на рис. 4.1 [47].



Рис. 4.1. Переваги вступу готелів до мережі

*Джерело: розроблено за даними [34]*

Серед переваг вступу малих готелів до мережі варто виділити такі:

- організація участі у професійних виставках, туристичних салонах на території України, СНД і за кордоном;
- організація участі в конференціях, семінарах і круглих столах із представниками державної влади, туристичних фірм і засобів масової інформації;
- видання єдиного каталогу та довідників про членів і партнерів мережі;
- організація єдиної рекламної кампанії бренду;
- організація єдиного Internet-сайту і центру on-line бронювання послуг малих готелів України, які є членами мережі;
- проведення комплексного аудиту малих готелів або їх окремих служб із розробкою пропозицій для поліпшення їх роботи;

- надання консультацій з практичних питань провадження сертифікації і категоризації послуг малих готелів;
- підбір, навчання і підвищення кваліфікації персоналу малих готелів;
- пошук ділових партнерів;
- встановлення пільгових умов у договорах з постачальниками товарів і послуг для малих готелів-членів мережі;
- сприяння залученню інвестицій на території України та з-за кордону під реконструкцію, розвиток та будівництво малих готелів-членів мережі;
- робота з турфірмами щодо залучення гостей у малі готелі-члени мережі;
- пошук і підбір керівничої компанії;
- допомога в організації збуту послуг на готельному ринку.

Упровадження організаційно-управлінських інновацій, завдяки яким відбувається формування мережі малих готелів, дозволило б успішно вирішити значну частину їх повсякденних господарських проблем, наприклад:

- отримання економії на оптових закупівлях;
- пошук і набір персоналу для роботи в малих готелях;
- аутсорсинг непрофільних послуг;
- підвищення впізнаваності кожного з готелів для потенційних клієнтів;
- розширення взаємодії з туроператорами та потужними корпоративними клієнтами тощо.

За експертними висновками, спільне ведення справ у готельному бізнесі економічно є більш ефективним, ніж управління незалежними готелями. Єдине керівництво групою готелів звичайно приносить більшу вигоду як власникам засобів розміщення, так і їх операторам. Головною перевагою приєднання готелю до ланцюга є, насамперед, зменшення загальних витрат, що в свою чергу допомагає мережам легше проникати на світовий ринок. Комерційний успіх ланцюгових готелів складається з

багатьох чинників, починаючи з єдиної системи бронювання та закінчуючи централізованим постачанням витратних матеріалів [19].

Отже, на розвиток сучасної готельної індустрії впливають організаційні інновації, які передбачають об'єднання готелів у мережі.

Міжнародна готельна асоціація поділяє готельні мережі на три категорії:

- корпоративні мережі – готельні корпорації, що володіють численними підприємствами;
- мережі незалежних підприємств, що об'єднуються для використання загальної системи бронювання, концепції маркетингу, реклами та ін.;
- мережі, що надають управлінські послуги [122].

Однією з найпоширеніших у світі і прийнятних для українських малих готелів форм управління є компанії з управління готелями й асоціації (союзи), які об'єднують незалежні готелі.

Об'єднання малих готелів у єдину асоціацію дозволило б при збереженні їх господарської незалежності успішно вирішити значну частину гострих господарських питань, таких, як: економія на закупівлі малоцінних предметів і швидкозношуваних матеріалів, пошук і набір персоналу, аутсорсинг непрофільних послуг та ін. [217, с. 68]. У той же час, централізоване просування послуг готелів, що входять до асоціації, підвищить впізнаваність кожного з них для потенційних клієнтів, розширить взаємодію з туроператорами й великими корпоративними клієнтами, забезпечивши тим самим додатковий приплив гостей у готелі-члени асоціації.

Характерною рисою створеної готельної асоціації є те, що вона ґрунтується на готелях, що вже функціонують до моменту вступу, кожен з яких має свій характер і досить вагомі особливості, починаючи від стилю і умов надаваних послуг та закінчуючи тарифною політикою. Незважаючи на загальну систему бронювання, кожен готель, що входить до її складу, прагне виділитися і залишатися як можна більш незалежним в ухваленні рішень.

Така форма організації дозволяє позиціонувати готель як окремо, так і як частину асоціації, використовуючи всі переваги знаходження в об'єднанні [12; 76].

Під єдиною торговельною маркою в асоціації об'єднуються готелі з деякими однорідними ознаками або готелі, що домовилися витримувати певні стандарти і набір послуг, незалежно від країни або місця розташування. Учасники такого об'єднання сплачують внески до єдиного фонду, витрати з якого йдуть на об'єднану рекламну або маркетингову діяльність. При цьому фінансово-економічна і управлінська самостійність учасників асоціації повністю зберігається [82, с. 64].

#### **4.2. ЗАХОДИ ЩОДО СТВОРЕННЯ АСОЦІАЦІЇ МАЛИХ ГОТЕЛІВ М. ОДЕСИ**

Основним документом, що визначає напрямок розвитку й економічну доцільність малих готелів, має стати «Програма розвитку готельних підприємств малої місткості м. Одеси», яка може коригуватися залежно від зміни зовнішніх чинників, а також за прогнозами обсягів туристичних потоків.

Програма розвитку готельних підприємств малої місткості є елементом програми комплексного соціально-економічного розвитку м. Одеса і являє собою прогнозно-аналітичний документ, що містить сукупність заходів і проектів узгоджених по ресурсах, виконавцям і строкам здійснення, спрямованих на досягнення намічених цілей. Необхідність розробки програми розвитку готельних підприємств малої місткості обумовлюється наявністю структурних проблем, які неможливо вирішити в межах окремого малого готелю.

«Програма розвитку готельних підприємств малої місткості м. Одеси» має бути орієнтована на вирішення таких завдань:

- задоволення попиту споживачів на послуги малих готелів;

- розвиток матеріальної бази малих готелів, залучення інвесторів для реконструкції діючих і будівництва нових засобів розміщення;
- розвиток і просування нових видів готельних послуг;
- створення інформаційної бази малих готелів, інвестиційних проектів і інновацій у цьому сегменті;
- провадження активної діяльності щодо підвищення кваліфікації й підготовки кадрів для малих готелів м. Одеси;
- формування іміджу м. Одеса як регіону, привабливого для ділового й рекреаційного туризму;
- удосконалення статистичної звітності з готельного бізнесу.

Перераховані завдання дають можливість сформувати дві групи заходів Програми. Перша група заходів спрямована на вирішення проблем конкретних малих готелів: розширення асортименту послуг, реконструкція, модернізація, ремонт номерного фонду, будівництво нових малих готелів тощо. Друга група заходів спрямована на вирішення проблем розвитку малих готелів у цілому: створення інформаційної бази малих готелів міста, інвестиційних проектів, реалізація заходів щодо поліпшення іміджу м. Одеси.

Ці заходи надалі дозволять об'єднати всі готельні підприємства малої місткості у добре збалансовані системи, асоціації, що мають єдину інноваційну політику, єдині критерії технології виробництва й надання послуг, єдину політику щодо сервісу, навчання персоналу, методів продажів і взаємодії з туристичними агентствами.

Економічне обґрунтування заходів програми розвитку малих готелів для міста виражається в додатковому податковому відрахуванні в бюджети всіх рівнів, що розраховуються, виходячи зі значення мультиплікаторів. У результаті виконання заходів податкові надходження від малих готелів до бюджетів різних рівнів збільшаться. Також очікується збільшення обсягу реалізації суміжних галузей міста, завантаження готельних підприємств, обсягу інвестицій, залучених до туристично-рекреаційної сфери.

Реалізація Програми розвитку малих готелів певною мірою буде стимулювати розвиток таких галузей економіки, як сфера послуг, транспорт, зв'язок, торгівля й ресторанне господарство, будівництво й реконструкція автодоріг, благоустрій міст і населених пунктів, виробництво сувенірної продукції, підготовка й перепідготовка кадрів, що допоможе вирішити проблему зайнятості населення, передусім, молоді.

Отже, організаційно-економічне забезпечення функціонування малих готелів на ринку готельних послуг дозволяє не тільки узгоджувати, коригувати, урахувувати та реалізовувати весь спектр власних інтересів підприємств, але й сприятиме створенню синергетичного ефекту розширення функціональних можливостей готельних підприємств малої місткості. З'ясовано, що синергетичний ефект розширення функціональних можливостей готельних підприємств малої місткості може наступити в результаті створенні асоціації малих готелів м. Одеси. Визначальна роль при створенні асоціації малих готелів м. Одеси має належати групі малих готелів «середняки» (див. табл. 4.1), що обумовлено тими стратегіями, які обирають різноманітні групи залежно від привабливості ринку та власної конкурентоспроможності.

При створенні асоціації малих готелів групи «середняки» м. Одеси треба передбачити їх економічну привабливість для малого бізнесу, що включає конкретне визначення статусу малого готелю з наданням податкових і інших пільг, спрощенням порядку і характеру реєстрації та з механізмом підтримки малого підприємництва, що реально діє в готельній сфері.

Фінансовою основою функціонування такої асоціації необхідно зробити членські внески, величина яких залежить від якісних характеристик і обсягів номерного фонду малих готелів, що будуть входити до асоціації. Основним завданням даного об'єднання є діяльність із просування послуг малих готелів, а також загальна підтримка суб'єктів малого готельного бізнесу, що входять до її складу [244, с. 160].

Таблиця 4.1

## Запропонований склад асоціації малих готелів м. Одеси

№ з/п	Назва готелю	Ранг	Категорія	Кількість номерів	Середня ціна номера, грн.	№ з/п	Назва готелю	Ранг	Категорія	Кількість номерів	Середня ціна номера, грн.
1	Уютный	26	-	15	1087	27	Гостьовий двір	48	-	6	966
2	Наутлус	27	-	10	790	28	Чкаловский	49	-	9	294
3	Опера	28	-	5	1164	29	Пальма	50	-	12	450
4	Айвазовський	29	-	27	955	30	Закарпатська колиба	51	-	25	420
5	Ялиция-Палиция	30	-	18	711	31	Катеринінські апар-нти	52	-	8	590
6	Маріон	31	3	32	475	32	Загублений світ	53	-	3	850
7	Золотий шар	32	-	10	1000	33	Санрайз	54	-	6	466
8	Ореанда	33	-	8	921	34	Морехідний	55	-	8	365
9	Одсей	34	-	6	533	35	Вікторія	56	-	8	500
10	Океаніс	35	-	20	535	36	Золоте Руно	57	-	10	600
11	Версаль	36	-	4	720	37	Атріум	58	-	5	354
12	Клумба	37	-	8	835	38	Ре-ка	59	-	5	768
13	Особняк	38	-	22	575	39	Кооператор	60	-	50	426
14	Катерина	39	-	13	918	40	Фієста	61	-	3	650
15	Барселона	40	-	18	427	41	Міраж	62	-	9	350
16	Принцес	41	-	30	664	42	Приморський	63	-	12	397
17	Валенсія	42	-	8	509	43	Анабель	64	-	7	878
18	Британтіна	43	-	9	677	44	Шаланда	65	-	6	500
19	Комфортотель	44	-	5	509	45	Mini-hotel	66	-	5	560
20	Львівський	45	-	2	350	46	Золотий берег	67	-	4	200
21	Уліс	46	-	16	834	47	Кагран	68	-	7	751
22	Криштальний дім	47	-	11	459	48	Білий Кролик	69	-	5	220

Джерело: розраховано за результатами анкетування [54]



Переваги, які отримують малі готелі від членства в асоціації, є:

- спільне видання рекламно-інформаційних матеріалів: каталогів, путівників, брошур, буклетів із рекламою всіх готелів мережі, які розповсюджуються в кожному з них;
- спільні внутрішні та міжнародні рекламні кампанії;
- спільна система резервування;
- централізована система закупівлі готельного обладнання;
- технічна допомога;
- спільна система підготовки та тренінгів кадрів;
- порівняно невисокий розмір членських внесків (приблизно 1% чистого прибутку).

Членами Асоціації можуть бути як юридичні особи, так і підприємці без утворення юридичної особи, що працюють у сфері готельного, ресторанного, туристичного й супутнього їм бізнесу, а також представники й органи влади, які поділяють цілі й завдання Асоціації й сприяють їхньому досягненню та реалізації.

Метою Асоціації є спільне просування на ринку готельних послуг малих готелів. До основних завдань, розв'язуваних Асоціацією, можна віднести підвищення професійного рівня й кваліфікації працівників малих готелів, а одним із найважливіших напрямків діяльності Асоціації є професійне навчання, що проходить у формі семінарів, індивідуальних консультацій і презентацій. Також Асоціація дозволить вирішити низку наступних завдань:

- сформувані єдині організаційні й методичні підходи до функціонування середніх і малих підприємств готельних підприємств;
- створити нормативно-технічну документацію (стандарт), що містить обґрунтовані й сучасні вимоги до якості послуг, надаваних малими готелями;
- створити єдиний інформаційний простір для готельних підприємств малої місткості;
- провести заходи щодо формування статистичної бази малих готелів;

– сформуванати єдину стратегію розвитку малого підприємництва в сфері засобів розміщення як на національному, так і територіальному рівнях.

Асоціація є некомерційною організацією, утвореною на основі добровільних майнових внесків учасників, що виразили підтримку цілям Асоціації й (або) її конкретним акціям. Членські внески для вступу в Асоціацію розраховуються, виходячи з вартості спільних проєктів, реалізованих у кожному році.

Члени Асоціації будуть мати пільги по оподатковуванню, адже з метою обчислення податку на прибуток при визначенні податкової бази не враховуються видатки у вигляді сум добровільних членських внесків (включаючи вступні внески) у громадські організації, сум добровільних внесків учасників союзів, асоціацій, організацій (об'єднань) на утримання зазначених союзів, асоціацій, організацій (об'єднань).

Передбачаємо здійснення низки заходів для покращення роботи членів асоціації:

1. Створення комітету з юридичних питань:

- представлення інтересів асоціації на регіональному (міська рада), загальнодержавному (Державне агентство України з туризму і курортів, Міністерства, ВРУ) та міжнародному рівнях (міжнародні асоціації готелів);

- співпраця асоціації з галузевими службами, союзами й асоціаціями національного і міжнародного рівня;

- співпраця асоціації з іншими організаціями, службами і зацікавленими особами.

2. Формування комітету з питань маркетингу:

- просування асоціації за допомогою різного роду ЗМІ;

- участь від імені асоціації в галузевих виставках, конференціях;

- проведення маркетингових досліджень та інших заходів, спрямованих на поліпшення позицій готелів-членів асоціації на ринку;

- аналіз та розробка рекомендацій щодо тарифів номерного фонду.

3. Створення комітету з управління персоналом:

- пошук та підбір персоналу в готелі – члени асоціації;
- навчання та підвищення рівня кваліфікації персоналу;
- взаємовідносини з навчальними закладами, що готують фахівців із готельно-ресторанної справи;

- формування єдиної бази персоналу готелів – членів асоціації.

#### 4. Створення комітету з безпеки та контролю якості надання послуг:

- вироблення єдиних стандартів якості та безпеки обслуговування гостей для готелів – членів асоціації;
- доведення загальної політики якості готельного обслуговування до співробітників готелів – членів асоціації;
- проведення аналізу задоволеності клієнтів;
- створення центру боротьби з правопорушеннями.

#### 5. Створення сайту (порталу) асоціації малих готелів м. Одеси:

- можливість здобуття достатньої інформації про кожен із готелів асоціації, з контактною інформацією та посиланням на сайти готелів;
- можливість бронювання номерів у будь-якому з готелів асоціації безпосередньо з єдиного сайту;
- активне просування та реклама єдиного сайту в мережі Інтернет.

#### 6. Створення загальної служби бронювання:

- розподіл заявок на бронювання серед готелів-членів асоціації;
- використання міжнародної системи бронювання «Amadeus».

#### 7. Взаємодія з постачальниками:

- досягнення вигідних умов взаємодії з постачальниками за рахунок комплексного обслуговування готелів-членів асоціації;
- спільне придбання витратних матеріалів та малоцінних предметів для потреб усіх готелів-членів асоціації;
- спільна логістика та планування запасів.

8. Централізована взаємодія з туристичними фірмами та корпоративними клієнтами:

- формування загальної політики знижок (Rake rate, Group rate, Weekend rate, Day rate, Senior rate, Professional rate, Corporate rate, Government rate);
- вироблення єдиної політики комісійної винагороди для туроператорів та турагентів на основі договорів комісії;
- взаємодія з великими зарубіжними туроператорами.

#### 9. Обмін досвідом:

- проведення консультацій з фахівцями галузі та науковцями вищих навчальних закладів, які готують фахівців із готельно-ресторанної справи;
- організація зустрічей та семінарів для керівництва готелів членів – асоціації з метою обговорення загальногосподарських питань і вироблення спільного стратегічного бачення;
- взаємодія керівників служб готелів-членів асоціації.

Виходячи з вище наведеного, було розроблено структурно-функціональну модель діяльності асоціації малих готелів м. Одеси (див. рис. 4.2).

Як показано на рис. 4.2, асоціацію очолює правління, до складу якого входять представники підприємств малого готельного бізнесу. Правління асоціації повинно визначати провідні напрями політики, вирішувати фінансові питання, а також приймати рішення у форс-мажорних обставинах.

У структурно-функціональній моделі присутні наглядова рада та ревізійна комісія для чіткого та правомірного функціонування.

Наглядова рада асоціації має проводити перевірку роботи виборних органів асоціації з питань виконання ними планів роботи, вимог статуту асоціації, рішень загальних зборів членів асоціації, ведення діловодства, контролю статутної діяльності. При виявленні порушень наглядова рада асоціації повинна інформувати правління асоціації в особі президента про них з метою прийняття заходів задля усунення.

Для проведення перевірки фінансової діяльності асоціації, а також підприємств, установ та організацій, які входять до її складу на зборах

учасників обираються члени ревізійної комісії з числа членів Асоціації у встановленому порядку.

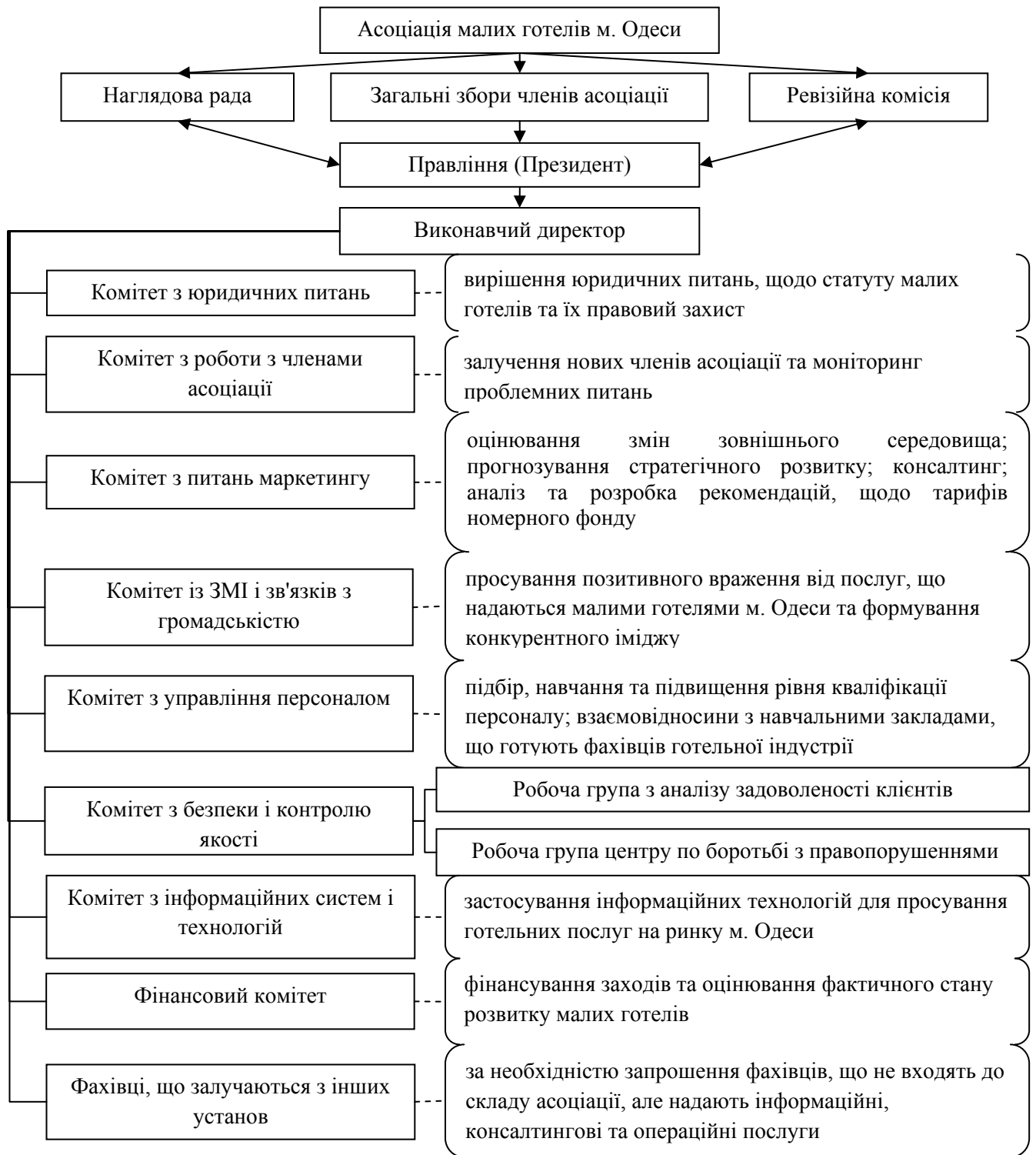


Рис. 4.2. Структурно-функціональна модель діяльності асоціації малих готелів м. Одеси

Джерело: розроблено авторами

Комітети асоціації малих готелів м. Одеси мають об'єднувати представників малого готельного бізнесу для обговорення та вирішення питань у сферах їх інтересів, а також для визначення загальної стратегії на основі виявлених проблем.

Комітети є основними інструментами лобювання інтересів асоціації. Крім того, вони мають надавати можливість представникам готелів встановлювати та вести конструктивний діалог з органами законодавчої та виконавчої влади України і тим самим представляти власні інтереси на цих перемовинах. Комітети проводять свої регулярні засідання за фактом виникнення інформаційного приводу.

#### **4.3. ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСУ АСОЦІАЦІЇ МАЛИХ ГОТЕЛІВ НА ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ДОХОДІВ**

З огляду на те, що маркетингові заходи щодо просування послуг малого готельного бізнесу є основоположним елементом у ланцюзі регулювання розвитку малого готельного бізнесу, первинною метою асоціації буде проведення саме інформаційно-рекламної діяльності, що включає участь у виставках, ярмарках, роботу з турфірмами.

Одним із кроків у напрямі підвищення конкурентоспроможності може бути розробка офіційного інформаційного сайту (порталу) асоціації малих готелів м. Одеси.

За статистикою 27 % туристичних Інтернет-ресурсів України присвячено саме готелям. Близько половини всіх об'єктів розміщення Одеського регіону, за оцінкою американських аналітиків, мають власні веб-сайти. Їх технічний рівень і інформаційне насичення значною мірою змінюються залежно від категорії.

До того ж готелі користуються послугами порталів різного рівня як національних, так і міжнародних. Прикладом може виступити Одеська міська система бронювання, на якій представлено лише 20 засобів розміщення. Такі

проекти є виключно комерційними та співпрацюють лише з готелями-партнерами. Засобів розміщення в цілому по області майже не представлено.

Створення регіонального порталу є стратегічним напрямом підвищення рівня конкурентоспроможності готельного господарства регіону, адже, на відміну від приватних веб-сайтів, він буде концептуальним, міститиме найбільш повну інформацію про базу розміщення регіону, створюватиме позитивний імідж регіону. Останнє можливо досягти за допомогою співробітництва з міжнародними туристичними структурами.

Переваги Internet-просування послуг малих готелів перед засобами традиційного маркетингу полягають у:

- більшому обхвату потенційної аудиторії з урахуванням перспектив формування інформаційного суспільства;
- можливості фокусування на заданій цільовій аудиторії;
- мінімальних витратах на доставку інформації одержувачеві;
- можливості зворотного зв'язку й on-line моніторингу споживчих переваг.

Найбільш придатні для просування у мережі Internet наступні чотири джерела: пошукові системи, туристичні портали, сайт готелю, системи бронювання (див. рис. 4.3).

Проаналізувавши підприємства готельного господарства Одеської області, ми дійшли висновку, що засоби використання ресурсів мережі Інтернет цими підприємствами розрізняються залежно від категорії та місцезнаходження об'єкта розташування. Готельні підприємства, які розміщені у межах міста, традиційно більш активні в процесі залучення нових методів просування та витрачають на це значно більше фінансових ресурсів, ніж їх конкуренти.

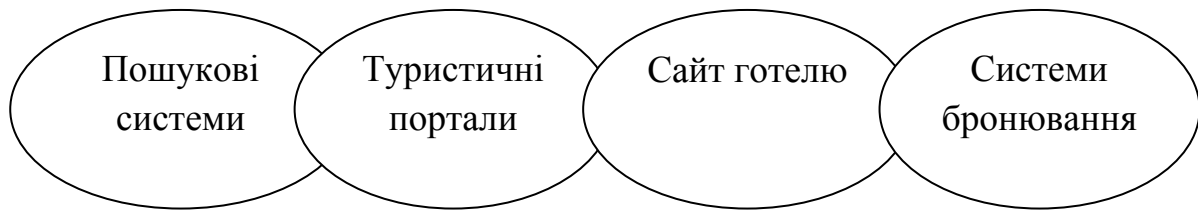


Рис. 4.3. Основні джерела продажів у мережі Internet

*Джерело: розроблено авторами*

В Одеському регіоні близько половини всіх закладів розміщення мають власні Інтернет-сайти. Їх технічний рівень та інформаційне наповнення значною мірою змінюються залежно від категорійності готелів.

Наприклад, хостели та готелі економ класу частіше представлені на туристичних сайтах окремими сторінками та не мають власних сайтів. Готелі категорії «дві зірки», як правило, мають власні сайти зі стандартною структурою: головна сторінка (про заклад), номери і ціни, конференції та банкети, спеціальні пропозиції, on-line-бронювання. Однак має місце і ряд недоліків, серед яких низька якість графіки та наданих фотографій, застарілість поданої інформації тощо.

Сайти тризіркових готелів переважно створено в концептуальному стилі та містять елементи з динамічним зображенням. Поряд зі стандартними розділами про готель та номери, на Інтернет-сторінках цих готелів доводяться відомості про додаткові послуги, більш інформаційно представлено фотографії номерів та громадських приміщень, зручно розташовано карти з інформацією про місцезнаходження конкретного готельного підприємства.

Сайти, що представляють висококатегорійні заклади розміщення, виконано на якісно іншому рівні, містять ряд мультимедійних додатків і, як правило, два мовні варіанти. Як приклад, можна навести веб-сторінку чотиризіркового готелю «Лондон» ([www.london-hotel.com.ua](http://www.london-hotel.com.ua)), який являє



собою художньо виконаний концептуальний ресурс, що містить значно більший обсяг інформації про заклад.

Сайт п'ятизіркового готелю «Відрада» ([www.hotel-otrada.com](http://www.hotel-otrada.com)) також виконано на високотехнічному рівні. Беззаперечною перевагою, що виділяє його серед аналогічних сторінок, є наявність якісних віртуальних турів, які надають повну ілюзію присутності клієнта у місці відпочинку. Головна особливість сайту – його корпоративна специфіка. На Інтернет-сторінці надано відомості не тільки про готель «Відрада», а й про бренд, який він представляє, а також інформацію про франчайзинг, вакансії та умови прийому співробітників, можливості оренди апартаментів [36].

Отже, аналіз інформації про одеські малі готелі, розташованої в мережі Internet, показав [123; 125-173; 176-199]:

- відсутність єдиного достатнього Інтернет-ресурсу тематичної спрямованості;
- окремі сайти малих готелів оформлено недостатньо професійно, розміщено в доменах із сумнівною репутацією та не досягають заданої мети.

Розглянемо рівні Інтернет-маркетингу для виявлення найбільш типових помилок просування готельних послуг через мережу Інтернет (рис. 4.4).

Аналізуючи типову поведінку потенційних споживачів готельних послуг, можемо розділити всі дії з пошуку готелю в мережі Інтернет на стратегічні та операційні. До стратегічного рівня можна віднести усвідомлення потреби та вибір критеріїв ухвалення рішення. На першому етапі потенційний споживач готельних послуг повинен зрозуміти наявність потреби в послугах та встановити для себе, яким критеріям повинен відповідати готель, щоб його задовольнити.

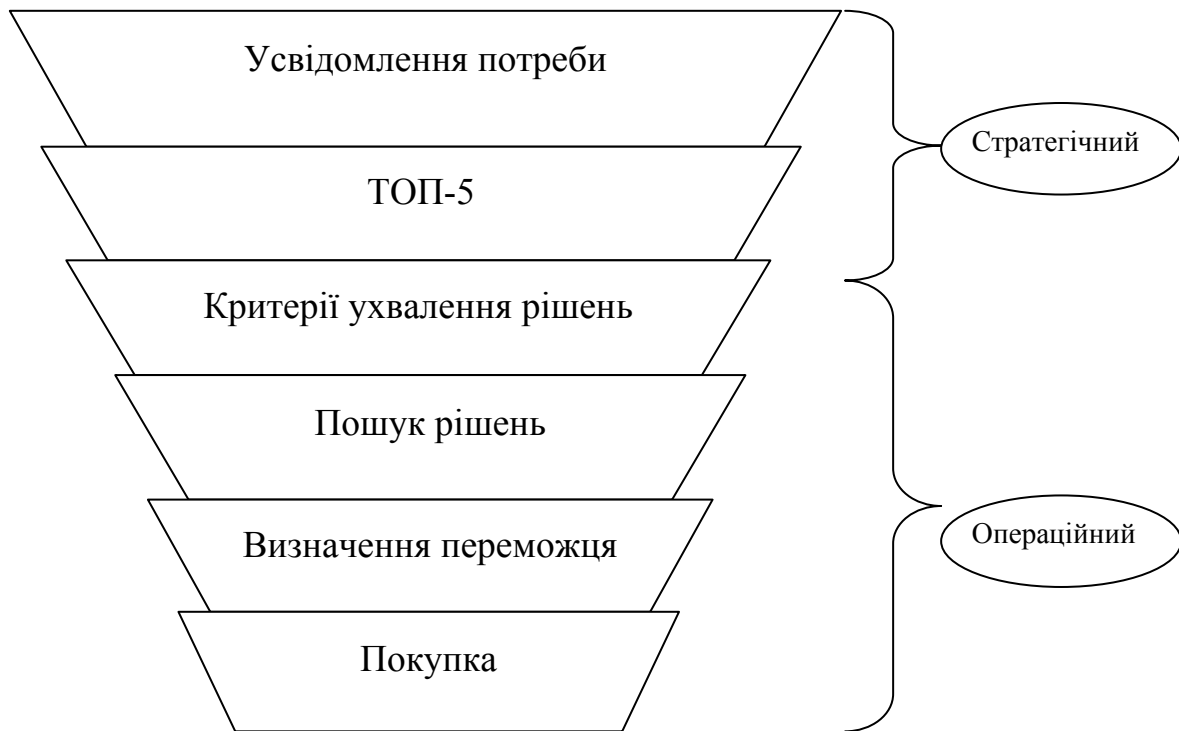


Рис. 4.4. Стратегічний та операційний Internet-маркетинг

*Джерело: розроблено авторами*

Позиціонуючи свій готель у мережі Internet через особистий сайт, власник готелю бажає вивести його в пошукових системах на перші сторінки. За цю послугу відповідають організації, що «розкручують» сайти в пошукових системах. У деяких випадках пошукова оптимізація сайту може бути найефективнішим способом залучення клієнтів. Ця послуга є відносно недешевою, але без неї сайт готелю буде дуже важко знайти та використати інформацію для придбання готельної послуги. При нераціональному використанні Інтернет-просування виявляється розчарування власника готелю за витрати на цей вид реклами. Причиною можуть слугувати типові помилки при використанні пошукової оптимізації.

Передусім, це вибір постачальника, виходячи з вартості (як дешевого, так і дорогого), тобто без попереднього збору рекомендацій при його виборі.

Другою помилкою є неправильно обраний список запитів. Для визначення відповідності рекламного матеріалу сторінці Інтернет-сайту зазвичай використовують принцип ключових слів, на які орієнтуються і пошукові системи. Наприклад, якщо обрати занадто загальні ключові слова

для виокремлення конкретного готелю, не буде досягнуто кінцевої мети – покупка готельної послуги. Прикладом таких пошукових слів може бути «житло в Одесі», «готелі Одеси», «оренда в Одесі».

Ключові слова, задіяні на сайті готелю, повинні збігатися зі сформованими критеріями ухвалення рішень. Власник готелю має проаналізувати, до якого сегменту готельного ринку належить його заклад, визначити, які клієнти формують його потенційну цільову аудиторію.

Третя помилка – це відсутність контролю й аналізу результатів: скільки було оформлено бронювань, які джерела задіяно, що спонукало клієнта до резервування номеру.

На операційному рівні Інтернет-маркетингу потенційний клієнт обирає приблизно п'ять найбільш відповідних готелів за різними факторами: якість, цінова категорія, місце розташування тощо.

Для того, щоб сайт допомагав продавати готельну послугу, необхідно дотримувати чотири основні параметри:

- сайт готелю легко знайти в мережі Інтернет;
- інформація на сайті повинна бути сформована досить логічно, зрозуміло та стисло, без зайвих графічних вставок, що перенавантажують її сприйняття;
- сайт формує добре враження про готель, що відповідає дійсності, та викликає бажання скористатися його послугами;
- є можливість здійснити бронювання, сплатити його та отримати підтвердження.

Окрім інформації про учасників асоціації, на її порталі передбачається розмістити інформацію, що представляє курортно-туристичну спрямованість міста, календар курортно-туристичних заходів, що відбуваються у місті. Інформацію доцільно розмістити кількома мовами. Імовірна співпраця з Офіційним туристичним порталом м. Одеси (<http://www.odessatourism.in.ua>).

Нами було розглянуто основні помилки при просуванні готельної послуги за допомогою пошукової оптимізації та рівнями Інтернет-

маркетингу. Ці нюанси необхідно враховувати вже на стадії створення сайту, яка складається з таких етапів:

- визначення цілей створення сайту;
- визначення цільового сегменту споживачів, розробка вмісту сайту;
- розробка дизайну сайту, оцінка його ефективності.

Важливу роль також відіграють місце розміщення сайту та його назва. Після розміщення потрібно постійно оновлювати й доповнювати інформацію, представлену на сайті. Важливе значення має реклама та пропаганда web-сайту не лише засобами Інтернет, але й іншими способами (традиційними ЗМІ). Перш, ніж розпочинати створення сайту, необхідно визначити мету, задля якої він розробляється.

Метою створення порталу малих готелів м. Одеси є створення потужної системи пошуку найбільш прийняттого малого готелю. Пропонується створення класифікації готелів не тільки за категоріями чи вартістю проживання, але й за місцем розташування, із використанням мультимедійної карти із позначеними на ній готелями залежно від обраної категорії. Також є можливість створення пошуку за інфраструктурою та додатковими послугами, що надаються готелями.

Запропонований портал буде націлений як на організованих туристів, так і на туристів-індивідуалів, особливо іноземних, пошук засобу розміщення для яких іноді є дуже проблемним.

Для забезпечення поставленої мети необхідним є вирішення таких завдань:

- поширення інформації про засоби розміщення та загальної інформації про курорт;
- формування сприятливого іміджу курорту та його послуг;
- забезпечення оперативних двосторонніх потоків інформації між засобами розміщення та потенційними туристами.

Важливо сформувати архітектуру сайту (порталу) так, щоб сайт асоціації відвідували ті користувачі, які можуть бути потенційними

клієнтами. Насамперед, потрібно провести сегментацію потенційних споживачів у мережі Інтернет та виділити цільовий сегмент.

Користувачі мережі Інтернет більш за все цінують інформацію і оперативність її здобуття. Тому зміст сайту є однією з основних переваг, які може отримати асоціація. З метою підвищення оперативності можливість оновлення індивідуальної інформації можна надати фахівцям самих засобів розміщення (за бажанням і наявності можливостей).

При розробці дизайну сайту передусім потрібно враховувати особливості сприйняття цільової аудиторії. При цьому оформлення має відповідати вмісту сайту.

Універсального рішення в галузі розробки дизайну сайту не існує, але роками вже сформовані шаблони, зручні для розуміння потенційного покупця. Можливі абсолютно різні варіанти його виконання.

Усі сторінки одного сайту мають бути оформлені в єдиному стилі. Це створить додаткове уявлення про імідж асоціації в цілому та окремо по кожному готелю. При цьому мережа Інтернет накладає деякі обмеження на можливість оформлення сайту – час завантаження сторінок, пропускну спроможність каналу передачі даних, розмір графічних файлів, сумісність браузерів тощо.

Отже, вирішення питань щодо організаційного управління засобами розміщення малої місткості шляхом упровадження асоціації малих готелів м. Одеси та розробки регіонального порталу малих готелів сприятиме поліпшенню організаційно-економічного забезпечення функціонування цих підприємств.

Створення такого сайту (порталу) асоціації малих готелів м. Одеси потребує певних фінансових інвестицій (див. табл. 4.2).

Для збільшення привабливості порталу для потенційних інвесторів пропонується розміщення банерної реклами різних підприємств, залучення підприємств готельного господарства регіону до часткового фінансування проекту на більш цікавих умовах співпраці.

Таблиця 4.2

## Перелік витрат на створення порталу асоціації малих готелів м. Одеси

Стаття витрат	Сума інвестицій, грн.	Термін виконання
Створення концепції порталу	500,00	5 днів
Пошук та підбір інформаційної бази	2000,00	20 днів
Систематизація інформації	3000,00	20 днів
Створення дизайну порталу	9500,00	40 днів
Написання та редагування тексту	1500,00	15 днів
Створення мультимедійних матеріалів та графіки	7980,00	50 днів
Наповнення порталу інформацією	800,00	10 днів
Переклад текстів англійською та російською мовами	2500,00	5 днів
Програмування двох мовних варіантів порталу	1500,00	10 днів
Створення системи on-line бронювання	3000,00	20 днів
ФОП співробітників (на перші 6 місяців)	12180,00	-
Хостинг (на перші 6 місяців)	900,00	-
Доменне ім'я ua (на перші 6 місяців)	480,00	-
Тестинг порталу та технічна підтримка (на перші 6 місяців)	4788,00	-
Реклама та маркетингові заходи (на перші 6 місяців)	6000,00	-
Всього	56628,00	6 місяців

*Джерело: розроблено за [206]*

Важливо контролювати ефективність сайту (порталу) асоціації, для цього необхідно розраховувати її коефіцієнти. Це можливо зробити двома способами. Кількісний аналіз за допомогою статистики сервера. Для цього можна використовувати наступні показники:

- кількість звернень до сайту;
- добова статистика частоти відвідування сайту;
- час, проведений користувачами на сайті;
- сторінки, які використовувалися для входу і виходу відвідувачів.

Якісний аналіз шляхом:

- опитування потенційних споживачів із метою визначення рівня задоволеності сайтом. У процесі опитування визначається міра важливості й

оцінка компонентів, що описують потреби користувачів відповідного сайту (зміст, дизайн, зручність користування тощо);

- вивчення відгуків, що поступають від відвідувачів сайту.

Проте основним показником ефективності Інтернет-маркетингу є кількість реалізованих безпосередньо через даний Інтернет-ресурс і з його допомогою ліжко-місць на розміщення в малих готелях:

$$\sum ЛМ_n = \sum БЛМ_c - \sum БЛМ_{саннулп} + \sum ТЛМ_{ис} + \sum ГЛМ_{ис}, \quad (4.1)$$

де  $\sum ЛМ_n$  – загальна кількість проданих ліжко-місць на розміщення в малих готелях за допомогою сайту,  $\sum БЛМ_c$  – кількість заброньованих ліжко-місць безпосередньо через сайт,  $\sum БЛМ_{саннулп}$  – кількість невикористаних ліжко-місць, заброньованих через сайт,  $\sum ТЛМ_{ис}$  – кількість ліжко-місць, проданих по заявках через турагентства на основі інформації, отриманої на сайті,  $\sum ГЛМ_{ис}$  – кількість ліжко-місць, виконаних по заявках безпосередньо в готелі на основі інформації, отриманої на сайті.

Умовою ефективності Інтернет-ресурсу асоціації є:

$$\sum ЛМ_n \rightarrow max. \quad (4.2)$$

Отримана таким чином інформація може використовуватися не лише для оцінювання ефективності сайту, але й для обчислення частки внесків до асоціації, що спрямовуються на підтримку даного Інтернет-ресурсу.

У табл. 4.3 наведено розрахунок очікуваного додаткового доходу від продажу номерів через портал Асоціації малих готелів м. Одеси.

## Прогнозований додатковий дохід від продажу номерів через портал

## Асоціації малих готелів м. Одеси

№ рангу	Назва готелю	Кількість номерів	Середня ціна номеру, грн.	Одноразова місткість, од.	Підвищення середньорічного завантаження			Ефект від підвищення середньорічного завантаження		
					5 %	10 %	6	7	8	5 %
1	2	3	4	5	6	7	8	9		
26	Уютний	15	1087	5475	273,75	547,5	297566,3	595132,5		
27	Наутіус	10	790	3650	182,5	365	144175	288350		
28	Опера	5	1164	1825	91,25	182,5	106215	212430		
29	Айвазовський	27	955	9855	492,75	985,5	470576,3	941152,5		
30	Ялиниця-Палинця	18	711	6570	328,5	657	233563,5	467127		
31	Маріон	32	475	11680	584	1168	277400	554800		
32	Золотий шар	10	1000	3650	182,5	365	182500	365000		
33	Ореанда	8	921	2920	146	292	134466	268932		
34	Одісей	6	533	2190	109,5	219	58363,5	116727		
35	Океаніс	20	535	7300	365	730	195275	390550		
36	Версаль	4	720	1460	73	146	52560	105120		
37	Клуба	8	835	2920	146	292	121910	243820		
38	Особняк	22	575	8030	401,5	803	230862,5	461725		
39	Кагерина	13	918	4745	237,25	474,5	217795,5	435591		
40	Барселона	18	427	6570	328,5	657	140269,5	280539		
41	Принцес	30	664	10950	547,5	1095	363540	727080		
42	Валенсія	8	509	2920	146	292	74314	148628		
43	Бригантина	9	677	3285	164,25	328,5	111197,3	222394,5		
44	Комфортгетель	5	509	1825	91,25	182,5	46446,25	92892,5		
45	Львівський	2	350	730	36,5	73	12775	25550		
46	Уліс	16	834	5840	292	584	243528	487056		
47	Криштальний дім	11	459	4015	200,75	401,5	92144,25	184288,5		
48	Гостювий двір	6	966	2190	109,5	219	105777	211554		
49	Чкаловський	9	294	3285	164,25	328,5	48289,5	96579		
50	Пальма	12	450	4380	219	438	98550	197100		



Закінчення таблиці 4.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9
51	Закарпатська колиба	25	420	9125	456,25	912,5	191625	383250
52	Катеринінські апар-нти	8	590	2920	146	292	86140	172280
53	Загублений світ	3	850	1095	54,75	109,5	46537,5	93075
54	Санрайз	6	466	2190	109,5	219	51027	102054
55	Морехідний	8	365	2920	146	292	53290	106580
56	Вікторія	8	500	2920	146	292	73000	146000
57	Золоте Руно	10	600	3650	182,5	365	109500	219000
58	Атріум	5	354	1825	91,25	182,5	32302,5	64605
59	Ре-ка	5	768	1825	91,25	182,5	70080	140160
60	Кооператор	50	426	18250	912,5	1825	388725	777450
61	Фієста	3	650	1095	54,75	109,5	35587,5	71175
62	Міраж	9	350	3285	164,25	328,5	57487,5	114975
63	Приморський	12	397	4380	219	438	86943	173886
64	Анабель	7	878	2555	127,75	255,5	112164,5	224329
65	Шаланда	6	500	2190	109,5	219	54750	109500
66	Mini-hotel	5	560	1825	91,25	182,5	51100	102200
67	Золотий берег	4	200	1460	73	146	14600	29200
68	Кагран	7	751	2555	127,75	255,5	95940,25	191880,5
69	Білий Кролик	5	220	1825	91,25	182,5	20075	40150
	<b>Всього</b>	<b>510</b>	<b>-</b>	<b>186150</b>	<b>9307,5</b>	<b>18615</b>	<b>5690934</b>	<b>11381868</b>

Джерело: розраховано за результатами анкетування [199; 65]

Витрати на створення порталу асоціації малих готелів м. Одеси за розрахунками складуть 56628,00 грн.

Очікуваний додатковий дохід від реалізації номерного фонду через портал асоціації складе 5 690 934 грн., що в свою чергу в середньому по 129 339 грн. на підприємство. Реалізація проекту створення асоціації малих готелів дозволить значно розширити сферу малого бізнесу, стане важливим етапом у розвитку всього готельно-туристичного комплексу м. Одеси і забезпечить значні й постійні відрахування до міського бюджету.

Також необхідно відзначити, що у 2006 р. у нашій країні була створена недержавна «Асоціація малих готелів і апартаментів України», яка покликана надавати різнопланове сприяння всім своїм членам. За станом на серпень 2012 р. у складі цієї Асоціації було 42 готелі з таких регіонів: Автономна Республіка Крим, м. Київ, а також Київська, Вінницька, Волинська, Кіровоградська, Львівська, Полтавська, Чернігівська, Харківська, Хмельницька, Закарпатська, Черкаська області. Отже, можна розглядати дану асоціацію як потенційного партнера, оскільки в її складі повністю відсутня Одеська область, та існує практика співпраці з «Євпаторійською курортно-туристичною Асоціацією» (м. Євпаторія).

Утім, у даний час багато проблем малих готелів ще не вирішено як на практиці, так і законодавчому рівні. Тому внесення запропонованих змін може суттєво вплинути на розвиток готельних підприємств малої місткості.

## ВИСНОВКИ

В монографії здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення наукового завдання щодо обґрунтування теоретичних положень і розробки методичних та практичних рекомендацій щодо організаційно-економічного забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості. Основні результати дослідження, проведеного в монографії, полягають у наступному:

1. Розглянуто, проаналізовано й узагальнено сучасні концепції, сформульовано власні науково-теоретичні концептуальні підходи до класифікації засобів розміщення, які, на відміну від наявних, ґрунтуються на критичному аналізі термінологічного апарату національних стандартів у готельному господарстві та інших нормативно-правових актів України про туризм з урахуванням міжнародного досвіду, практичне застосування яких дозволить удосконалити процедуру провадження добровільної сертифікації послуг розміщення.

2. Проаналізовано стан інституційного механізму регулювання готельного бізнесу, встановлено недосконалість і невідповідність норм чинного законодавства щодо підтримки його малих форм та запропоновано заходи щодо вдосконалення статистичної звітності засобів розміщення, зокрема готельних підприємств малої місткості, та посилення контролю за здійсненням готельної діяльності з боку органів виконавчої влади і місцевого самоврядування у сфері туризму.

3. Проведено порівняльний аналіз стану й тенденцій розвитку малих готелів в Одеській області в контексті організаційно-економічного забезпечення їхньої діяльності, що дозволило ідентифікувати їхню структуру шляхом виокремлення підсистем: «лідери», «послідовники лідерів», «середняки», «аутсайтери».

4. Обґрунтовано значний вплив на функціонування малих готелів внутрішніх інноваційних чинників, до яких належать створення спільного

готельного продукту, використання інформаційних і управлінських систем, корпоративні системи бронювання, закупівля за оптовими цінами тощо, що прискорює реакцію на ті процеси, якими малі готелі не можуть управляти самостійно. Пропонується створення мультимедійної карти із позначенням на ній готелів залежно від категорійності, вартості проживання, місця розташування, наявності додаткових послуг, що надаються готелем.

5. Доведено, що вимогам систематизації та вдосконалення процесу оцінювання функціонування малих готелів найкраще задовольняє таксономічний метод порівняльного багатовимірної аналізу. Для побудови оптимальних планів збору, систематизації та обробки статистичних даних, отримання наукових і практичних висновків було використано програмний продукт STATISTICA (V 10).

6. З метою виявлення характеру і структури взаємозв'язків між компонентами досліджуваних малих готелів як багатовимірних об'єктів розроблено і впроваджено методику оцінювання стану організаційно-економічного забезпечення їхнього функціонування з застосуванням методу експертних оцінок шляхом анкетування експертів, до складу яких включено людей із різним типом мислення.

7. Сегментування готельних підприємств малої місткості дозволило обґрунтувати авторські рекомендації щодо практичного поліпшення їх організаційно-економічного забезпечення, які полягають, зокрема, у пропозиції створення асоціації малих готелів м. Одеси. Запропоновано структурно-функціональну модель діяльності асоціації малих готелів м. Одеси. Таке об'єднання дозволить успішно вирішити значну частину гострих господарських питань, таких, як економія на закупівлі малоцінних предметів і швидкозношуваних матеріалів, пошук і набір персоналу, аутсорсинг непрофільних послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес, ціноутворення, конкуренція, регулювання / Л. Г. Агафонова, О. С. Агафонова. – К.: Знання, 2002. – 351 с.
2. Алейнікова Г. М. Організація і управління турбізнесом / Г. М. Алейнікова. – Донецьк: ДІТБ, 2002. – 184 с.
3. Александрова А. Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова. – М.: МГУ, 2004. – 463 с.
4. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – Київ: «Альтерпрес», 2004. – 288 с.
5. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание / С. И. Байлик. – К.: Дакор, 2006. – 288 с.
6. Балджи М. Д. Організаційно-економічні засади комплексного природокористування на регіональному рівні: монографія / М. Д. Балджи. – Одеса: Атлант, 2010. – 495 с.
7. Баумгартен Л. В. Стратегический менеджмент в туризме / Л. В. Баумгартен – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 352 с.
8. Білецька І. М. Економічні основи діяльності підприємств готельного господарства / І. М. Білецька // Торгівля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць. – Львів: Львівська комерційна академія, 2014. – Вип. 17. – С. 41-52.
9. Білецька І. М. Світовий досвід та вітчизняна практика класифікації та стандартизації готельних послуг / І. М. Білецька, І. О. Івашук / Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – №1 (39). – Тернопіль: СМП «ТАЙП», 2013. – С. 174-180.

10. Білецька І. М. Стратегічне управління туристичним підприємством: монографія / І. М. Білецька. – Івано-Франківськ: Видавець Третяк І.Я., 2010. – 224 с.
11. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі: монографія / М. Г. Бойко. – К.: КНТЕУ, 2010. – 524 с.
12. Будько Є. Ланцюжок української гостинності / Є. Будько // Міжнародний туризм. – 2003. – №6. – С. 114.
13. Вапнярская О. И. Развитие малых гостиниц на основе франчайзинга: На примере Московской области: дис. канд. экон. наук: 08.00.05/ О. И. Вапнярская. – Москва, 1999. – 185 с.
14. Василенко В. А. Кластеризация малых предприятий и конкурентные стратегии их развития / В. А.Василенко, А. Н.Диденко // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Экономические науки. – 2007. – Вып.10. – С.73-78.
15. Василенко В. А. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества малых предприятий рекреационной сферы / В. А.Василенко, А. Н. Диденко // Культура народов Причерноморья. – 2007. – №112. – С.24-29.
16. Власти Крима упрощають життя міні-отелям [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://podrobnosti.ua/podrobnosti/2012/05/06/835103.html>
17. Волков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – Ростов: Феникс, 2004. – 352 с.
18. Воробйова О. А. Проблеми природокористування та сталого розвитку в рекреаційно-туристичній сфері: монографія / О. А. Воробйова, І. М. Дишловий, С. К. Харічков. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2009. – 374 с.
19. Галасюк К. А. Готельні ланцюги в сучасній індустрії гостинності / К. А. Галасюк // Науковий вісник: збірник наукових праць. – Одеса: ОНЕУ, 2012. – № 21 (173). – С. 127-135.

20. Галасюк С. С. Проблеми визначення ємкості готельної бази в Україні / С. С. Галасюк // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»: зб. наук. праць. Спецвипуск 33. Ч. 3. – Ужгород: УНУ, 2011. – С. 36-40.
21. Галасюк С. С. Аналіз термінологічного апарату національних стандартів України по засобах розміщення туристів / С. С. Галасюк, О. В. Гусева // Науково-практичний журнал Економіка Криму. – Симферополь: ТНУ, 2011. – №3 (36). – С. 40-45.
22. Галасюк С. С. Заходи щодо забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства Одеської області / С. С. Галасюк, О. В. Гусева // Матеріали I міжнар. наук.-практ. конф. «Економіка та управління національним господарством: стан, тенденції та перспективи» (29-30 травня 2014 р.). – Одеса: ОНЕУ, 2014. – С. 66-68.
23. Галасюк С. С. Конкурентні позиції підприємств готельного господарства Одеського регіону / С. С. Галасюк // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії на практики: матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. 18-19.09.2014. – Одеса : Атлант, 2014. – С. 8-10.
24. Галасюк С. С. Місце України в структурі світового туристичного ринку / С. С. Галасюк // Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ. – 2008. – Вип. №33. – С. 373-379.
25. Галасюк С. С. Напрями удосконалення організаційно-економічного забезпечення функціонування готельних підприємств / С. С. Галасюк // Актуальні питання управління сталим розвитком у сучасному суспільстві: проблеми та перспективи : матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. 30-31.10.2014 р. – Кременчук: КрНУ, 2014. – С. 35-39.
26. Галасюк С. С. Особливості функціонування готельних підприємств малої місткості в конкурентному середовищі / С. С. Галасюк, О. В. Гусева // Матеріали III між нар. наук.-практ. конф. «Економіка підприємства:

- сучасні проблеми теорії та практики» (18-19 вересня 2014 р.). – Одеса: Атлант, 2014. – С. 16-18.
27. Галасюк С. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємств готельного господарства Одеської області / С. С. Галасюк // Економіка. Управління. Інновації. Сер.: Економічні науки : електрон. наук. фах. вид. – Житомир: ЖДУ, 2014. – С. 125-133.
  28. Галасюк С. С. Прецеденти нормативно-правового забезпечення діяльності малих готелів в Україні / С. С. Галасюк, О. В. Гусева // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – №4 (52). – С. 207-214.
  29. Галасюк С. С. Проблеми визначення малих готелів як підприємств в Україні / С. С. Галасюк, О. В. Гусева // Сборник научных трудов Sworld. Материалы международной научно-практической конференции «Современные направления теоретических и прикладных исследований 2013». – Выпуск 1. Том 44. – Одесса: КУПРИЕНКО, 2013. – С. 61-65.
  30. Галасюк С. С. Розвиток малих форм підприємництва в готельному бізнесі / С. С. Галасюк // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. Вип. 30. – Одеса: ОДЕУ, 2008. – С. 97-102.
  31. Галасюк С. С. Роль профільних асоціацій у розвитку туристичного бізнесу / С. С. Галасюк // Фінансово-економічні напрями розвитку менеджменту, обліку та аудиту: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. 21-22.03.2014. – Одеса: ЦЕДР, 2014. – Ч. 1. – С. 98-101.
  32. Галасюк С. С. Структура ринку засобів розміщення туристів Одеського регіону / С. С. Галасюк, О. В. Гусева // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – Одеса: ОДЕУ, 2008. – №20 (76). – С. 3-13.



33. Галасюк С. С. Сучасні проблеми розвитку готельної індустрії України / С. С. Галасюк // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: зб. наук. праць. – Х.: ХНАДУ, 2014. – С. 278-295.
34. Галасюк С. С. Формування мережі малих готелів у контексті впровадження організаційних інновацій / С. С. Галасюк, О. В. Гусева, К. А. Галасюк // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 45-річчю факультету міжнародної економіки «Актуальні проблеми розвитку економіки в контексті глобальних викликів» (19-20 вересня 2012 р.). – Одеса: Атлант, 2013. – С. 257-259.
35. Герасименко В. Г. Експрес-аналіз якості та конкурентоспроможності готельного господарства курортного міста / В. Г. Герасименко // Міжнародний Науковий Журнал Економіка розвитку, «Механізм регулювання економіки», №3 (55). – 2010. – С. 35-40.
36. Герасименко В. Г. Інтернет як засіб просування туристичних послуг / В. Г. Герасименко, І. В. Давиденко // Маркетинг в Україні №2(54). – 2009. – С. 41-46.
37. Герасименко В. Г. Організація надання туристичних послуг / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк. – Одеса: Атлант, 2014. – 244 с.
38. Герасименко В. Г. Основы туристического бизнеса / В. Г. Герасименко. – Одесса, Черноморье, 1997. – 160 с.
39. Герасименко В. Г. Стратегія розвитку підприємницького потенціалу в туристичних регіонах України / В. Г. Герасименко, С. Г. Нездойминов // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. наук. пр. – Вип. 32. – Одеса: ОДЕУ, 2008. – С.64-70.
40. Герасимчук В. Управление предприятием как социально-экономической системой: функциональный подход / В. Герасимчук // Экономика Украины. – 2003. – №4. – С.12-18.
41. Голощапова Т. В. Исследование перспектив развития гостиничной индустрии и рекомендации по прогнозированию эффективности ее функционирования [Електронний ресурс] / Т.В. Голощапова //

- Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – №9 (29). – 2013. – Режим доступа: [http://journals.org/index.php/sisp/article/download/9201384/pdf\\_537](http://journals.org/index.php/sisp/article/download/9201384/pdf_537)
42. Господарський кодекс України : за станом на 19 квітня 2012 р. / Верховна Рада України. — Офіц. вид. — К.: Парлам. вид-во, 2012.
  43. Готелі та інші місця для тимчасового проживання : статистичний збірник. – К. : державний комітет статистики України, 2011. – 207 с.
  44. Грицишин В. О. Організаційно-економічне забезпечення управління підприємствами соціально-економічної інфраструктури міста: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / В.О. Грицишин; Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. – Луганськ, 2004. – 23 с.
  45. Гусева О. Совершенствование сферы гостеприимства Одесского региона в период подготовки к "Евро - 2012" / О. Гусева, Н. Сухина // Материалы X Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Проблемы и перспективы развития отечественного внутреннего и въездного туризма: природная материально-техническая база, экономическая и социальная эффективность» (Донецк, 6-7 мая 2008 г.). – Донецк: НОРД Компьютер, 2008. – С. 181-183.
  46. Гусева О. В. Инновации как способ повышения конкурентоспособности предприятий гостиничного хозяйства / О. В. Гусева // Материалы международной научно-практической конференции «Индустрия гостеприимства в странах Европы» (Симферополь – Ялта, 28 декабря 2007 – 2 января 2008 г.). – Симферополь: Крымский институт бизнеса, 2008. – С. 110-113.
  47. Гусева О. В. Создание сетей гостиничных предприятий малых форм как перспектива развития гостиничного бизнеса / О. В. Гусева // Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Індустрія гостинності у

- країнах Європи» (м. Сімферополь, 26-28 грудня 2008 р.). – Сімферополь: Центр розвитку освіти, науки та інновацій, 2008. – С. 155-158.
48. Гусева О. В. Установлення категорії отелям и другим объектам, предназначенным для предоставления услуг временного размещения, как фактор трансформации гостиничного рынка Украины / О. В. Гусева // Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції «Індустрія гостинності у країнах Європи» (м. Сімферополь, 4-6 грудня 2009 р.). – Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. – С. 142-148.
49. Гусева О. В. Характеристика рынка гостиничных услуг Одесского региона / О. В. Гусева // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – Одеса: ОДЕУ, 2008. – №4 (60). – С. 78-83.
50. Гусева О. В. Визначення конкурентних стратегій для різних класів малих готелів / О. В. Гусева // Materiały VIII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Naukowa myśl informacyjnej powieki – 2012» (07-15 marca 2012 roku). – Volume 8. Ekonomiczne nauki: Przemysł. Nauka i studia. – S. 29-34.
51. Гусева О. В. Державне регулювання у сфері готельного бізнесу / О. В. Гусева // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу «Стан та перспективи інформаційно-інноваційного розвитку туристичних послуг» (м. Святогірськ, 24-26 вересня 2010 р.). – Донецьк: Ін-т турист. бізнесу, 2010. – С. 176-181.
52. Гусева О. В. Дослідження цінової політики малих готелів м. Одеси / О. В. Гусева // Науковий вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки» – Хмельницький: ХНУ, 2011. – № 6, Т. 1. – С. 155-159.
53. Гусева О. В. Доцільність застосування матричних методів для оцінки конкурентоспроможності малих готелів / О. В. Гусева // Матеріали за

- VIII міжнародна научна практична конференція, «Бъдещите изследвания –2012» (17-25 февруари). Том 6. Икономики. – София: Бял ГРАД-БГ ООД, 2012 – С. 76-81.
54. Гусева О. В. Доцільність створення асоціації малих готелів середнього класу / О. В. Гусева // Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – Одеса: ОНЕУ, 2012. – № 15 (167). – С. 3-14.
55. Гусева О. В. Економіко-математична модель цінової політики малих готелів м. Одеси / О. В. Гусева // Науковий вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економічні науки. – Житомир: ЖДТУ, 2011. – № 3(57). – С. 228-232
56. Гусева О. В. Міжнародний досвід створення готельних підприємств малої місткості / О. В. Гусева // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – Ужгород: УжНУ, 2011. – спецвипуск 33, частина 3. – С. 69-74.
57. Гусева О. В. Организационно-правовые основы создания гостиничных предприятий малых форм / О. В. Гусева // Молодежь в науке – 2009: прил. к журн. «Весті Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі». В 5 ч. Ч. 2. Серія гуманітарных наук / редкол.: А. А. Коваленя (гл. ред.), В. В. Гнилomedов и др. – Минск: Беларус. наука, 2010. – С. 382-387. – ISBN 978-985-08-1136-3.
58. Гусева О. В. Особливості маркетингової діяльності готельних підприємств / О. В. Гусева // Матеріали I міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком підприємництва в сучасних умовах» (м. Сімферополь, 6-9 жовтня 2010 р.). – Сімферополь: ДАЙПИ, 2010. – С. 126-128.
59. Гусева О. В. Особливості функціонування ринку послуг малих готелів в Одеському регіоні / О. В. Гусева // Матеріали одинадцятій Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів,

- аспірантов и докторантов «Менеджмент предпринимательской деятельности» (4-5 апреля 2013 г.). – Симферополь: ДИАЙПИ, 2013. – С. 325-326.
60. Гусева О. В. Оцінка конкурентоспроможності малих готелів на основі матриці GE/McKinsey / О. В. Гусева // Materialy VIII mezinarodni vedecko – prakticka konference «Veda a technologie: krok do budoucnosti – 2012» (27 unora – 05 brezen 2012 roku). – Dil 7. Ekonomicke vedy: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o – S. 25-32.
61. Гусева О. В. Проблеми функціонування малих готелів в Україні / О. В. Гусева // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – Одеса: ОДЕУ, 2009. – №5 (83). – С. 216-226.
62. Гусева О. В. Тенденції ринку готельних послуг Одеського регіону / О. В. Гусева // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Організація діяльності підприємств туристичної індустрії в умовах інтеграційних процесів» (Тернопіль – Форос, 16-18 квітня 2013 р.). – Тернопіль: СПД-ФО Шпак, 2013. – С. 105-107.
63. Гусева О. В. Управління розвитком малих готелів в Одеському регіоні / О. В. Гусева // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – Одеса: ОДЕУ, 2011. – № 10 (135). – С. 210-220.
64. Гусева О. В. Факторы возникновения малых гостиниц / О. В. Гусева // Сфера сервиса: состояние, эффективность, инновации. Сборник научных трудов по результатам конференций, проведенных в Кировском филиале в 2012 году (Киров, Кировский филиал ФГБОУ ВПО «СПбГУСЭ») Вып. 6. –Киров: Экспресс Принт, 2013 г. – С. 59-67.
65. Гусева О. В. Ціни як індикатор ділової активності на ринку готельних послуг крупного міста / О. В. Гусева // Вісник соціально-економічних

- досліджень / Одес. держ. екон. ун-т; Редкол.: проф. Зверяков М.І., проф. Ковальов А.І. та ін. – Одеса: ОДЕУ, 2010. – № 39. – С. 44-51.
66. Державний класифікатор України ДК 002:2004 «Класифікація організаційно-правових форм господарювання» у редакції від 01.05.2009 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/>.
67. Джеффри Ч. Биологическая номенклатура / Ч. Джеффри. – М.: Мир, 1980. – 120 с.
68. Довгань Л. Є. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством / Л. Є. Довгань, О. Г. Лулукало // Збірник наукових праць «Економічний вісник НТУУ «КПІ». – К.: НТУУ «КПІ», 2012. – С. 48-56.
69. Егупов Ю. А. Повышение корректности многомерных оценок в процессе формирования производственной программы предприятия / Ю. А. Егупов / Економічні інновації. Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України. – 2009. – № 38. – С. 68-80.
70. Ефимова О. П. Экономика гостиниц и ресторанов / О. П. Ефимова, Н. А. Ефимова; Под. ред. Н. И. Кабушкина. – М.: Новое знание, 2004. – 392 с.
71. Єгупова І. М. Особливості ціноутворення на основні послуги в готелі з урахуванням цільового прибутку / І. М. Єгупова // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка» : зб. наук. праць. Спецвипуск 33. Ч. 3. – Ужгород: УНУ, 2011. – С. 93-99.
72. Закон України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» № 2157-III від 21 грудня 2000 року у редакції від 10 червня 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2157-14/>.
73. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 4618-VI від 22 березня 2012

- року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17/>.
74. Закон України про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку та підготовки готельної інфраструктури до проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2468-17/>.
75. Закон України про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. № 1282 – IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15/>.
76. Зверева Є. Premier Hotels - перша готельна мережа в Україні / Є. Зверева // Український туристичний вісник: інформаційно-аналітичний бюлетень. – 2004. – №1. – С. 12-13.
77. Земельний кодекс України № 2768-III від 25.10.2001 в редакції від 06.05.2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>
78. Измалков С. Нобелевская премия за теорию экономических механизмов / С. Измалков, К. Сонин, М. Юдкевич // Вопросы экономики. – 2008. – №1. – С. 4-26.
79. Итоги 2010: Рынок гостиничной недвижимости Москвы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cre.miel.ru/press-centre/news/2011/01/2838/>.
80. Інструкція про умови і правила впровадження підприємницької діяльності, пов'язаної з організацією іноземного та зарубіжного туризму (ліцензійні умови), та контроль за їх дотриманням [Електронний ресурс]: [затв. наказом Ліцензій. палати України та Держ. ком. України з туризму від 12 січ. 1999 р. № 5/1]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0053-99/>.
81. Інструкція щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 1-готель (річна) «Звіт про роботу готелю»

- [Електронний ресурс]: Наказ Державного комітету статистики України від 30.04.2004. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0657-04/>.
82. Інструкція щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 1-КЗР «Звіт про діяльність колективного засобу розміщування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>.
83. Ісаченко Д. А. Малі підприємства в трансформаційній економіці регіону: монографія / Д. А. Ісаченко. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2009. – 406 с.
84. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300с.
85. Кифяк В. Ф. Розвиток сфери туризму та рекреації в контексті стратегії економічної політики регіону / В. Ф. Кифяк // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2006. – №10. – С.112-119.
86. Классификационная Система сети «Золотой ключ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.smallhotels.com.ua/goldenkey/standart/>.
87. Классификация гостиниц во Франции [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelukraina.com.ua/klassifikaciya-gostinic-v-parizhskih-otelyax-proizoshla-revolyuciya/>.
88. Классификация отелей: звезды отелей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.city-of-hotels.ru/165/types-of-hotels-ru.html/>
89. Клименко В. Е. Организационно-экономический механизм развития малого гостиничного бизнеса: дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / В. Е. Клименко; Сочинский государственный туризма и курортного дела. –Сочи, 2005. – 138 с.
90. Колективні засоби розміщування в Україні у 2011 році: статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2012. – 190 с.



91. Коломійчук В. Стратегічні засади соціально-економічного розвитку регіону (на матеріалах Тернопільської області) / В. Коломійчук, Л. Шевчук, С. Шульга. – Львів-Тернопіль, 2002. – 271с.
92. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ, 2005 – 483с.
93. Кузнєцова Н. М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства / Н. М. Кузнєцова – К.: Інститут туризму, 1997. – 174 с.
94. Кузнєцова Н. М. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу: монографія / Н. М. Кузнєцова, С. Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2010. – 256 с.
95. Кузнєцова Н. М. Тенденції розвитку та інвестиційна привабливість готельного бізнесу Одеського регіону / Н. М. Кузнєцова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб.наук.праць. – Вип. 33. – Одеса: ОДЕУ. – 2008. – С. 386-392.
96. Кучер С. Ф. Організаційно-економічне забезпечення перетворень у курортно-рекреаційній системі приморського міста: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / С. Ф. Кучер; Запорізький національний технічний університет. – Донецьк, 2009. – 24 с.
97. Лебедик Т. М. Організаційно-економічне забезпечення регіонального розвитку підприємництва в сфері послуг: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.10.01 / Т. М. Лебедик; Рада по вивченню продуктивних сил України Національної Академії Наук України. – Київ, 2006. – 23 с.
98. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь. Словарь современной экономической науки / Л. И. Лопатников – М.: Дело. – 2003. – 520 с.
99. Лук'янова Л. Г. Уніфіковані технології готельних послуг / Л. Г. Лук'янова, Т. Т. Дорошенко, І. М. Мініч: за ред. проф. В. К.Федорченко. – К.: Вища школа, 2001. – 237 с.
100. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О. О. Любіцева – К.: «Альтерпрес», 2005. – 436 с.

101. Малые отели больших городов [Электронный ресурс] / Турбизнес, №8. – 2009. – Режим доступа: <http://www.tourbus.ru/article/1361.html/>.
102. Мальска М. П. Основи туристичного бізнесу / М. П. Мальска, В. В. Худо, В. І. Цибух – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
103. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
104. Мельниченко С. В. Готельні мережі на ринку туристичних послуг України / С. В. Мельниченко, Т. В. Бурак // Вісник КНТЕУ. – 2014. – №3. – С. 5-15.
105. Мельниченко С. В. Маркетингова політика в готельному бізнесі: монографія / С. В. Мельниченко, А. В. Магалецький. – К.: КНТЕУ, 2012. – 334 с.
106. Мини отели и малые гостиницы Москвы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://msk.smarthotel.ru/inns/>.
107. Мини-отели на пике популярности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kansas.ua/go/ru/article/>.
108. Миннеханова Е.В. Теоретико-методологические основы формирования организационно-экономического взаимодействия пространственно-локализованных экономических систем в регионе / Е.В. Миннеханова // Российское предпринимательство. – 2011. – №7, Вып. 2. – С. 155-159.
109. Молла М. Г. Формування системи показників оцінки організаційних складових конкурентоспроможності підприємства / М. Г. Молла // Вісник соціально-економічних досліджень / Одес. держ. екон. ун-т; Редкол.: проф. Зверяков М. І., проф. Ковальов А. І. та ін. – Одеса: ОДЕУ, 2012. – №44. – С. 252-257.
110. Мунін Г. Б. Малі готелі: організація роботи та обслуговування / Г. Б. Мунін, О. С. Кривоносов, З. В. Марциновська. – К. : Ун-т «Україна», 2012. – 335 с.

111. Мусакин А. А. Малый отель: с чего начать, как преуспеть / А. А. Мусакин. – СПб.: Питер, 2007. – 320 с.
112. Наказ Державного комітету статистики України «Про затвердження Методичних положень щодо формування статистичної інформації про діяльність суб'єктів малого підприємництва» № 274 від 27 липня 2007 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
113. Наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва «Про затвердження форм документів, необхідних для реєстрації організацій як об'єктів інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва» № 112 від 02 липня 2009 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0695-09/>.
114. Наказ Державної туристичної адміністрації України, Державного Комітету статистики України «Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності» від 12.11.2003 № 142/394 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1128-03/>.
115. Нездоймінов С. Г. До проблем формування сучасної концепції підприємництва в туризмі / С. Г. Нездоймінов // Науковий вісник. – Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. – 2008. – №2(58). – С.82-95.
116. Нездоймінов С. Г. Соціально-економічні фактори розвитку підприємництва в туристичних регіонах України / С. Г. Нездоймінов // Таврійський економічний журнал. – Сімферополь: Кримський інститут бізнесу. Науковий журнал. – 2008. – №1. – С.27-33.
117. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія / Нездоймінов С. Г. – Одеса: Астропринт, 2009. – 304с.
118. Нездоймінов С. Г. Формування кластерної стратегії розвитку підприємництва в регіональному туристично-рекреаційному комплексі /

- С. Г. Нездоймінов // Економічні інновації: Випуск 38: Формування економічних стратегій розвитку підприємства, регіону, держави. Зб.наук. праць. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2009. – С.134-143.
119. Обзор рынка мини-отелей в Санкт-Петербурге по состоянию на май 2010 года [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://estimation.ru/ru/analytics/2010/05/23-1/>.
120. Обращение по вопросу о внесении изменения в Порядок предоставления услуг по временному размещению (проживанию), утвержденный Постановлением Кабинета Министров Украины от 15 марта 2006 года № 297 № 9-6/11–ВР от 21.09.2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
121. Обращение по вопросу о внесении изменения в Порядок предоставления услуг по временному размещению (проживанию), утвержденный Постановлением Кабинета Министров Украины от 15 марта 2006 года № 297 Верховная Рада АРК № 9-6/11–ВР от 21.09.2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/krym/show /rb0009002-11>.
122. Опанащук Ю. Я. Развитие гостиничного хозяйства в Украине тенденции и перспективы / Ю. Я. Опанащук // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2004. – №3. – С. 15-19.
123. Офіційний сайт бази відпочинку «Сан Марін» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sunmarine.od.ua/>.
124. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/>.
125. Офіційний сайт гостьового будинку «Приморський» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.otpusk.od.ua/>.
126. Офіційний сайт гостьового двору «Галіан» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.galian.od.ua/>.
127. Офіційний сайт готельного комплексу «Аврора» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://auroa-rc.com.ua/>

128. Офіційний сайт готельного комплексу «Золоте Руно» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zolotoruno.com.ua/>.
129. Офіційний сайт готельного комплексу «Катран» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.katran-club.com.ua/>.
130. Офіційний сайт готельного комплексу «Міраж» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mirage.od.ua/>.
131. Офіційний сайт готельного комплексу «Наутілу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://seahotel.com.ua/>.
132. Офіційний сайт готельного комплексу «Тукан» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tukan.odessa.ua/>.
133. Офіційний сайт готельного комплексу «Уліс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uliss.com/>.
134. Офіційний сайт готельного комплексу «Уютний» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://viphotel.com.ua/>.
135. Офіційний сайт готельного комплексу «Шаланда» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.shalanda.odessa.ua/>.
136. Офіційний сайт готельно-ресторанного комплексу «Оазис» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sosedj.odessa.ua/>.
137. Офіційний сайт готельно-розважального комплексу «Палладіум» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.palladium.com.ua/>.
138. Офіційний сайт готелю «Айвазовський» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ayvazovsky.com.ua/>.
139. Офіційний сайт готелю «Аркадія-Плаза» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.arcadia-plaza.od.ua/>.
140. Офіційний сайт готелю «Астро» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotelastro.od.ua/>.
141. Офіційний сайт готелю «Атріум» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bestrent.od.ua/>.
142. Офіційний сайт готелю «Відрада» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotel-otrada.com/>.

143. Офіційний сайт готелю «Вілла Венеція» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.venice-hotel.com.ua>.
144. Офіційний сайт готелю «Вілла Елена» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.villaelena.com.ua/>.
145. Офіційний сайт готелю «Вілла Панама» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.villa-panama.org/>.
146. Офіційний сайт готелю «Гостьовий двір» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gostinniydvor.com/>.
147. Офіційний сайт готелю «Де Рішельє» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://derishele.od.ua/>.
148. Офіційний сайт готелю «Дерибас» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotel-deribas.com/>.
149. Офіційний сайт готелю «Джаконда» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lagioconda.odessa.ua/>.
150. Офіційний сайт готелю «Капрі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kapri-hotel.com/>.
151. Офіційний сайт готелю «Катерина» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotel-ekaterina.od.ua/>.
152. Офіційний сайт готелю «Катеринінські апартаменти» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ekhotel.od.ua/>.
153. Офіційний сайт готелю «Клеопатра» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.odessa.co.ua/cleopatra.htm>.
154. Офіційний сайт готелю «Континенталь» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.continental-hotel.com.ua/>.
155. Офіційний сайт готелю «Корона» [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.coronahotel.com.ua/>.
156. Офіційний сайт готелю «Кофортготель» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://comfortel.od.ua/>.
157. Офіційний сайт готелю «Криштальний дім» [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.hrystal.od.ua/>.

158. Офіційний сайт готелю «Ла Перла Рояль» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.laperlehotel.com/>.
159. Офіційний сайт готелю «Лермонтовський» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lermontovskiyy.com.ua/>.
160. Офіційний сайт готелю «Лондон» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.london-hotel.com.ua/>.
161. Офіційний сайт готелю «Львівський» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.odessa.co.ua/hotels/?p=view&num=162>.
162. Офіційний сайт готелю «Марріон» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marrion.com.ua/>.
163. Офіційний сайт готелю «Моцарт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mozart-hotel.com/>.
164. Офіційний сайт готелю «Немо» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotel.nemo.od.ua/>.
165. Офіційний сайт готелю «Одеський дворик» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://odesskij-dvorik.ua/>.
166. Офіційний сайт готелю «Олімп Клуб» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.olimpclub.com/>.
167. Офіційний сайт готелю «Особняк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.osobnyak.com/>.
168. Офіційний сайт готелю «Палас Дель Мар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pdm.com.ua/>.
169. Офіційний сайт готелю «Принцес» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://princess.od.ua/>.
170. Офіційний сайт готелю «Промінада» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prominada.com/>.
171. Офіційний сайт готелю «Фраполлі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://frapolli-hotel.com/>.
172. Офіційний сайт готелю «Чорне море Відрада» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bs-hotel.com.ua/otrada.html>.

173. Офіційний сайт готелю «Tanger» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotel-tanger.ru/aggregator/>.
174. Офіційний сайт Державної агенції України з туризму і курортів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/>.
175. Офіційний сайт Державної служби туризму та курортів. Реєстр діючих засобів розміщення, які плануються задіяти до Євро-2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=1601>.
176. Офіційний сайт комплексу відпочинку «Барселона» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.barselona.com.ua/>.
177. Офіційний сайт комплексу відпочинку «Їлки Палки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sovinyon-ep.com.ua/>.
178. Офіційний сайт комплексу відпочинку «Закарпатська колиба» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.coluba.ru/>.
179. Офіційний сайт комплексу відпочинку «Одисей» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.odysseus.od.ua/>.
180. Офіційний сайт комплексу відпочинку «Прибій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://priboy.od.ua/>.
181. Офіційний сайт міні-готелю «Mini-hotel» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kakdoma.odessa.ua/>.
182. Офіційний сайт міні-готелю «Валенсія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelvalencia.odessa.ua/>.
183. Офіційний сайт міні-готелю «Версаль» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.versalhotel.com/>.
184. Офіційний сайт міні-готелю «Гетьман» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.getman.od.ua/>.
185. Офіційний сайт міні-готелю «Золотий берег» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.goldbeach.od.ua/>.
186. Офіційний сайт міні-готелю «Клумба» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotel-clumba.com/>.



187. Офіційний сайт міні-готелю «Опера» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotel-opera.net/>.
188. Офіційний сайт міні-готелю «Ореанда» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oreanda-apart.com.ua/>.
189. Офіційний сайт міні-готелю «Ре-ка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://re-ka.com/>.
190. Офіційний сайт міні-готелю «Санрайз» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sunrise-odessa.com/>.
191. Офіційний сайт хостелу «BlackSea Backpackers' International» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.blackseahostels.com/>.
192. Офіційний сайт центру відпочинку «Бригантіна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotel-brigantina.od.ua/>.
193. Офіційний сайт центру відпочинку «Загублений світ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fitclub.com.ua/>.
194. Офіційний сайт центру відпочинку «Золотий шар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zolotoyshar.com/>.
195. Офіційний сайт центру відпочинку «Колумбус» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://columbus-odessa.com.ua/>.
196. Офіційний сайт центру відпочинку «Марістела-клуб» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://maristella-club.com/>.
197. Офіційний сайт центру відпочинку «Океаніс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oceanis.od.ua/>.
198. Офіційний сайт центру відпочинку «Пальма» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotel-palma.od.ua/>.
199. Перелік готелів та інших засобів розміщення м. Одеси / Департамент рекреаційного комплексу і туризму Одеської міської ради.
200. Писаревский Е. Л. Проблемы реализации Директивы ЕС от 13 июня 1990 года № 90/314/ЕЕС «О комплексных путешествиях, отпусках и поездах («включающих все»)» / Е. Л. Писаревский // Туризм: право и экономика. – 2005. – № 4. – С.4-11.

201. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании. / В. Плюта – М.: Финансы и статистика, 1989. – 175 с.
202. Податковий кодекс України : за станом на 7 серпня 2011 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К. : Парлам. вид-во, 2011. – (Бібліотека офіційних видань).
203. Положення про малі готелі, мотелі, пансіонати [Електронний ресурс] / Постанова Верховної Ради Автономної Республіки Крим від 19 березня 2003 р. – Режим доступу: <http://crimea.gov.ua/doc/pc487.pdf>.
204. Пономарьова Г. О. Організаційно-економічне забезпечення випереджувального управління підприємством: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Г. О. Пономарьова; Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. – Луганськ, 2004. – 25 с.
205. Порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) / № 803 в редакції від 21 жовтня 2011 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [zakon2.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-п](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-п).
206. Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) / № 297 в редакції від 01 грудня 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/>.
207. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги: ДСТУ 4268:2003. Видання офіційне. Розроблено Держтурадміністрацією спільно з ДП НДІ «Система», м. Львів. [Чинний від 2004-01-07]. – К.: Держспоживстандарт України, 2004. – 14 с. – (Національний стандарт України).
208. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: ДСТУ 4527:2006. Видання офіційне. Розроблено Держтурадміністрацією спільно з ДП НДІ «Система», м. Львів. [Чинний від 2006-01-10]. – К.: Держспоживстандарт України, 2006. – 28 с. – (Національний стандарт України).

209. Послуги туристичні. Класифікація готелів: ДСТУ 4269:2003. Видання офіційне. Розроблено Держтурадміністрацією спільно з ДП НДІ «Система», м. Львів. [Чинний від 2004-01-07]. – К.: Держспоживстандарт України, 2004. – 14 с. – (Національний стандарт України).
210. Постановление «О регулировании деятельности индивидуальных средств размещения, оказывающих услуги по временному размещению (проживанию) в Автономной Республике Крым № 744-6/12 от 23.03.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/krym/show/rb0744002-12/>.
211. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг: № 19 в редакції від 12 листопада 2010 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/>.
212. Програма створення мережі малих готелів «Малі готелі Києва» [Електронний ресурс] : Проект постанови Верховної Ради Автономної Республіки Крим від 19 березня 2003 р. – Режим доступу: <http://kmv.gov.ua>getdoc.asp?id=9826>.
213. Проект Закону України «Про внесення змін до статті 20 Земельного кодексу України» (щодо умов надання туристичних послуг фізичними особами) № 8737 від 01.07.2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
214. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства / П. Р. Пуцентейло – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
215. Распоряжение «Об установлении ставки фиксированного налога с доходов физических лиц, сдающих жилье внаем от 28 мая 2009 года» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sta-crimea.gov.ua/>.
216. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / під заг. ред. В. Г. Герасименка. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.

217. Родионов А. А. Клиентоориентированные стратегии в сети малых отелей: дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / А. А. Родионов. – Москва, 2005. – 169 с. РГБ ОД, 61:06-8/229.
218. Розподіл готелів Одеської області залежно від категорії. – Одеса: Головне управління статистики в Одес. обл., 2010. – 4 с. (за замовленням).
219. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів з виконання у 2013 році Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» № 64-р від 13 лютого 2013 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
220. Садеков А. А. Управление предприятием в условиях кризиса: моногр. / А. А. Садеков, В. В. Цурик. – Донецк : ДонГУЭТ, 2006. – 178 с.
221. Семенов В. Ф. Регіональна економіка / В. Ф. Семенов. – Київ: МП «Леся». – 2008. – 595 с.
222. Семенов В. Ф. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності: монографія / В. Ф. Семенов, М. Д. Балджи, В. М. Мозгальова. – Одеса: Вид-во «Optimum», 2008. – 201 с.
223. Семенов В. Ф. Регіональний рекреаційний кластер у контексті структурної перебудови економіки регіону / В. Ф. Семенов, В. М. Мозгальова, І. В. Давиденко // Регіональна економіка. – 2006. – №3. – С. 80-89.
224. Сенин В. С. Организация международного туризма / В. С. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 400 с.
225. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах / Т. Г. Сокол – К.: Альтерпрес, 2009. – 447 с.
226. Статистичний щорічник України за 2009 рік / За ред. О. Г. Осауленка. – К. : Державний комітет статистики України, 2010. – 566 с.
227. Створення та просування сайтів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dnepr-web.com.ua/menu/price.html>.

228. Ткаченко Т. І. Управління якістю готельних послуг: монографія / Т. І.Ткаченко, С. В.Мельниченко, М. В.Новак – К.: Київський національний торгово-економічний університет, 2006. – 324 с.
229. Туристична діяльність в Україні у 2013 році: статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 272 с.
230. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц: ГОСТ 28681.4-95. – [Чинний від 1997-01-01]. – К. : Держстандарт України, 1997. – 16 с.
231. Указ Президента України «Про заходи щодо забезпечення підтримки та дальшого розвитку підприємницької діяльності» № 477/2004 від 24.04.2004 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
232. Указ Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 01.01.2011 року / Офіц. вид. – К. : Парлам. вид-во, 2011.
233. Уманець Т. В. Регіональний економічний розвиток України: теоретичні основи управління, інтегральна оцінка, діагностика: монографія / Т. В. Уманець. – Донецьк: «ВІК», 2007. – 340 с.
234. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство / Уокер Дж. Р. – М.: ЮНИТИ, 2004 – 463 с.
235. Услуги малых средств размещения. Общие требования. ГОСТ 54606 – 2011. – Введ. 1.07.2012 г. – М.: Стандартинформ, 2012. – 12 с.
236. Федорченко В. К. Туристський словник – довідник / В. К. Федорченко, І. М. Мініч. – К.: Дніпро, 2000 р. – 155 с.
237. Франция вводит новую категорию в классификации отелей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelukraina.com.ua/franciya-vvodit-novuyu-kategoriyu-v-klassifikacii-otelej/>.

238. Характеристика готелів та інших місць для короткотермінового проживання [Електронний ресурс]: зб. «Туризм в Україні». – К.: Держкомстат України. – 2006-2009.
239. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії / Н.В. Чорненька. – К.: Атіка, 2006. – 264 с.
240. Чудновский А. Д. Туризм и гостиничное хозяйство / А. Д. Чудновский. – М.: ЮРКНИГА, 2005. – 448 с.
241. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет. – М.: ИНФРА, 2000. – 207 с.
242. Шилова О. Ю. Організаційно-економічне забезпечення розвитку підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. Ю. Шилова; Донецький національний технічний університет. – Донецьк, 2009. – 24 с.
243. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії / І. М. Школа – Чернівці: Книги – ХХІ, 2005. – 596 с.
244. Юрьєвська О. М. Формування стратегії управління малими готельними підприємствами: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / О. М. Юрьєвська; ТНУ ім. В. І. Вернадського. – Сімферополь, 2010. – 207 с.
245. Яковлев Г. А. Экономика гостиничного хозяйства / Г. А. Яковлев. – М.: Издательство РДЛ, 2006. – 328 с.
246. Янковий О. Г. Моделювання парних зв'язків в економіці / О. Г. Янковий. – Одеса: Оптимум, 2001. – 198 с.
247. Янковой А. Г. Математико-статистические методы и модели в управлении предприятием / А. Г. Янковой. – Одесса: ОНЭУ, 2014. – 250 с.
248. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA. – Одесса: Оптимум, 2001. Вып. 1. – 216 с.
249. Heppel M. Five Star Service: How to Deliver Exceptional Customer Service / M. Heppel. – Dorchester: Henry Ling Ltd. – 2010. – 264 p.

250. Hurwicz L. Mechanism Design Theory [Электронный ресурс] / Leonid Hurwicz, Eric S. Maskin, Roger B. Myerson. – Режим доступа: [http://www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/economic-sciences/laureates/2007/advanced-economicsciences2007.pdf](http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2007/advanced-economicsciences2007.pdf)
251. Larkin E.M. How To Run A Great Hotel / E.M. Larkin. – Oxford: How To Books Ltd. – 2009. – 246 p.
252. Lloyd M. How to Buy & Run Your Own Hotel / M. Lioud. – Oxford: How To Books Ltd. – 2008. – 239 p.
253. The Hotel Price Index [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hotels.com/press/hotels.com-hotel-price-index-2009-h2.pdf>.
254. Venison P. J. 100 Tips for Hoteliers: What Every Successful Hotel Professional Needs to Know and Do / P. J. Venison. – Lincoln: iUniverse. – 2005. – 176 p.
255. Yield Management в гостиничной индустрии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.frontdesk.ru/vetka.cgi?vetkaid=10597>.

## **ДОДАТКИ**



**Засоби розміщення, що мають бути віднесені до спеціалізованих засобів розміщення**

Спеціалізовані функції	Засоби розміщення	Визначення за ДСТУ 4527:2006	Група за ДСТУ 4527:2006
Лікувальна	Санаторій	Готель, розташований на території курорту або рекреаційної зони, який забезпечує надавання послуг лікування у регламентованому режимі	Готелі
	Профілакторій	Аналогічний готелю засіб розміщення, як правило, відомчого підпорядкування, призначений для організування відпочинку та загального оздоровлення, який має умови для надавання послуг профілактичного лікування професійних хвороб	Аналогічні засоби розміщення
Оздоровча	База відпочинку	Аналогічний готелю засіб розміщення з мінімальними зручностями, зазвичай, сезонного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, який забезпечує умови для відпочинку	Невизначено, однак за ДСТУ 4268:2003 – спеціалізований засіб розміщення
	Дитячий табір	Засіб розміщення, як правило, сезонного функціонування для активного відпочинку та оздоровлення дітей у регламентованому режимі	
	Табір праці та відпочинку	Засіб розміщення сезонного функціонування, який має умови для здійснювання у регламентованому режимі певної діяльності під час відпочинку	
Транспортна	Круїзне судно	Транспортний засіб, на якому надають послуги з тимчасового розміщення у каютах, а також послуги харчування і розваги під час круїзу	Невизначено, однак за ДСТУ 4268:2003 – спеціалізований засіб розміщення
	Туристичний потяг	Транспортний засіб, на якому під час подорожі за туристичним маршрутом забезпечують розміщення у купе залізничних вагонів, а також послуги харчування у спеціально обладнаному вагоні-ресторані	
Спортивна	Ботель	Готель цілорічного функціонування, розміщений на невеликому за розміром плавзасобі, який має умови для швартування і технічного обслуговування засобів водного транспорту	Готелі
	Флотель	Спеціально обладнане комфортабельне судно, яке використовують як плавучий готель, в якому забезпечують надавання послуг активного відпочинку і розважання; може мати умови для проведення конгрес-заходів	
	Туристична база	Аналогічний готелю засіб розміщення, розташований на туристичному маршруті з активними способами пересування туристів і має умови для харчування та організування активного відпочинку у регламентованому режимі	Аналогічні засоби розміщення
	Гірський притулок	Засіб розміщення, розташований у віддаленій гірській місцевості на туристичному маршруті з активними способами пересування, призначений для короткочасного перебування та відпочинку	Невизначено, однак за ДСТУ 4268:2003 – спеціалізований засіб розміщення

Додаток Б

Перелік колективних засобів розміщення за ДСТУ 4527:2006 залежно від форми статистичної звітності

№ з/п	Формулювання	ДСТУ 4527:2006	Форма №1- готель (стара)	Форма №1- курорт (стара)	Форма №1 - КЗР
1	2	3	4	5	6
Готелі					
1	Засіб розміщення, який має номерний фонд, службу приймання, інші служби, які забезпечують надавання готельних послуг	Готель	Готель	-	Готель
2	Готель, розташований у сільській місцевості, який має умови для сільськогосподарської діяльності під час відпочинку	Агроготель	-	-	-
3	Готель, облаштований на кораблі, вилученому з експлуатації як транспортний засіб, і який перебуває на стаціонарній стоянці	Акватель	-	-	-
4	Готель, у якому номерний фонд представлений житловими кімнатами, у складі яких є кухня або функціональна зона з умовами для самостійного готування їжі	Апартамент-готель; апартамент-готель	-	-	-
5	Готель цілолітнього функціонування, розміщений на невеликому за розміром плавзасобі, який має умови для швартування і технічного обслуговування засобів водного транспорту	Ботель	-	-	-
6	Готель, частина приміщень якого не є номерним фондом, а спеціально обладнана і використовується як офіси	Готельно-офісний центр	Готельно-офісний центр	-	Готельно-офісний центр
7	Готель, розташований при клубі, в якому організують дозвілля та надають послуги переважно членам клубу	Клуб-готель	-	-	-
8	Готель, який має умови для організування і провадження конгрес-заходів	Конгрес-готель	-	-	-
9	Готель, розташований на території курорту, який має умови для відпочинку та оздоровлення	Курортний готель	-	-	-
10	Готель, розташований за межами міста вздовж автошляху, як правило, в одно-двоповерховій будівлі або в частині будівлі з окремим входом, який має умови для паркування й технічного обслуговування автомобілів	Мотель	Мотель	-	Мотель
11	Готель, який має тільки номери типу «люкс» та (або) апартамент, президентський апартамент	Готель-люкс	-	-	-
12	Готель-люкс закритого типу, призначений для обслуговування державних посадових осіб	Готель-резиденція	-	-	-
13	Готель, розташований у будівлі, яка є історико-архітектурною пам'яткою палацової або замкової архітектури	Палац-готель	-	-	-
14	Готель, розташований на території курорту або рекреаційної зони, який забезпечує надавання послуг лікування у регламентованому режимі	Санаторій	-	Санаторій Дитячий санаторій	Санаторій Дитячий санаторій

Продовження Додатку Б

1	2	3	4	5	6
15	Спеціально обладнане комфортабельне судно, яке використовують як плавучий готель, в якому забезпечують надавання послуг активного відпочинку і розважання; може мати умови для проведення конгрес-заходів	Флотель	-	-	-
16	Готель, у якому номери, розташовані за коридорною або блочною системою, і має умови для самостійного готування їжі та санітарно-технічній зручності на поверсі або у блоці; може організовувати харчування у закладі ресторанного гос-ва	Хостел; молодіжний готель	-	-	-
-	Аналогічні готелям засоби розміщення				
17	Аналогічний готелю засіб розміщення з мінімальними зручностями, зазвичай, сезонного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, який забезпечує умови для відпочинку	База відпочинку	-	База відпочинку	База відпочинку
18	Аналогічний готелю засіб розміщення, зазвичай цілорічного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, і який забезпечує умови для відпочинку з надаванням послуг оздоровчо-профілактичного характеру у регламентованому режимі	Будинок відпочинку	-	Будинок відпочинку	Будинок відпочинку
19	Аналогічний готелю засіб розміщення з укомплектованими кімнатами та з мінімальними зручностями; здебільшого пропонують сніданок	Гостьовий будинок	-	-	-
20	Аналогічний готелю засіб розміщення оздоровчого призначення, розташований у заміській або у рекреаційній зоні з регламентованим режимом харчування та відпочинку	Пансіонат	-	Пансіонат з лікуванням	Пансіонат з лікуванням
21	Аналогічний готелю засіб розміщення, як правило, відомого підпорядкування, призначений для організування відпочинку та загального оздоровлення, який має умови для надавання послуг профілактичного лікування професійних хвороб	Профілакторій	-	Пансіонат без лікування	Пансіонат відпочинку
22	Аналогічний готелю засіб розміщення, розташований на туристичному маршруті з активними способами пересування туристів і має умови для харчування та організування активного відпочинку у регламентованому режимі	Туристична база	Молодіжні турбази	-	Туристська база
23	Аналогічний готелю засіб розміщення з двох або більше будівель, в якому забезпечують надавання комплексу послуг; у більшості випадків надають послуги харчування, торгівлі, зв'язку та розважання	Туристичний комплекс	-	-	-
-	Спеціалізовані засоби розміщення				
24	Засіб розміщення, як правило, сезонного функціонування для активного відпочинку та оздоровлення дітей у регламентованому режимі	Дитячий табір	-	Дитячий оздоровчий заклад (табір) цілорічної дії	Дитячий заклад оздоровлення цілорічної дії
25	Заклад, який спеціалізується на організуванні та проведенні конгрес-заходів та надає готельні послуги лише учасникам конгрес-заходів	Конгрес-центр; бізнес-центр	-	-	-

Продовження додатку Б

26	Транспортний засіб, на якому надають послуги з тимчасового розміщення у каютах, а також послуги харчування і розваги під час круїзу	Круїзне судно	-	-	-
27	Засіб розміщення сезонного функціонування, який має умови для здійснювання у регламентованому режимі певної діяльності під час відпочинку	Табір праці та відпочинку	-	-	-
28	Транспортний засіб, на якому під час подорожі за туристичним маршрутом забезпечують розміщення у купе залізничних вагонів, а також послуги харчування у спеціально обладнаному вагоні-ресторані	Туристичний потяг	-	-	-
29	Засіб розміщення, розташований у віддаленій гірській місцевості на туристичному маршруті з активними способами пересування, призначений для короткочасного перебування та відпочинку	Гірський притулок	Гірський притулок	-	Гірський притулок
-	Інші засоби розміщування				
30	Засіб розміщення, як правило, відомчої підпорядкованості, до якої належать житлові кімнати, розташовані за коридорною (блочною) системою, і має умови для самостійного готування їжі з надаванням кухонного обладнання у спільне користування на поверсі	Гуртожиток	Гуртожиток для приїжджих	-	Гуртожиток для приїжджих
31	Засіб розміщення на огороженій території, де розміщення забезпечують у котеджах та (або) бунгало, та (або) надають місця для розташовування наметів, караванів та караванів-будиночків, територія облаштована санітарно-технічними зручностями загального користування	Кемпінг	Кемпінг	-	Кемпінг
-	Засоби розміщування, що не увійшли до ДСТУ 4527:2006				
-	Клуби з приміщенням для проживання (Форма №1-готель – стара; Форма №1- КЗР); Курортна поліклініка, Бальнеофізіо-терапевтичне відділення (Форма №1-курорт - стара); Студентський літній табір, Дитячий центр, Бальнеологічна лікарня, Грязелікарня, Бальнеогрязелікарня (включаючи дитячі), Оздоровчий заклад 1-2 денного перебування (Форма №1- КЗР);				

Структура засобів розміщення туристів м. Одеси

№	Тип засобу розміщення	Найменування	N	Доля
1	2	3	4	5
<b>Готелі</b>				
1	Готель	«Аеропорт Одеса», «Айвазовський», «Альянс», «Анабель», «Антарктика», «Аркадія», «Атріум», «Блаз», «Брістоль», «Вірада», «Вікторія», «Вілла Венеція», «Вілла Елена», «Вілла Неаполь», «Вілла Панама», «Вігязь», «Вокзал», «Гостювий двір», «Готель ОДАХ», «Готель ЧП», «Де Рішельє», «Дерибас», «Джаконда», «Зірка», «Капрі», «Катерина», «Катеринінські апартаменти», «Клеопатра», «Комбі», «Кофортготель», «Корона», «Креветка», «Криштальний дім», «Ла Перла Рояль», «Лондонська», «Львівський», «Морехідний», «Морський», «Моряк», «Немо», «Одеса», «Одеський дворик», «Жовтнева», «Олімп клуб», «Оріон», «Особняк», «Палас дель Мар», «Пасаж», «Принцес», «Токіо-Стар», «Турист», «Укртранс-Одеса», «Центральний», «Центральний автовокзал», «Цирк», «Чорне море», «Чорне море філія», «Чорне море філія Вірада», «Юність»	59	26,2 %
2	Санаторій	«Аркадія», «Біла акація», «ім. Горького», «Зелена гірка», «Зелений мис», «Красні зорі», «Куяльник», «Лермонтовський», «Магнолія», «Молдова», «Одеса», «Одеський», «Росія», «Салют», «Сонячний», «Україна», «Фонтан», «Хаджибей», «Чкалова», «Чорне море», «Чувиріна»	21	9,3 %
4-16	Акваторія, Ботель, Флотель, Готельно офісний центр, Конгрес готель, Клуб готель, Готель резиденція, Готель палац, Курортний готель, Мотель, Агроготель, Апарт готель		-	-
<b>Аналогічні готелям заклади</b>				
17	База відпочинку	«Бузкова роша», «Люстдорф», «ОДАБА», «Парус», «Сан Марін», «Сонячна»	6	2,7 %
18	Пансіонат	«Борей», «Кооператор», «Мирний», «Совіньон»	4	1,8 %
19	Гостювий будинок	«Малбу», «Приморський»	2	0,9 %
20	Профілакторій	«Міжрейсова база моряків» (санаторій-профілакторій)	1	0,4 %
21-23	Туристична база, Туристичний комплекс, Будинок відпочинку		-	-
<b>Спеціалізовані засоби розміщення</b>				
24	Табір праці і відпочинку (дитячий)	«Воору», «Антарктика», «Дружба», «Казковий», «Космос», «Молода гвардія», «Орляток», «Радуга», «Сакура», «Юний залізнодорожник», «Юний зв'язист», «Юний романтик», «Юний судоремонтник»	13	5,8 %
25	Дитячий санаторій	«Ластівка», «Люстдорф», «Одеський міський протитуберкульозний»	3	1,3 %
26-29	Конгрес-центр, Круїзне судно, Туристичний потяг, Гірський притулок		-	-
<b>Інші засоби розміщення</b>				
30	Гуртожиток	ВУЗ чи від підприємства (не для прийжджких)	54	24,0 %
31	Кемпінг		-	-

Продовження додатку В

1	2	3	4	5
<b>Не представлені у ДСТУ 4527:2006</b>				
32	Міні-готель	«5 start», «Mini-hotel», «Аванті», «Валенсія», «Версаль», «Вікторія», «Гетьман», «Ерідан», «Зайджий двір», «Золотий берег», «Клумба», «Опера», «Ореанда», «Ре-ка», «Родіонов», «Санрайз», «Сфера», «Фіеста», «Чкаловський»	19	8,4 %
33	Готельний комплекс	« <b>Аркадія-Плаза</b> », « <b>Гранд-Пеггіне</b> », « <b>Лондон</b> », « <b>Моцарт</b> », «Фраполлі», « <b>Курортний</b> », «Лермонтовський», «Марріон», «Промінада», « <b>ОК Одеса</b> », «Аврора», «Золоте Руно», «Кагран», « <b>Міраж</b> », «Наутілус», «Гукан», «Уліс», «Уютний», «Шаланда»	19	8,4 %
34	Комплекс відпочинку	« <b>Астро</b> », «Барселона», «Білий кролик», « <b>Закарпатська колиба</b> », «Ковбой», «Маріанна», «Одисей», «Прибій», «Гіха гавань», «Елки-Палки»	10	4,4 %
35	Центр відпочинку	«Бригантіна», «Дім Павлових», «Загублений світ», «Золотий шар», «Колумбус», « <b>Марістела-клуб</b> », «Океаніс», «Пальма»	8	3,6 %
36	Інші	«Континенталь» (бізнес-готель), «Галіан» (гостювий двір), «Оазис» (готельно-ресторанний комплекс), «Палладіум» (готельно-розважальний комплекс), «Гранд Марін» (спа-готель), «Одеса-Аркадія» (центр оздоровлення та відпочинку)	6	2,7 %
	Загалом:		225	100,0

## Анкета

Шановний (а) пан (пані)!

Просимо Вас відповісти на запитання нашої анкети для проведення дослідження організаційно-економічного забезпечення функціонування засобів розміщення малої місткості. Ваші відповіді та Ваша думка дуже важлива для нас.

Вкажіть обрану Вами відповідь.

Щиро дякуємо Вам за участь у дослідженні!

1. *Найменування засобу розміщення:* \_\_\_\_\_
2. *Організаційно-правова форма.*  
*юридичної особи-СПД: ТОВ, ВАТ, ЗАТ, ПО, КО, ПП*  
*фізична особа-СПД*  
*форма власності (приватна, колективна, державна і т.п.)* \_\_\_\_\_
3. *Рік побудови засобу розміщення* \_\_\_\_\_
4. *Номерний фонд засобу розміщення (кількість номерів)* \_\_\_\_\_
5. *Типи номерів та ціна на тимчасове проживання* \_\_\_\_\_
6. *Ваш прогноз динаміки розвитку. Надалі ми збираємося* \_\_\_\_\_  
*Закритися, Призупинити діяльність, Розширити свій готельний бізнес,*  
*Розглядаємо своє фінансово-економічний стан як стабільний.*
7. *Середній рівень рентабельності (%)* \_\_\_\_\_
8. *Вкажіть додаткові послуги, що надаються засобом розміщення* \_\_\_\_\_
9. *На якій податковій системі знаходиться засіб розміщення?* \_\_\_\_\_
10. *Вкажіть рівень Вашої заробітної плати* \_\_\_\_\_
11. *Вкажіть категорію засобу розміщення* \_\_\_\_\_
12. *Вкажіть контингент гостей, що зупиняються в Вашому засобі розміщення* \_\_\_\_\_
13. *Чи використовуєте Ви систему бронювання, якщо так, то яку?* \_\_\_\_\_
14. *Якими каналами збуту Ви користуєтесь?* \_\_\_\_\_
15. *Середній строк перебування гостя в Вашому засобі розміщення* \_\_\_\_\_
16. *Вкажіть середній коефіцієнт завантаження* \_\_\_\_\_
17. *Вкажіть проблеми, з якими Вам доводиться стикатися* \_\_\_\_\_
18. *Вкажіть яку допомогу Ви очікуєте отримати* \_\_\_\_\_
19. *Чи вважаєте Ви доцільним створити асоціацію малих готелів м. Одеси?* \_\_\_\_\_

## Додаток Д

## Розподіл номерів засобів розміщення малої місткості по категоріям

№	Назва готелю	Стандарт	Стандарт покращений	Мансардний	Напівлюкс	Люкс	Президентський	Економ	Сімейний	Σ
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Відрада	10	6	-	7	3	-	-	-	26
2	Палас Дель Мар	13	13	-	-	8	2	-	-	36
3	Аркадія-Плаза	10	8	-	2	3	1	-	-	24
4	Континенталь	12	-	-	10	4	-	6	-	32
5	Лондон	23	-	-	1	12	1	-	-	37
6	Моцарт	30	-	-	2	6	-	-	2	40
7	Фраполлі	9	-	-	14	1	-	2	-	26
8	Лермонтовський	24	-	-	-	9	-	-	-	33
9	Маріон	30	-	-	-	2	-	-	-	32
10	Промінада	20	-	-	8	2	-	-	-	30
11	Чорне море (філія Відрада)	25	-	-	5	2	-	-	-	32
12	5 Start	-	-	-	3	1	-	-	-	4
13	BlackSea Backpackers' Inter	3	-	-	-	-	-	-	-	3
14	Mini-hotel	1	-	-	3	1	-	-	-	5
15	The Babushka Grand	1	-	-	-	-	-	-	-	1
16	Автотурист	15	-	-	5	3	-	-	1	24
17	Айвазовський	16	-	5	4	2	-	-	-	27
18	Альянс	18	-	-	1	1	-	-	-	20
19	Анабель	-	5	-	-	-	-	2	-	7
20	Астро	19	-	-	8	2	-	4	-	33
21	Атріум	3	-	-	2	-	-	-	-	5
22	Барселона	11	-	-	4	1	-	-	2	18
23	Білий Кролик	3	-	-	2	-	-	-	-	5
24	Бригантина	8	1	-	-	-	-	-	-	9
25	Будинок актору	4	-	-	3	2	-	-	-	9
26	Валенсія	1	1	-	3	3	-	-	-	8
27	Версаль	1	-	-	1	2	-	-	-	4
28	Вікторія	6	-	-	-	2	-	-	-	8
29	Вілла Венеція	2	-	-	2	3	3	-	-	10
30	Вілла Елена	1	-	-	-	4	-	-	-	5
31	Вілла Неапіль	2	-	-	2	4	-	-	-	8
32	Вілла Панама	14	-	-	4	6	-	-	-	24
33	Вокзал	43	-	-	-	-	-	-	-	43
34	Галіан	2	1	-	-	-	-	-	-	3
35	Гетьман	2	-	-	-	1	-	-	-	3
36	Гостьовий двір	1	-	-	1	3	-	1	-	6
37	Готель, ЧП	12	-	-	-	-	-	-	-	12
38	Де Рішельє	5	4	-	-	-	-	7	-	16
39	Дерибас	6	-	-	3	-	-	5	-	14
40	Джоконда	-	-	-	3	6	-	-	-	9
41	Ерідан	3	-	-	2	1	-	-	-	6
42	Снтонис Хоум	4	-	-	-	-	-	-	-	4



## Продовження додатку Д

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
43	Загублений світ	-	-	-	1	2	-	-	-	3
44	Закарпатська колиба	15	-	-	-	10	-	-	-	25
45	Золоте Руно	2	-	-	2	6	-	-	-	10
46	Золотий берег	4	-	-	-	-	-	-	-	4
47	Золотий шар	-	-	-	-	10	-	-	-	10
48	Капрі	12	8	-	2	3	4	-	-	29
49	Катерина	-	-	-	5	8	-	-	-	13
50	Катеринінські апартаменти	3	1	-	1	-	-	3	-	8
51	Катран	4	-	-	2	1	-	-	-	7
52	Клеопатра	4	3	-	4	2	-	7	-	20
53	Клумба	2	2	-	2	2	-	-	-	8
54	Ковбой	3	-	-	-	-	-	-	-	3
55	Колумбус	-	-	-	6	3	-	-	-	9
56	Комбі	10	-	-	-	-	-	-	-	10
57	Комфортгетель	2	-	-	1	1	-	1	-	5
58	Кооператор	21	15	-	6	8	-	-	-	50
59	Корона	6	6	-	-	6	-	-	-	18
60	Креветка	6	-	-	-	2	-	-	-	8
61	Криштальний дім	5	-	-	2	1	-	3	-	11
62	Ла Перла Рояль	1	-	-	2	2	-	-	-	5
63	Лузанівка	14	14	-	-	-	-	-	-	28
64	Львівський	2	-	-	-	-	-	-	-	2
65	Малібу	15	5	-	10	-	-	-	-	30
66	Маріанна	10	-	-	-	-	-	-	-	10
67	Марістела-клуб	3	-	-	5	5	2	-	-	15
68	Міраж	9	-	-	-	-	-	-	-	9
69	Морехідний	3	1	-	-	-	-	4	-	8
70	Наутілуc	3	-	-	3	1	-	2	-	9
71	Немо	13	-	-	3	2	2	-	-	20
72	Оазис	2	-	-	-	1	-	-	-	3
73	Одеський дворик	15	-	12	6	7	1	2	-	43
74	Одисей	2	-	-	1	3	-	-	-	6
75	Океаніc	7	5	-	4	4	-	-	-	20
76	Олімп Клуб	-	-	-	12	-	-	-	-	12
77	Опера	-	-	-	2	3	-	-	-	5
78	Ореанда	-	4	-	3	1	-	-	-	8
79	Особняк	14	-	-	6	2	-	-	-	22
80	Палладіум	17	-	-	2	4	-	-	-	23
81	Пальма	9	-	-	-	3	-	-	-	12
82	Прибій	21	10	-	-	-	-	6	3	40
83	Приморський	-	-	-	4	5	-	3	-	12
84	Принцес	20	-	-	7	3	-	-	-	30
85	Ре-ка	2	-	-	1	2	-	-	-	5
86	Сан Марін	44	-	-	-	-	-	-	-	44
87	Санрайз	-	-	-	4	2	-	-	-	6
88	Сфера	4	-	-	-	-	-	-	-	4
89	Тукан	27	-	-	2	1	-	-	-	30
90	Уліс	7	3	-	5	1	-	-	-	16

Продовження додатку Д

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
91	Уютний	4	-	-	8	3	-	-	-	15
92	Фієста	3	-	-	-	-	-	-	-	3
93	Чкаловский	5	-	-	4	-	-	-	-	9
94	Шаланда	-	-	-	4	2	-	-	-	6
95	Ялинця-Палинця	10	-	-	4	4	-	-	-	18
	Загалом:	798	116	17	241	226	16	58	8	1480
	Доля кожної категорії	53,9 %	7,8 %	1,1 %	16,3 %	15,3 %	1,1 %	3,9 %	0,5 %	100,0 %

Ціни на проживання у засобах розміщення малої місткості м. Одеси у 2012 р.  
(низький сезон)

№ з/п	Назва підприємства	Тип підприємства	Категорія	Кількість номерів	Структурний розподіл номерного фонду			Середня ціна номерного фонду підприємства, грн.
1	2	3	4	5	6			7
1	Відрада	готель	5	26	4	Стандарт Джуніор	1570	2863,46
					6	Стандарт	1890	
					6	Стандарт покращений	2170	
					5	Напівлюкс	3090	
					2	Напівлюкс вищої категорії	4440	
					2	Люкс	5770	
					1	Люкс апартаменти	7940	
2	Палас Дель Мар	готель	5	35	13	Стандарт	1500	2345,71
					13	Стандарт покращений	1700	
					4	Пентхаус	3000	
					2	Пентхаус покращений	4000	
					1	Люкс	4000	
					1	Люкс Дель Мар	5000	
					1	Президентський	5000	
1	Об'єднаний	6500						
3	Аркадія-Плаза	готельний комплекс	4	24	10	Стандарт	1167	1874,00
					8	Покращений	1689	
					2	Напівлюкс	2499	
					3	Люкс	3441	
					1	«Плаза» Люкс	4473	
4	Континенталь	бізнес-готель	4	32	12	Стандарт	1770	1938,38
					6	Економ	1360	
					3	Люкс	2576	
					10	Напівлюкс	2090	
					1	ВІП (VIP)	4000	
5	Лондон	готельний комплекс	4	37	11	Стандарт	1595	1960,11
					12	Твін	1595	
					1	Напівлюкс	1847	
					12	Люкс	2416	
					1	Дуплекс	5000	
6	Моцарт	готельний комплекс	4	40	2	Сімейний	1851	2159,75
					30	Стандарт	1851	
					2	Напівлюкс	2722	
					3	Люкс	3254	
					3	Люкс апартаменти	3984	
7	Фраполлі	готельний комплекс	4	26	5	Напівлюкс	1540	1267,69
					9	Покращений	1320	
					9	Стандарт	1100	
					2	Економ	840	
					1	Люкс	1800	
8	Лермонтовський	готельний комплекс	3	33	9	Преміум 1 місце	790	626,36
					6	Стандарт 1 місце	490	
					18	Стандарт 2 місця	590	
9	Марріон	готельний комплекс	3	32	30	Стандарт	450	475,00
					2	Люкс	850	

## Продовження додатку Е

1	2	3	4	5	6			7
10	Промінада	готельний комплекс	3	30	20	Стандарт	1000	1080,00
					8	Напівлюкс	1200	
					2	Люкс	1400	
11	Чорне море (філія Відрада)	готель	3	32	25	Стандарт	715	780,31
					5	Напівлюкс	935	
					2	Люкс	1210	
12	5 Start	міні-готель	-	4	1	Ferrari	850	937,50
					1	Монако	950	
					1	Ранчо	950	
					1	Гольфстрім	1000	
13	BlackSea	хостел	-	3	3	Стандарт	125	125,00
14	Mini-hotel	міні-готель	-	5	1	Стандарт	320	560,00
					3	Напівлюкс	560	
					1	Люкс	800	
15	The Babushka	хостел	-	1	1	Стандарт	116	116,00
16	Автотурист	готель	-	24	10	Стандарт одномісний	400	543,75
					5	Стандарт двомісний	500	
					5	Напівлюкс	650	
					3	Люкс	800	
					1	Стандарт сімейний	900	
17	Айвазовський	готель	-	27	5	Стандарт одномісний	720	955,56
					11	Стандарт двомісний	940	
					5	Мансардний	940	
					4	Напівлюкс	1140	
					2	Люкс	1300	
18	Альянс	готель	-	20	7	Стандарт одномісний	240	354,50
					11	Стандарт двомісний	360	
					1	Напівлюкс	650	
					1	Люкс	800	
19	Анабель	готель	-	7	2	Економ	700	878,57
					5	Покращений стандарт	950	
20	Астро	комплекс відпочинку	-	33	4	Економ клас	220	330,91
					1	Бізнес клас	420	
					4	Бізнес клас	350	
					14	Бізнес клас	280	
					8	Напівлюкс	400	
					2	Люкс	550	
21	Атріум	готель	-	5	3	Стандарт	230	354,00
					2	Напівлюкс	540	
22	Барселона	комплекс відпочинку	-	18	11	Стандарт	350	427,78
					4	Напівлюкс	500	
					1	Люкс	650	
					2	Сімейний	600	
23	Білий Кролик	комплекс відпочинку	-	5	3	Стандарт	200	220,00
					2	Напівлюкс	250	
24	Бригантіна	центр відпочинку	-	9	5	Стандарт	600	677,78
					3	Стандарт Морський	700	
					1	Стандарт Морський плюс	1000	
25	Будинок актору	готель	-	9	1	Гримувальна (стандарт)	1040	1271,11
					1	Костюмерна (стандарт)	1040	
					1	Каскадерська (стандарт)	1040	
					1	Монтажна (стандарт)	1040	
					1	Актерська (напівлюкс)	1280	
					1	Режисерська (напівлюкс)	1280	
					1	Срібна (напівлюкс)	1280	
					1	Золота (люкс)	1440	
1	Платинова (VIP люкс)	2000						

## Продовження додатку Е

1	2	3	4	5	6			7
26	Валенсія	міні-готель	-	8	1	Стандарт	410	509,38
					1	Стандарт покращений	465	
					3	Напівлюкс	500	
					2	Люкс	550	
					1	VIP Люкс	600	
27	Версаль	міні-готель	-	4	1	Стандарт	600	720,00
					1	Напівлюкс	680	
					2	Люкс	800	
28	Вікторія	міні-готель	-	8	6	Стандарт	400	500,00
					2	Люкс	800	
29	Вілла Венеція	готель	-	10	2	Стандарт	990	1775,00
					2	Напівлюкс	1390	
					3	Люкс	1840	
					3	VIP Люкс Венеція	2490	
30	Вілла Елена	готель	-	5	1	Бунгало	1300	1300,00
					1	Пентхаус	1300	
					2	Люкс	1300	
					1	VIP Люкс	1300	
31	Вілла Неапіль	готель	-	8	2	Стандарт	1400	1850,00
					2	Напівлюкс	1600	
					2	Люкс	2000	
					2	VIP Люкс Неапіль	2400	
32	Вілла Панама	готель	-	24	14	Стандарт	800	866,67
					4	Напівлюкс	900	
					6	Люкс	1000	
33	Вокзал	готель	-	43	-	-	-	-
34	Галіан	гостьовий двір	-	3	2	Стандарт	225	241,67
					1	Покращений	275	
35	Гетьман	міні-готель	-	3	1	Стандарт	450	600,00
					1	Стандарт	550	
					1	Люкс	800	
36	Гостьовий двір	готель	-	6	1	Економ	450	966,67
					1	Стандарт	750	
					1	Напівлюкс	900	
					1	Люкс	1100	
					1	Східна вітальня	1300	
					1	VIP Люкс	1300	
37	Готель, ЧП	готель	-	12	-	-	-	-
38	Де Рішельє	готель	-	16	7	Економ	300	340,63
					5	Стандарт	350	
					4	Покращений стандарт	400	
39	Дерибас	готель	-	14	5	Економ	350	425,00
					6	Стандарт	400	
					3	Бізнес клас	600	
40	Джоконда	готель	-	9	1	Blue Marine Junior Suite	2670	2196,67
					1	Terrace Junior Suite	2670	
					1	Sweet Home Deluxe	1670	
					1	Oriental Junior Suite	2040	
					1	Arab Junior Suite	2670	
					1	Safari Suite	2670	
					1	Eden Deluxe	1670	
					1	Horizon Deluxe	1670	
1	Amore Junior Suite	2040						
41	Ерідан	міні-готель	-	6	3	Стандарт	400	466,67
					2	Напівлюкс	500	
					1	Люкс	600	

## Продовження додатку Е

1	2	3	4	5	6			7
42	Єнтонис Хоум	хостел	-	4	4	Стандарт	110	110,00
43	Загублений світ	центр відпочинку	-	3	1	Напівлюкс	750	850,00
					2	Люкс	900	
44	Закарпатська колиба	комплекс відпочинку	-	25	15	Стандарт	300	420,00
					10	Люкс	600	
45	Золоте Руно	готельний комплекс	-	10	2	Стандарт	600	600,00
					2	Напівлюкс	600	
					6	Люкс	600	
46	Золотий берег	міні-готель	-	4	4	Стандарт	200	200,00
47	Золотий шар	центр	-	10	10	Люкс	1000	1000,00
48	Капрі	готель	-	29	12	Стандарт	620	1439,31
					2	Стандарт твін	750	
					6	Кабана	850	
					2	Напівлюкс	1400	
					3	Люкс	1900	
					4	VIP Люкс	4800	
49	Катерина	готель	-	13	3	Стандарт	720	918,46
					1	Орхідея	790	
					1	Піон	890	
					1	Лотос	1000	
					1	Чайна роза	1100	
					5	Люкс покращений	950	
					1	VIP Люкс	1250	
50	Катеринінські апартаменти	готель	-	8	3	Економ	400	590,00
					3	Стандарт	560	
					1	Стандарт покращений	640	
					1	Напівлюкс	1200	
51	Катран	готельний комплекс	-	7	4	Стандарт	650	751,43
					2	Напівлюкс	830	
					1	Люкс	1000	
52	Клеопатра	готель	-	20	7	Економ	350	402,50
					4	Стандарт	400	
					4	Напівлюкс	450	
					3	Бізнес	400	
					2	Люкс	500	
53	Клумба	міні-готель	-	8	2	Стандарт	585	835,00
					2	Покращений	685	
					2	Напівлюкс	885	
					2	Люкс	1185	
54	Ковбой	компл	-	3	3	Стандарт	300	300,00
55	Колумбус	центр відпочинку	-	9	3	Напівлюкс твін	600	716,67
					3	Напівлюкс	550	
					3	Люкс	1000	
56	Комбі	готель	-	10	-	-	-	-
57	Комфортготель	готель	-	5	1	Економ	280	509,00
					1	Покращений	440	
					1	Студія	440	
					1	Напівлюкс	600	
					1	Люкс	785	
58	Кооператор	пансіонат	-	50	21	Стандарт	320	425,60
					13	Стандарт покращений	480	
					2	Евро	360	
					6	Напівлюкс	500	
					5	Люкс	560	
3	VIP Люкс	600						

## Продовження додатку Е

1	2	3	4	5	6			7
59	Корона	готель	-	18	6	Стандарт	560	873,89
					6	Стандарт покращений	800	
					1	Люкс однокімнатний	1000	
					1	Люкс однокімнатний	870	
					1	Люкс двокімнатний	1200	
					2	Люкс двокімнатний	1050	
60	Креветка	готель	-	8	1	Deluxe Suite	2400	337,50
					6	Стандарт	300	
61	Криштальний дім	готель	-	11	2	Люкс	450	459,09
					3	Економ	350	
				5	Стандарт	450		
				2	Напівлюкс	550		
62	Ла Перла Рояль	готель	-	5	1	Люкс	650	1736,00
					1	Douphine	840	
					1	Saint-Germain	1840	
					1	Chaillot	2160	
					1	Saint-Cloud	2240	
63	Лузанівка	хостел	-	28	1	Vincennes	1600	120,00
					14	Стандарт	115	
					14	Стандарт покращений	125	
64	Львівський	готель	-	2	2	Стандарт	350	350,00
65	Малібу	гостьовий будинок	-	30	15	Стандарт	310	463,33
					5	Стандарт покращений	410	
					10	Напівлюкс	720	
66	Маріанна	комплекс від-	-	10	-	-	-	-
67	Марістела-клуб	центр відпочинку	-	15	3	«Standard»	1750	3200,00
					5	«Studio»	2500	
					5	«Deluxe»	3250	
					1	«President suit Bell View»	6500	
					1	«President suit Bath I Pool»	7500	
68	Міраж	гот-ний ком-	-	9	9	Стандарт	350	350,00
69	Морехідний	готель	-	8	4	Економ	350	365,63
					3	Стандарт	375	
					1	Покращений	400	
70	Наутілуc	готельний комплекс	-	10	2	Економ	350	790,00
					3	Стандарт	700	
					3	Напівлюкс	1100	
					1	Люкс	1800	
71	Немо	готель	-	20	13	Комфорт	800	1060,00
					3	Напівлюкс	1200	
					2	Люкс	1600	
					2	Президент	2000	
72	Оазис	гот-рестораний	-	3	2	Стандарт	300	366,67
					1	Люкс	500	
73	Одеський дворик	готель	-	43	2	Економ	550	855,81
					12	Мансардний	650	
					15	Стандарт	750	
					6	Напівлюкс	900	
					7	Люкс	1150	
					1	Люкс апартаменти	3200	
74	Одисей	комплекс відпочинку	-	6	2	Стандарт	400	533,33
					1	Напівлюкс	500	
					2	Люкс	600	
					1	Люкс двокімнатний	700	

Продовження додатку Е

1	2	3	4	5	6			7
75	Океаніс	центр	-	20	7	Стандарт	400	535,00
					5	Стандарт покращений	500	
					4	Напівлюкс	600	
					2	Люкс	700	
					2	Люкс двокімнатний	800	
76	Олімп Клуб	готель	-	12	8	Напівлюкс Твин	850	833,33
					4	Напівлюкс Дабл	800	
77	Опера	міні-готель	-	5	1	Арія	800	1164,00
					1	Соната	850	
					1	Елегія	1390	
					1	Прилюдія	1490	
					1	Симфонія	1290	
78	Ореанда	міні-готель	-	8	4	Покращений	780	921,25
					2	Напівлюкс	950	
					1	Напівлюкс з балконом	1100	
					1	Люкс	1250	
79	Особняк	готель	-	22	11	Люкс 1-ї категорії B de luxe	362	575,82
					3	Люкс 1-ї кат-рії A extra bed	434	
					3	Люкс 2-х кім. C business	708	
					3	Люкс 2-х кім. B business	812	
					1	Люкс 2-х кім. A business	936	
					1	Люкс висшої категорії	1888	
80	Палладіум	готельно-розважальний комплекс	-	23	6	«Родос» стандарт В	840	1018,78
					11	«Капрі» стандарт А	840	
					2	«Марк» напівлюкс	1104	
					1	«Октавіан» люкс	1552	
					1	«Тиберій» люкс	1552	
					1	«Клеопатра» люкс	1760	
					1	«Цезарь» супер люкс	2080	
81	Пальма	центр відпочинку	-	12	3	Стандарт 1 поверх	350	450,00
					6	Стандарт 2 поверх	450	
					3	Люкс	550	
82	Прибій	комплекс відпочинку	-	40	6	Економ	250	335,75
					3	Сімейний	470	
					10	Тримісні	380	
					21	Стандарт	320	
83	Приморський	гостьовий будинок	-	12	1	Піон	100	396,67
					1	Нарцис	140	
					1	Троянда	150	
					1	Жасмін	420	
					1	Тюльпан	470	
					1	Сонце	420	
					1	Орхідея	550	
					1	Маки	510	
					1	Магнолія	510	
					1	Лотос	520	
					1	Лілія	490	
					1	Азалія	480	
84	Принцес	готель	-	30	20	Стандарт	550	663,67
					7	Напівлюкс	770	
					2	Люкс	1100	
					1	VIP Люкс	1320	
85	Ре-ка	міні-готель	-	5	2	Стандарт	400	768,00
					1	Напівлюкс	640	
					1	Люкс двокімнатний	1200	
					1	Люкс	1200	



## Продовження додатку Е

1	2	3	4	5	6		7	
86	Сан Марін	база	-	44	44	Стандарт	100	100,00
87	Санрайз	міні-готель	-	6	4	Люкс	400	466,67
					2	Люкс покращений	600	
88	Сфера	міні-готель	-	4	4	Стандарт	320	320,00
89	Тукан	готельний комплекс	-	30	27	Стандарт	350	361,67
					2	Напівлюкс	450	
					1	Люкс	500	
90	Уліс	готельний комплекс	-	16	7	Стандарт	690	834,38
					3	Покращений стандарт	790	
					5	Напівлюкс	890	
					1	Люкс	1700	
91	Уютний	готельний комплекс	-	15	4	Стандарт	900	1086,67
					8	Напівлюкс	950	
					2	Люкс	1600	
					1	VIP Люкс	1900	
92	Фієста	міні-готель	-	3	3	Стандарт	650	650,00
93	Чкаловский	міні-готель	-	9	5	Стандарт	250	294,44
					4	Напівлюкс	350	
94	Шаланда	готельний комплекс	-	6	4	Напівлюкс	450	500,00
					2	Люкс	600	
95	Ёлки-Палки	комплекс відпочинку	-	18	10	Стандарт	480	711,11
					4	Напівлюкс	900	
					4	Люкс	1100	

## Додаток Ж

## Робоче групування готелів за кількістю номерів

Кількість номерів	Номер та кількість готелів	Кількість номерів	Середня ціна	Кількість номерів	Номер та кількість готелів	Кількість номерів	Середня ціна	
від 1 до 5	15	1	116	від 11 до 15	61	11	460	
	64	2	350		76	12	833	
	13	3	125		81	12	450	
	35	3	600		83	12	400	
	43	3	850		49	13	920	
	54	3	300		39	14	425	
	72	3	370		67	15	3200	
	92	3	650		91	15	1090	
	12	4	940	<b>Загалом</b>	<b>8</b>	<b>104</b>	<b>7778</b>	
	27	4	720	від 16 до 20	38	16	340	
	42	4	110		90	16	834	
	46	4	200		22	18	430	
	85	4	770		59	18	880	
	88	4	320		95	18	710	
	14	5	560		18	20	350	
	21	5	350		52	20	400	
	23	5	220		75	20	540	
	30	5	1300	<b>Загалом</b>	<b>8</b>	<b>146</b>	<b>4484</b>	
	57	5	510	від 21 до 25	79	22	575	
	62	5	1740		80	23	1018	
	77	5	1170		3	24	1874	
<b>Загалом</b>	<b>21</b>	<b>80</b>	<b>12271</b>		16	24	540	
від 5 до 10	34	6	240		32	24	870	
	36	6	970		44	25	420	
	41	6	470		<b>Загалом</b>	<b>6</b>	<b>142</b>	<b>5297</b>
	74	6	540		від 26 до 30	1	26	2863,5
	87	6	470	7		26	1267	
	94	6	500	17		27	955	
	19	7	880	71		27	1060	
	51	7	750	63		28	120	
	26	8	510	48		29	1440	
	28	8	500	10		30	1080	
	31	8	1850	65		30	470	
	50	8	590	84	30	670		
	53	8	835	89	30	360		
	60	8	340	<b>Загалом</b>	<b>10</b>	<b>283</b>	<b>10285,5</b>	
	68	8	350	від 31 до 35	4	32	1938,4	
	69	8	370		9	32	470	
	78	8	930		11	32	730	
	24	9	680		8	33	626	
	25	9	1270		20	33	330	
	40	9	2200		2	35	2345,7	
	55	9	720		<b>Загалом</b>	<b>6</b>	<b>197</b>	<b>6440,1</b>
93	9	300	від 36 до 40		5	37	1960	
29	10	1775		<b>Загалом</b>	<b>1</b>	<b>37</b>	<b>1960</b>	
45	10	600	від 41 до 45	6	40	2159,8		
47	10	1000		82	40	335		
70	10	790		73	43	855		
<b>Загалом</b>	<b>26</b>	<b>207</b>		<b>20430</b>	86	44	100	
				<b>Загалом</b>	<b>4</b>	<b>167</b>	<b>3449,8</b>	
				від 46 до 50	58	50	430	
				<b>Загалом</b>	<b>1</b>	<b>50</b>	<b>430</b>	
				Підсумок	91	1413	72825,4	

Додаток Ж.1

Для проведення угруповання, розрахуємо рівний інтервал для 10 груп за формулою

$$h = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{n} = \frac{50 - 0}{10} = 5 \text{ (номерів)}$$

На основі даних додатку Ж складемо аналітичне угруповання і оформимо його у вигляді табл. Ж.1.

Дані аналітичної таблиці свідчать, що із зростанням кількості номерів середня ціна номерного фонду у категорії збільшуються.

Першим з етапів аналізу є розрахунок загальної дисперсії результативного показника за формулою (Ж.1). Вона характеризує коливанність результативного показника біля середньої величини та визначається за первинними даними.

Таблиця Ж.1

Груповання готелів за кількістю номерів

Груповання готелів по кількості номерів	Номер та кількість готелів, шт. f	Середня ціна номерного фонду, у	Середня ціна номерного фонду у категорії, у'	$(\bar{y}_i - \bar{y})^2 \cdot f$
від 1 до 5	21	12271	584,33	979284,25
від 6 до 10	26	20430	785,77	5473,96
від 11 до 15	8	7778	972,25	236591,87
від 16 до 20	8	4484	560,50	459952,21
від 21 до 25	6	5297	882,83	40891,19
від 26 до 30	10	10285,5	1028,55	521075,94
від 31 до 35	6	6440,1	1073,35	447406,23
від 36 до 40	1	1960	1960,00	1344952,52
від 41 до 45	4	3449,8	862,45	15460,87
від 46 до 50	1	430	430,00	137106,63
<b>Загалом :</b>	<b>91</b>	<b>72825,4</b>	<b>800,28</b>	<b>4188195,7</b>

$$g^2 = \frac{\sum (y - \bar{y})^2}{n} = \overline{y^2} - (\bar{y})^2 = \frac{\sum y^2}{n} - \left( \frac{\sum y}{n} \right)^2, \quad (\text{Ж.1})$$

За формулою (Ж.1) необхідно обчислити суму квадратів  $y$ , що проводиться за кожним окремим значенням середньої ціни номерного фонду кожного з 91 малих готелів. Після проведеного розрахунку було отримано  $\sum y^2 = 91687637$

$$g^2 = \frac{91687637}{91} - \left( \frac{72825,4}{91} \right)^2 = 1007556,45 - 640446,6711 = 367109,8$$

На другому етапі розраховується між групова (факторна) дисперсія за формулою (Ж.2), вона характеризує коливанність групових середніх біля загальної середньої і розраховується на основі даних аналітичного угруповання.

$$\delta^2 = \frac{\sum (\bar{y}_i - \bar{y})^2 \cdot f}{\sum f}, \quad (\text{Ж.2})$$

$$\delta^2 = \frac{\sum (\bar{y}_i - \bar{y})^2 \cdot f}{\sum f} = \frac{4188195,7}{91} = 46024,13$$

На третьому етапі розраховується коефіцієнт детермінації за формулою:

$$h^2 = \frac{\delta^2}{g^2}, \quad (\text{Ж.3})$$

$$h^2 = \frac{\delta^2}{g^2} = \frac{46024,13}{367109,8} = 0,13 \text{ або } 13 \%$$

## Додаток 3

## Групування готелів за середньою площею номеру

Середня площа номеру, м <sup>2</sup>	Номер та кількість готелів	Кількість номерів	Середня ціна	Середня площа номеру, м <sup>2</sup>	Номер та кількість готелів	Кількість номерів	Середня ціна	
від 10 до 20,76	86	10	100	Загалом від 20,76 до 31,52	31	20,3	1850	
	20	10,6	330		45	20,4	600	
	88	12	320		32	20,4	870	
	82	12	335		<b>52</b>	<b>864,79</b>	<b>28340</b>	
	18	13	350		76	20,9	833	
	34	13,4	240		84	21	670	
	63	14	120		11	21,56	730	
	54	14	300		22	23	430	
	38	14	340		58	23	430	
	81	14	450		74	23	540	
	94	14	500		8	23	626	
	16	14	540		48	23,3	1440	
	68	14,25	350		90	24,4	834	
	69	14,5	370		71	24,45	1060	
	35	14,5	600		29	24,5	1775	
	46	15	200		42	25	110	
	39	15	425		50	25	590	
	92	15	650		78	25	930	
	41	15,6	470		15	26	116	
	93	16	300		13	26	125	
	89	16	360		70	26	790	
	72	16	370		2	26	2345,7	
	83	16	400		10	26,27	1080	
	87	16	470		80	26,4	1018	
	79	16	575		7	27,15	1267	
	52	17	400		4	27,5	1938,4	
	9	17	470		6	28	2159,8	
	26	17	510		3	28,8	1874	
	57	17	510		91	29	1090	
	43	17,8	850		55	30	720	
	23	18	220		77	30	1170	
	60	18	340		25	30	1270	
	64	18	350		1	30,4	2863,5	
	95	18	710		<b>29</b>	<b>744,63</b>	<b>30825,4</b>	
	85	18	770		Загалом від 31,52 до 42,28	73	31,53	855
	17	18,44	955			49	33,3	920
	28	18,5	500			53	33,8	835
	30	18,5	1300			5	35,8	1960
	19	19	880			27	36,25	720
	47	19,4	1000			21	37	350
	61	19,5	460			59	41,11	880
	44	19,6	420			<b>7</b>	<b>248,79</b>	<b>6520</b>
65	20	470	Загалом від 42,28 до 53,04	40	43,36	2200		
75	20	540		67	51,8	3200		
14	20	560	<b>2</b>	<b>95,16</b>	<b>5400</b>			
51	20	750	Загалом від 53,04 до 63,8	62	63,8	1740		
12	20	940		<b>1</b>	<b>63,8</b>	<b>1740</b>		
36	20	970	Підсумок	91	2017,17	72825,4		
24	20,1	680						

Проведемо угруповання 91 малих готелів за середньою площею номеру у готелі. Розділимо весь масив на 5 груп.

$$h = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{n} = \frac{63,8 - 10}{5} = 10,76 (\text{м}^2)$$

На основі даних додатку 3 складемо аналітичне угруповання і оформимо його у вигляді табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Груповання готелів за середньою площею номера

Груповання готелів за середньою площею номера	Номер та кількість готелів, шт. f	Середня ціна номерного фонду, у	Середня ціна номерного фонду у категорії, у'	$(\bar{y}_i - \bar{y})^2 \cdot f$
від 10 до 20,76	52	28340	545,00	3388706,34
від 20,76 до 31,52	29	30825,4	1062,94	2000804,93
від 31,52 до 42,28	7	6520	931,43	120401,25
від 42,28 до 53,04	2	5400	2700,00	7217878,84
від 53,04 до 63,8	1	1740	1740,00	883075,33
<b>Загалом :</b>	<b>91</b>	<b>72825,4</b>	<b>800,28</b>	<b>13610866,68</b>

Розрахуємо загальну дисперсію результативного показника за формулою (Ж.1).

Розрахунок суми квадратів у дав результат  $\sum y^2 = 91687637$

$$g^2 = \frac{91687637}{91} - \left( \frac{72825,4}{91} \right)^2 = 1007556,45 - 640446,6711 = 367109,8$$

Розрахуємо між групову дисперсію за формулою (Ж.2).

$$\delta^2 = \frac{\sum (\bar{y}_i - \bar{y})^2 \cdot f}{\sum f} = \frac{13610866,68}{91} = 149569,96$$

Розрахуємо коефіцієнт детермінації за формулою (Ж.3).

$$h^2 = \frac{\delta^2}{g^2} = \frac{149569,96}{367109,8} = 0,41 \text{ або } 41 \%$$

## Розрахунок коефіцієнта парної кореляції знаків Фехнера

№ з/п	Віддаленість готелю від лінії узбережжя (x)	Середня ціна номерного фонду, грн (y)	Знак відхилення		Збіг чи не збіг знаків
			x	y	
1	2	3	4	5	6
1	10	470	-	-	3
2	10	750	-	-	3
3	10	720	-	-	3
4	20	340	-	-	3
5	20	450	-	-	3
6	30	1060	-	+	Н
7	40	300	-	-	3
8	40	500	-	-	3
9	60	350	-	-	3
10	63	680	-	-	3
11	70	335	-	-	3
12	120	3200	-	+	Н
13	160	100	-	-	3
14	180	2345,7	-	+	Н
15	195	220	-	-	3
16	200	120	-	-	3
17	210	790	-	-	3
18	220	730	-	-	3
19	240	330	-	-	3
20	240	1090	-	+	Н
21	250	200	-	-	3
22	300	1300	-	+	Н
23	320	460	-	-	3
24	320	1080	-	+	Н
25	340	370	-	-	3
26	350	1850	-	+	Н
27	360	430	-	-	3
28	360	2200	-	+	Н
29	370	350	-	-	3
30	370	1270	-	+	Н
31	400	1000	-	+	Н
32	410	370	-	-	3
33	410	710	-	-	3
34	470	300	-	-	3
35	530	575	-	-	3
36	550	833	-	+	Н
37	560	470	-	-	3
38	560	540	-	-	3
39	570	2863,5	-	+	Н
40	575	870	-	+	Н
41	575	1775	-	+	Н
42	590	400	-	-	3
43	630	670	-	-	3
44	630	1874	-	+	Н
45	670	626	-	-	3
46	690	360	-	-	3
47	710	540	-	-	3
48	800	420	-	-	3
49	860	880	-	+	Н
50	1000	350	-	-	3

Продовження додатку И

1	2	3	4	5	6
51	1000	470	-	-	3
52	1000	1440	-	+	Н
53	1100	855	-	+	Н
54	1200	1740	+	+	3
55	1250	1018	+	+	3
56	1400	834	+	+	3
57	1500	835	+	+	3
58	1500	850	+	+	3
59	1600	1938,4	+	+	3
60	1700	590	+	-	Н
61	1700	955	+	+	3
62	1800	320	+	-	Н
63	1800	920	+	+	3
64	1800	1170	+	+	3
65	1800	2159,8	+	+	3
66	1880	500	+	-	Н
67	1900	470	+	-	Н
68	1900	940	+	+	3
69	1900	930	+	+	3
70	1900	1267	+	+	3
71	1960	340	+	-	Н
72	2000	116	+	-	Н
73	2010	600	+	-	Н
74	2010	125	+	-	Н
75	2020	880	+	+	3
76	2100	350	+	-	Н
77	2200	425	+	-	Н
78	2300	560	+	-	Н
79	2300	650	+	-	Н
80	2300	970	+	+	3
81	2300	1960	+	+	3
82	2400	770	+	-	Н
83	2400	110	+	-	Н
84	2500	430	+	-	Н
85	2700	400	+	-	Н
86	2900	510	+	-	Н
87	3000	510	+	-	Н
88	3000	720	+	-	Н
89	3100	600	+	-	Н
90	4120	240	+	-	Н
91	7400	540	+	-	Н
Всього	106318,00	72825,40	x	x	x
Середня	1168,33	800,28			

Розрахунок коефіцієнта парної кореляції знаків Фехнера виконується за формулою (И.1).

$$K = \frac{\sum 3 - \sum H}{\sum 3 + \sum H} \quad (\text{И.1}),$$

де 3 – це випадок збігів знаків відхилень від середньої величини,  
 Н – випадок не збігів знаків відхилень від середньої величини.

$$K = \frac{\sum 3 - \sum H}{\sum 3 + \sum H} = \frac{51 - 40}{71 + 20} = 0,12$$



## Розрахунок коефіцієнта парної кореляції Спірмена

№ з/п	Наявністю додаткових послуг (x)	Середня ціна номерного фонду, грн (y)	Знак відхилення		d	d <sup>2</sup>
			x	y		
1	2	3	4	5	6	7
1	24,13	350	1	17,5	-16,5	272,25
2	25,02	300	2,5	9,5	-7	49
3	25,02	330	2,5	12	-9,5	90,25
4	33,43	120	4	4	0	0
5	35,02	335	5	13	-8	64
6	37,30	370	6	21,5	-15,5	240,25
7	38,18	470	7,5	32,5	-25	625
8	38,18	360	7,5	20	-12,5	156,25
9	40,22	540	9	40	-31	961
10	42,58	100	10	1	9	81
11	49,06	350	12	17,5	-5,5	30,25
12	49,06	340	12	14,5	-2,5	6,25
13	49,06	350	12	17,5	-5,5	30,25
14	49,43	240	14	8	6	36
15	50,49	220	16	7	9	81
16	50,49	340	16	14,5	1,5	2,25
17	50,49	320	16	11	5	25
18	50,85	300	18	9,5	8,5	72,25
19	51,38	200	19	6	13	169
20	51,71	600	20	45,5	-25,5	650,25
21	52,18	560	21,5	42	-20,5	420,25
22	52,18	425	21,5	26	-4,5	20,25
23	52,22	670	23	49	-26	676
24	52,23	430	26,5	27,5	-1	1
25	52,23	470	26,5	32,5	-6	36
26	52,23	590	26,5	44	-17,5	306,25
27	52,23	400	26,5	23,5	3	9
28	52,23	400	26,5	23,5	3	9
29	52,23	770	26,5	56	-29,5	870,25
30	52,26	430	30	27,5	2,5	6,25
31	52,60	750	31	55	-24	576
32	53,66	680	33	50	-17	289
33	53,66	650	33	48	-15	225
34	53,66	500	33	35,5	-2,5	6,25
35	54,00	940	36,5	68	-31,5	992,25
36	54,00	880	36,5	64,5	-28	784
37	54,00	970	36,5	70	-33,5	1122,25
38	54,00	835	36,5	60	-23,5	552,25
39	54,07	370	39	21,5	17,5	306,25
40	54,55	460	40	30	10	100
41	55,43	920	41	66	-25	625
42	57,43	125	43	5	38	1444
43	57,43	116	43	3	40	1600
44	57,43	110	43	2	41	1681
45	59,06	350	45	17,5	27,5	756,25
46	59,46	470	46	32,5	13,5	182,25
47	60,23	600	47	45,5	1,5	2,25
48	62,18	510	49	37,5	11,5	132,25
49	62,18	500	49	35,5	13,5	182,25
50	62,18	510	49	37,5	11,5	132,25
51	62,22	420	51	25	26	676

## Продовження додатку К

1	2	3	4	5	6	7
52	62,23	470	52	32,5	19,5	380,25
53	63,66	720	55	52,5	2,5	6,25
54	63,66	790	55	57	-2	4
55	63,66	540	55	40	15	225
56	63,66	540	55	40	15	225
57	63,66	710	55	51	4	16
58	64,00	1170	58,5	76	-17,5	306,25
59	64,00	930	58,5	67	-8,5	72,25
60	64,37	834	60	59	1	1
61	64,54	575	61	43	18	324
62	64,55	450	62	29	33	1089
63	65,42	955	63	69	-6	36
64	65,43	1000	64,5	71	-6,5	42,25
65	65,43	1090	64,5	75	-10,5	110,25
66	69,46	626	66	47	19	361
67	74,37	850	67	61	6	36
68	74,55	720	68	52,5	15,5	240,25
69	75,46	855	69	62	7	49
70	75,79	880	70	64,5	5,5	30,25
71	75,83	870	71	63	8	64
72	76,31	1060	72,5	73	-0,5	0,25
73	76,31	1018	72,5	72	0,5	0,25
74	78,03	1270	74,5	78	-3,5	12,25
75	78,03	1300	74,5	79	-4,5	20,25
76	78,07	1440	76	80	-4	16
77	78,16	833	77	58	19	361
78	78,67	1740	78	81	-3	9
79	78,85	1080	79	74	5	25
80	79,56	2200	80	88	-8	64
81	80,39	730	81	54	27	729
82	80,51	1775	82,5	82	0,5	0,25
83	80,51	1850	82,5	83	-0,5	0,25
84	85,25	1960	84	86	-2	4
85	85,54	1267	85	77	8	64
86	86,14	1938,4	86	85	1	1
87	87,08	2159,8	87	87	0	0
88	87,97	1874	88	84	4	16
89	90,67	3200	89	91	-2	4
90	98,38	2863,5	90	90	0	0
91	99,17	2345,7	91	89	2	4
Всього	5564,15	72825,40	4186,00	4186,00	x	23311,00
Середня	61,14	800,28	-	-	-	-

Коефіцієнт парної кореляції Спірмена розраховується за формулою (К.1).

$$K^c = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)} \quad (\text{К.1})$$

$$K^c = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)} = 1 - \frac{6 \cdot 23311}{91(91^2 - 1)} = 0,81$$

## Залежність середньої ціни номерного фонду малих готелів м. Одеси від ряду факторів

№ з/п	Назва готелю	Середня ціна номерного фонду підприємства, грн.	Категорія, зірки	Вік готелю (кількість років функціонування)	Кількість номерів	Середня ціна 1 квадратного метру нерухомості у районі, usd	Наявні додаткові послуги	Середня площа номеру, м <sup>2</sup>	Сприйняття готелю споживачем	Віддаленість від моря, м
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
-	-	Y	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub>
1	Відрада	2863,5	5	досвідчений	26	1662,3	98,38	30,4	10	570
2	Палас Дель Мар	2345,7	5	досвідчений	35	2100	99,17	26	10	180
3	Аркадія-Плаза	1874	4	досвідчений	24	2100	87,97	28,8	10	630
4	Континенталь	1938,4	4	досвідчений	32	1453	86,14	27,5	9	1600
5	Лондон	1960	4	середній	37	1453	85,25	35,8	10	2300
6	Моцарт	2159,8	4	досвідчений	40	1453	87,08	28	10	1800
7	Фраполлі	1267	4	досвідчений	26	1453	85,54	27,15	8	1900
8	Лермонтовський	626	3	досвідчений	33	1662,3	69,46	23	6	670
9	Маріон	470	3	досвідчений	32	1600	59,46	17	6	1000
10	Промінада	1080	3	новак	30	1600	78,85	26,27	7	320
11	Чорне море (філія Відрада)	730	3	новак	32	1662,3	80,39	21,56	7	220
12	5 Start	940	0	прогресуючий	4	1453	54,00	20	2	1900
13	BlackSea Backpackers' International	125	0	новак	3	1453	57,43	26	2	2010
14	Mini-hotel	560	0	новак	5	1453	52,18	20	3	2300
15	The Babushka Grand	116	0	новак	1	1453	57,43	26	2	2000
16	Автоурист	540	0	новак	24	1040	40,22	14	3	7400
17	Айвазовський	955	0	середній	27	1453	65,42	18,44	7	1700
18	Альянс	350	0	середній	20	946,7	24,13	13	3	370
19	Анабель	880	0	прогресуючий	7	1453	54,00	19	3	2020
20	Астро	330	0	досвідчений	33	946,7	25,02	10,6	5	240
21	Атріум	350	0	прогресуючий	5	1453	49,06	37	3	2100
22	Барселона	430	0	прогресуючий	18	1700	52,23	23	5	2500
23	Білий Кролик	220	0	середній	5	1700	50,49	18	3	195
24	Бригантина	680	0	середній	9	1662,3	53,66	20,1	5	63
25	Будинок актору	1270	0	новак	9	1600	78,03	30	9	370

## Продовження додатку ЛІ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
26	Валенсія	510	0	новак	8	1453	62,18	17	5	2900
27	Версаль	720	0	середній	4	1453	63,66	36,25	5	3000
28	Вікторія	500	0	новак	8	1453	62,18	18,5	3	1880
29	Вілла Венеція	1775	0	прогресуючий	10	2100	80,51	24,5	9	575
30	Вілла Елена	1300	0	новак	5	1700	78,03	18,5	6	300
31	Вілла Неапіль	1850	0	прогресуючий	8	2100	80,51	20,3	7	350
32	Вілла Панама	870	0	прогресуючий	24	2100	75,83	20,4	6	575
33	Галан	240	0	досвідчений	6	1040	49,43	13,4	4	4120
34	Гетьман	600	0	середній	3	1191,7	51,71	14,5	3	2010
35	Гостьовий двір	970	0	прогресуючий	6	1453	54,00	20	5	2300
36	Де Рішельє	340	0	прогресуючий	16	1453	49,06	14	3	1960
37	Дерибас	425	0	новак	14	1453	52,18	15	3	2200
38	Джоконда	2200	0	новак	9	1662,3	79,56	43,36	9	360
39	Ердан	470	0	прогресуючий	6	1453	52,23	15,6	3	1900
40	Ентонис Хоум	110	0	новак	4	1453	57,43	25	2	2400
41	Загублений світ	850	0	досвідчений	3	1191,7	74,37	17,8	6	1500
42	Закарпатська колиба	420	0	прогресуючий	25	1600	62,22	19,6	3	800
43	Золоте Руно	600	0	новак	10	1191,7	60,23	20,4	5	3100
44	Золотий берег	200	0	досвідчений	4	1600	51,38	15	5	250
45	Золотий шар	1000	0	середній	10	1600	65,43	19,4	6	400
46	Капрі	1440	0	прогресуючий	29	1700	78,07	23,3	6	1000
47	Катерина	920	0	середній	13	1453	55,43	33,3	5	1800
48	Катеринівські апартаменти	590	0	прогресуючий	8	1453	52,23	25	5	1700
49	Катран	750	0	досвідчений	7	1191,7	52,60	20	6	10
50	Клеопатра	400	0	прогресуючий	20	1453	52,23	17	3	2700
51	Клумба	835	0	прогресуючий	8	1453	54,00	33,8	6	1500
52	Ковбой	300	0	досвідчений	3	946,7	25,02	14	1	40
53	Колумбус	720	0	досвідчений	9	1600	74,55	30	7	10
54	Комфортгетель	510	0	новак	5	1453	62,18	17	5	3000
55	Кооператор	430	0	прогресуючий	50	1600	52,26	23	2	360
56	Корона	880	0	новак	18	2100	75,79	41,11	7	860
57	Креветка	340	0	середній	8	1662,3	50,49	18	2	20
58	Криштальний дім	460	0	досвідчений	11	1600	54,55	19,5	6	320

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
59	Ла Перла Рояль	1740	0	прогресуючий	5	1453	78,67	63,8	9	1200
60	Лузанівка	120	0	досвідчений	28	946,7	33,43	14	1	200
61	Львівський	350	0	прогресуючий	2	1600	59,06	18	5	1000
62	Малібу	470	0	досвідчений	30	946,7	38,18	20	3	10
63	Марістела-клуб	3200	0	прогресуючий	15	1600	90,67	51,8	10	120
64	Міраж	350	0	прогресуючий	8	1662,3	49,06	14,25	4	60
65	Морехідний	370	0	прогресуючий	8	2100	54,07	14,5	2	340
66	Наутілус	790	0	середній	10	1700	63,66	26	6	210
67	Немо	1060	0	досвідчений	27	1662,3	76,31	24,45	8	30
68	Оазис	370	0	середній	3	946,7	37,30	16	4	410
69	Одеський дворик	855	0	середній	43	1453	75,46	31,53	9	1100
70	Одисей	540	0	середній	6	1600	63,66	23	6	710
71	Океаніс	540	0	середній	20	1600	63,66	20	6	560
72	Олімп Клуб	833	0	досвідчений	12	2100	78,16	20,9	7	550
73	Опера	1170	0	прогресуючий	5	1453	64,00	30	6	1800
74	Оранда	930	0	прогресуючий	8	1453	64,00	25	6	1900
75	Особняк	575	0	досвідчений	22	1600	64,54	16	6	530
76	Паладіум	1018	0	досвідчений	23	1453	76,31	26,4	8	1250
77	Пальма	450	0	досвідчений	12	1662,3	64,55	14	4	20
78	Прибій	335	0	досвідчений	40	946,7	35,02	12	4	70
79	Приморський	400	0	прогресуючий	12	1662,3	52,23	16	3	590
80	Принцес	670	0	прогресуючий	30	1600	52,22	21	5	630
81	Ре-ка	770	0	прогресуючий	4	1453	52,23	18	4	2400
82	Сан Марін	100	0	середній	44	946,7	42,58	10	2	160
83	Санрайз	470	0	прогресуючий	6	1600	62,23	16	3	560
84	Сфера	320	0	середній	4	1453	50,49	12	2	1800
85	Тукан	360	0	досвідчений	30	946,7	38,18	16	3	690
86	Уліс	834	0	досвідчений	16	1191,7	64,37	24,4	6	1400
87	Уютний	1090	0	середній	15	1600	65,43	29	6	240
88	Фієста	650	0	середній	3	1453	53,66	15	5	2300
89	Чкаловський	300	0	новак	9	2100	50,85	16	3	470
90	Шаланда	500	0	середній	6	1662,3	53,66	14	3	40
91	Їлки-Палки	710	0	середній	18	1700	63,66	18	6	410

Результати регрессійного аналізу за восьма факторами

ВЫВОД ИТОГОВ									
Регрессионная статистика									
Множественный R	0,870380856								
R-квадрат	0,757562834								
Нормированный R-квадрат	0,733910427								
Стандартная ошибка	314,2760952								
Наблюдения	91								
Дисперсионный анализ									
	df	SS	MS	F	Значимость F				
Регрессия	8	25307894,2	3163486,775	32,02899606	3,45783E-22				
Остаток	82	8099096,051	98769,46404						
Итого	90	33406990,25							
Кoeffициенты									
	Кoeffициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение	Нижние 95%	Верхние 95%	Нижние 95,0%	Верхние 95,0%	Верхние 95,0%
У-пересечение	-138,9826461	300,7623097	-0,462101273	0,645232429	-737,2946792	459,329387	-737,2946792	459,329387	459,329387
x1	87,69021376	38,47081465	2,279395811	0,025241874	11,15950967	164,2209178	11,15950967	164,2209178	164,2209178
x2	-31,83846878	19,41520579	-1,639872846	0,104862591	-70,46149723	6,784559679	-70,46149723	6,784559679	6,784559679
x3	-3,486492746	3,428606192	-1,016883407	0,312199886	-10,30708254	3,334097053	-10,30708254	3,334097053	3,334097053
x4	-0,304112578	0,175379873	-1,734022119	0,086672263	-0,652999007	0,044773851	-0,652999007	0,044773851	0,044773851
x5	12,06882515	5,151407288	2,342820995	0,02156191	1,821035221	22,31661507	1,821035221	22,31661507	22,31661507
x6	10,6149115	5,283415124	2,009100411	0,047816488	0,104515936	21,12530705	0,104515936	21,12530705	21,12530705
x7	117,590802	29,50920578	3,984885356	0,000145592	58,8875924	176,2940116	58,8875924	176,2940116	176,2940116
x8	-0,042411228	0,034133382	-1,242514691	0,21758827	-0,110313397	0,02549094	-0,110313397	0,02549094	0,02549094



Додаток П  
Таблиця П.1

Таблиця елементів матриці критеріїв, що впливають на латентний показник пріоритетності малих готелів м. Одеси з урахуванням вагових коефіцієнтів для розрахунку класичної та модифікованої таксономії за Янковим О.Г. [248, с. 59]

№ з/п	Назва готелю	Середня ціна номерного фонду підприємства, грн.	Категорія, зірки	Вік готелю (кількість років функціонування)	Кількість номерів	Середня ціна 1 квадратного метру нерухомості у районі, usd	Найвні додаткові послуги	Середня площа номеру, м <sup>2</sup>	Сприйняття готелю споживачем
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-	-	$f_1 = 0,1$	$f_2 = 0,1$	$f_3 = 0,05$	$f_4 = 0,05$	$f_5 = 0,2$	$f_6 = 0,2$	$f_7 = 0,1$	$f_8 = 0,2$
1	Відрада	286,35	0,5	0,3	1,3	332,46	19,67676	3,04	2
2	Палас Дель Мар	234,57	0,5	0,3	1,75	420	19,8342	2,6	2
3	Аркадія-Плаза	187,4	0,4	0,45	1,2	420	17,59476	2,88	2
4	Континенталь	193,84	0,4	0,3	1,6	290,6	17,2282	2,75	1,8
5	Лондон	196	0,4	0,25	1,85	290,6	17,0502	3,58	2
6	Моцарт	215,98	0,4	0,3	2	290,6	17,4162	2,8	2
7	Фраполлі	126,7	0,4	0,45	1,3	290,6	17,10876	2,715	1,6
8	Лермонтовський	62,6	0,3	0,3	1,65	332,46	13,8922	2,3	1,2
9	Маріон	47	0,3	0,3	1,6	320	11,8922	1,7	1,2
10	Промінада	108	0,3	0,05	1,5	320	15,77076	2,627	1,4
11	Чорне море (філія Відрада)	73	0,3	0,05	1,6	332,46	16,078	2,156	1,4
12	5 Start	94	0	0,1	0,2	290,6	10,8	2	0,4
13	BlackSea Backpackers' International	12,5	0	0,05	0,15	290,6	11,486	2,6	0,4
14	Mini-hotel	56	0	0,05	0,25	290,6	10,436	2	0,6
15	The Babushka Grand	11,6	0	0,05	0,05	290,6	11,486	2,6	0,4
16	Автотурист	54	0	0,05	1,2	208	8,044762	1,4	0,6
17	Айвазовський	95,5	0	0,2	1,35	290,6	13,08476	1,844	1,4
18	Альянс	35	0	0,25	1	189,34	4,826	1,3	0,6
19	Анабель	88	0	0,15	0,35	290,6	10,8	1,9	0,6
20	Астро	33	0	0,3	1,65	189,34	5,0042	1,06	1
21	Атріум	35	0	0,1	0,25	290,6	9,812	3,7	0,6
22	Барселона	43	0	0,1	0,9	340	10,446	2,3	1
23	Білий Кролик	22	0	0,2	0,25	340	10,098	1,8	0,6
24	Бригантіна	68	0	0,25	0,45	332,46	10,732	2,01	1
25	Будинок актору	127	0	0,05	0,45	320	15,606	3	1,8



Продовження додатку П. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26	Валенсія	51	0	0,05	0,4	290,6	12,436	1,7	1
27	Версаль	72	0	0,25	0,2	290,6	12,732	3,625	1
28	Вікторія	50	0	0,05	0,4	290,6	12,436	1,85	0,6
29	Вілла Венеція	177,5	0	0,1	0,5	420	16,102	2,45	1,8
30	Вілла Елена	130	0	0,05	0,25	340	15,606	1,85	1,2
31	Вілла Неапль	185	0	0,1	0,4	420	16,102	2,03	1,4
32	Вілла Панама	87	0	0,1	1,2	420	15,16676	2,04	1,2
33	Галіан	24	0	0,3	0,3	208	9,886	1,34	0,8
34	Гетьман	60	0	0,2	0,15	238,34	10,342	1,45	0,6
35	Гостьовий двір	97	0	0,15	0,3	290,6	10,8	2	1
36	Де Рішельє	34	0	0,15	0,8	290,6	9,812	1,4	0,6
37	Дерибас	42,5	0	0,05	0,7	290,6	10,436	1,5	0,6
38	Джоконда	220	0	0,05	0,45	332,46	15,912	4,336	1,8
39	Ердан	47	0	0,15	0,3	290,6	10,446	1,56	0,6
40	Ентонис Хоум	11	0	0,05	0,2	290,6	11,486	2,5	0,4
41	Загублений світ	85	0	0,5	0,15	238,34	14,874	1,78	1,2
42	Закарпатська колиба	42	0	0,15	1,25	320	12,44476	1,96	0,6
43	Золоте Руно	60	0	0,05	0,5	238,34	12,046	2,04	1
44	Золотий берег	20	0	0,35	0,2	320	10,276	1,5	1
45	Золотий шар	100	0	0,25	0,5	320	13,086	1,94	1,2
46	Капрі	144	0	0,1	1,45	340	15,61476	2,33	1,2
47	Катерина	92	0	0,2	0,65	290,6	11,086	3,33	1
48	Катеринінські апартаменти	59	0	0,15	0,4	290,6	10,446	2,5	1
49	Кагран	75	0	0,3	0,35	238,34	10,52	2	1,2
50	Клеопатра	40	0	0,1	1	290,6	10,446	1,7	0,6
51	Клумба	83,5	0	0,1	0,4	290,6	10,8	3,38	1,2
52	Ковбой	30	0	0,4	0,15	189,34	5,004	1,4	0,2
53	Колумбус	72	0	0,35	0,45	320	14,91	3	1,4
54	Комфортгелль	51	0	0,05	0,25	290,6	12,436	1,7	1
55	Кооператор	43	0	0,15	2,5	320	10,452	2,3	0,4
56	Корона	88	0	0,05	0,9	420	15,158	4,111	1,4
57	Креветка	34	0	0,25	0,4	332,46	10,098	1,8	0,4
58	Кришталльний дім	46	0	0,35	0,55	320	10,91	1,95	1,2

Продовження додатку П.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
59	Ла Перла Рояль	174	0	0,1	0,25	290,6	15,734	6,38	1,8
60	Лузанівка	12	0	0,3	1,4	189,34	6,686762	1,4	0,2
61	Львівський	35	0	0,15	0,1	320	11,812	1,8	1
62	Малібу	47	0	0,3	1,5	189,34	7,636762	2	0,6
63	Марістела-клуб	320	0	0,1	0,75	320	18,134	5,18	2
64	Міраж	35	0	0,1	0,4	332,46	9,812	1,425	0,8
65	Морехідний	37	0	0,15	0,4	420	10,814	1,45	0,4
66	Наутіус	79	0	0,2	0,5	340	12,732	2,6	1,2
67	Немо	106	0	0,3	1,35	332,46	15,26276	2,445	1,6
68	Оазис	37	0	0,25	0,15	189,34	7,46	1,6	0,8
69	Одеський дворик	85,5	0	0,25	2,15	290,6	15,092	3,153	1,8
70	Одісей	54	0	0,2	0,3	320	12,732	2,3	1,2
71	Океаніс	54	0	0,2	1	320	12,732	2	1,2
72	Олімп Клуб	83,3	0	0,3	0,6	420	15,632	2,09	1,4
73	Опера	117	0	0,1	0,25	290,6	12,8	3	1,2
74	Ореанда	93	0	0,1	0,4	290,6	12,8	2,5	1,2
75	Особняк	57,5	0	0,3	1,1	320	12,90876	1,6	1,2
76	Палладум	101,8	0	0,3	1,15	290,6	15,26276	2,64	1,6
77	Пальма	45	0	0,3	0,6	332,46	12,91	1,4	0,8
78	Прибій	33,5	0	0,3	2	189,34	7,0042	1,2	0,8
79	Приморський	40	0	0,1	0,6	332,46	10,446	1,6	0,6
80	Принцес	67	0	0,1	1,5	320	10,44476	2,1	1
81	Ре-ка	77	0	0,1	0,2	290,6	10,446	1,8	0,8
82	Сан Марін	10	0	0,2	2,2	189,34	8,516	1	0,4
83	Санрайз	47	0	0,1	0,3	320	12,446	1,6	0,6
84	Сфера	32	0	0,2	0,2	290,6	10,098	1,2	0,4
85	Тукан	36	0	0,3	1,5	189,34	7,636762	1,6	0,6
86	Уліс	83,4	0	0,3	0,8	238,34	12,874	2,44	1,2
87	Уютний	109	0	0,25	0,75	320	13,086	2,9	1,2
88	Фіеста	65	0	0,25	0,15	290,6	10,732	1,5	1
89	Чкаловський	30	0	0,05	0,45	420	10,17	1,6	0,6
90	Шаланда	50	0	0,2	0,3	332,46	10,732	1,4	0,6
91	Їлки-Палки	71	0	0,2	0,9	340	12,732	1,8	1,2

Таблиця елементів матриці стандартизованих даних критеріїв, що впливають на латентний показник пріоритетності малих готелів м. Одеси для розрахунку класичної таксономії за Янковим О.Г. [248, с. 59]

№ з/п	Назва готелю	Середня ціна номерного фонду підприємства, грн.	Категорія, зірки	Вік готелю (кількість років функціонування)	Кількість номерів	Середня ціна 1 квадратного метра нерухомості у районі, usd	Навані додаткові послуги	Середня площа номеру, м <sup>2</sup>	Спрійняття готелю споживачем
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Відрода	3,386478351	3,5582306	0,993298611	0,875869676	0,513716099	2,368683082	0,938720807	2,018336504
2	Палас Дель Мар	2,53658462	3,5582306	0,993298611	1,62858454	2,015027389	2,418753916	0,437054014	2,018336504
3	Аркадія-Плаза	1,762357365	2,772336623	2,342405679	0,708599707	2,015027389	1,706533677	0,756296519	2,018336504
4	Континенталь	1,868060641	2,772336623	0,993298611	1,377679585	-0,204183039	1,589954037	0,608076785	1,599001751
5	Лондон	1,903513914	2,772336623	0,543596255	1,795854509	-0,204183039	1,533343761	1,55440278	2,018336504
6	Моцарт	2,231456686	2,772336623	0,993298611	2,046759464	-0,204183039	1,649744665	0,665084375	2,018336504
7	Фраполлі	0,766054749	2,772336623	2,342405679	0,875869676	-0,204183039	1,551968542	0,568171471	1,179666998
8	Лермонтовський	-0,286053944	1,988850186	0,993298611	1,46131457	0,513716099	0,528988842	0,095008474	0,340997492
9	Маріон	-0,542105358	1,988850186	0,993298611	1,377679585	0,300027058	-0,107082094	-0,589082607	0,340997492
10	Промінада	0,459121324	1,988850186	-1,25521317	1,210409616	0,300027058	1,126437368	0,467838113	0,760332245
11	Чорне море (філія Відрода)	-0,115353002	1,988850186	-1,25521317	1,377679585	0,513716099	1,224149885	-0,069173386	0,760332245
12	5 Start	0,229331594	-0,361609125	-0,805510814	-0,96409999	-0,204183039	-0,454440201	-0,247037067	-1,336341521
13	BlackSea Backpackers' International	-1,108372907	-0,361609125	-1,25521317	-1,047734975	-0,204183039	-0,236268015	0,437054014	-1,336341521
14	Mini-hotel	-0,394383388	-0,361609125	-1,25521317	-0,880465005	-0,204183039	-0,570205035	-0,247037067	-0,917006768
15	The Babushka Grand	-1,123145104	-0,361609125	-1,25521317	-1,215004944	-0,204183039	-0,236268015	0,437054014	-1,336341521
16	Авгостуріст	-0,427210493	-0,361609125	-1,25521317	0,708599707	-1,620773313	-1,330703026	-0,931128148	-0,917006768
17	Айвазовський	0,253951922	-0,361609125	0,093893899	0,959504661	-0,204183039	0,272194668	-0,424900748	0,760332245
18	Альянс	-0,739067984	-0,361609125	0,543596255	0,374059767	-1,940792374	-2,354382825	-1,045143328	-0,917006768
19	Анабель	0,130850281	-0,361609125	-0,355808457	-0,713195035	-0,204183039	-0,454440201	-0,361052247	-0,917006768
20	Астро	-0,771895088	-0,361609125	0,993298611	1,46131457	-1,940792374	-2,297708943	-1,31877976	-0,078337262
21	Атріум	-0,739067984	-0,361609125	-0,805510814	-0,880465005	-0,204183039	-0,768659035	1,691220996	-0,917006768
22	Барселона	-0,607759566	-0,361609125	-0,805510814	0,206789798	0,643027124	-0,567024682	0,095008474	-0,078337262
23	Білий Кролик	-0,952444162	-0,361609125	0,093893899	-0,880465005	0,643027124	-0,677700951	-0,475067427	-0,917006768
24	Бригантіна	-0,197420762	-0,361609125	0,543596255	-0,545925066	0,513716099	-0,476066599	-0,235635549	-0,078337262
25	Будинок актору	0,770978815	-0,361609125	-1,25521317	-0,545925066	0,300027058	1,074037243	0,893114735	1,599001751

Продовження додатку П.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26	Валенсія	-0,476451149	-0,361609125	-1,25521317	-0,629560051	-0,204183039	0,065865479	-0,589082607	-0,078337262
27	Версаль	-0,131766554	-0,361609125	0,543596255	-0,96409999	-0,204183039	0,160003915	1,605709611	-0,078337262
28	Вікторія	-0,492864701	-0,361609125	-1,25521317	-0,629560051	-0,204183039	0,065865479	-0,418059837	-0,917006768
29	Вілла Венеція	1,599863199	-0,361609125	-0,805510814	-0,462290081	2,015027389	1,231782731	0,266031244	1,599001751
30	Вілла Елена	0,820219471	-0,361609125	-1,25521317	-0,880465005	0,643027124	1,074037243	-0,418059837	0,340997492
31	Вілла Неапль	1,72296484	-0,361609125	-0,805510814	-0,629560051	2,015027389	1,231782731	-0,212832513	0,760332245
32	Вілла Панама	0,114436729	-0,361609125	-0,805510814	0,708599707	2,015027389	0,934344073	-0,201430995	0,340997492
33	Галіан	-0,919617057	-0,361609125	0,993298611	-0,79683002	-1,620773313	-0,745124426	-0,999537256	-0,497672015
34	Гетьман	-0,32872918	-0,361609125	0,093893899	-1,047734975	-1,100442212	-0,600100349	-0,874120558	-0,917006768
35	Гостовий двір	0,27857225	-0,361609125	-0,355808457	-0,79683002	-0,204183039	-0,454440201	-0,247037067	-0,078337262
36	Де Рішельє	-0,755481536	-0,361609125	-0,355808457	0,039519828	-0,204183039	-0,708659035	-0,931128148	-0,917006768
37	Дерibas	-0,615966342	-0,361609125	-1,25521317	-0,127750142	-0,204183039	-0,570205035	-0,817112968	-0,917006768
38	Джоконда	2,297439166	-0,361609125	-1,25521317	-0,545925066	0,513716099	1,171356032	2,416357542	1,599001751
39	Ердан	-0,542105358	-0,361609125	-0,355808457	-0,79683002	-0,204183039	-0,567024682	-0,74870386	-0,917006768
40	Ентонис Хоум	-1,132993235	-0,361609125	-1,25521317	-0,96409999	-0,204183039	-0,236268015	0,323038834	-1,336341521
41	Загублений світ	0,081609624	-0,361609125	2,792108035	-1,047734975	-1,100442212	0,841235435	-0,497870463	0,340997492
42	Закарпатська колиба	-0,624173118	-0,361609125	-0,355808457	0,792234691	0,300027058	0,068652104	-0,292643139	-0,917006768
43	Золоте Руно	-0,32872918	-0,361609125	-1,25521317	-0,462290081	-1,100442212	-0,058168271	-0,201430995	-0,078337262
44	Золотий берег	-0,985271266	-0,361609125	1,443000967	-0,96409999	0,300027058	-0,621090676	-0,817112968	-0,078337262
45	Золотий шар	0,327812907	-0,361609125	0,543596255	-0,462290081	0,300027058	0,272588396	-0,315446175	0,340997492
46	Капрі	1,050009202	-0,361609125	-0,805510814	1,126774631	0,643027124	1,076823868	0,129213028	0,340997492
47	Катерина	0,196504489	-0,361609125	0,093893899	-0,211385126	-0,204183039	-0,363482118	1,26936483	-0,078337262
48	Катеринінські апартаменти	-0,345142732	-0,361609125	-0,355808457	-0,629560051	-0,204183039	-0,567024682	0,323038834	-0,078337262
49	Кагран	-0,082525897	-0,361609125	0,993298611	-0,713195035	-1,100442212	-0,543490073	-0,247037067	0,340997492
50	Клеопатра	-0,657000223	-0,361609125	-0,805510814	0,374059767	-0,204183039	-0,567024682	-0,589082607	-0,917006768
51	Клумба	0,056989296	-0,361609125	-0,805510814	-0,629560051	-0,204183039	-0,454440201	1,32637242	0,340997492
52	Ковбой	-0,821135744	-0,361609125	1,892703323	-1,047734975	-1,940792374	-2,297777255	-0,931128148	-1,7555676274
53	Колумбус	-0,131766554	-0,361609125	1,443000967	-0,545925066	0,300027058	0,852684705	0,893114735	0,760332245
54	Комфортотель	-0,476451149	-0,361609125	-1,25521317	-0,880465005	-0,204183039	0,065865479	-0,589082607	-0,078337262
55	Кооператор	-0,607759566	-0,361609125	-0,355808457	<b>2,883109312</b>	0,300027058	-0,56511647	0,095008474	-1,336341521
56	Корона	0,130850281	-0,361609125	-1,25521317	0,206789798	2,015027389	0,931557448	2,159823387	0,760332245
57	Креветка	-0,755481536	-0,361609125	0,543596255	-0,629560051	0,513716099	-0,677700951	-0,475067427	-1,336341521
58	Криштальний дім	-0,55851891	-0,361609125	1,443000967	-0,378655096	0,300027058	-0,419456323	-0,304044657	0,340997492

Продовження додатку П.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
59	Ла Перла Рояль	1,542415766	-0,361609125	-0,805510814	-0,880465005	-0,204183039	1,114745756	4,746827825	1,599001751
60	Лузанівка	-1,116579683	-0,361609125	0,993298611	1,043139646	-1,940792374	-1,762594905	-0,931128148	-1,755676274
61	Львівський	-0,739067984	-0,361609125	-0,355808457	-1,13136996	0,300027058	-0,132588521	-0,475067427	-0,078337262
62	Малібу	-0,542105358	-0,361609125	0,993298611	1,210409616	-1,940792374	-1,460461411	-0,247037067	-0,917006768
63	Марістела-клуб	3,938794381	-0,361609125	-0,805510814	-0,044115157	0,300027058	1,878030373	3,378645663	2,018336504
64	Міраж	-0,739067984	-0,361609125	-0,805510814	-0,629560051	0,513716099	-0,768659035	-0,902624353	-0,497672015
65	Морехідний	-0,706240879	-0,361609125	-0,355808457	-0,629560051	2,015027389	-0,449987707	-0,874120558	-1,336341521
66	Науглус	-0,016871689	-0,361609125	0,093893899	-0,462290081	0,643027124	0,160003915	0,437054014	0,340997492
67	Немо	0,42629422	-0,361609125	0,993298611	0,959504661	0,513716099	0,964875458	0,260330485	1,179666998
68	Оазис	-0,706240879	-0,361609125	0,543596255	-1,047734975	-1,940792374	-1,516677959	-0,703097787	-0,497672015
69	Одеський двірник	0,0898164	-0,361609125	0,543596255	2,297664418	-0,204183039	0,910567121	1,067557961	1,599001751
70	Одисей	-0,427210493	-0,361609125	0,093893899	-0,796833002	0,300027058	0,160003915	0,095008474	0,340997492
71	Океаніс	-0,427210493	-0,361609125	0,093893899	0,374059767	0,300027058	0,160003915	-0,247037067	0,340997492
72	Олімп Клуб	0,053706586	-0,361609125	0,993298611	-0,295020111	2,015027389	1,08230616	-0,144423405	0,760332245
73	Опера	0,606843293	-0,361609125	-0,805510814	-0,880465005	-0,204183039	0,181630313	0,893114735	0,340997492
74	Ореанда	0,212918042	-0,361609125	-0,805510814	-0,629560051	-0,204183039	0,181630313	0,323038834	0,340997492
75	Особняк	-0,36976306	-0,361609125	0,993298611	0,541329737	0,300027058	0,216220463	-0,703097787	0,340997492
76	Палладіум	0,357357301	-0,361609125	0,993298611	0,624964722	-0,204183039	0,964875458	0,482660086	1,179666998
77	Пальма	-0,574932462	-0,361609125	0,993298611	-0,295020111	0,513716099	0,216614191	-0,931128148	-0,497672015
78	Прибій	-0,763688312	-0,361609125	0,993298611	2,046759464	-1,940792374	-1,661638429	-1,159158508	-0,497672015
79	Приморський	-0,657000223	-0,361609125	-0,805510814	-0,295020111	0,513716099	-0,567024682	-0,703097787	-0,917006768
80	Принцес	-0,213834315	-0,361609125	-0,805510814	1,210409616	0,300027058	-0,56741841	-0,133021887	-0,078337262
81	Ре-ка	-0,049698793	-0,361609125	-0,805510814	-0,964099999	-0,204183039	-0,567024682	-0,475067427	-0,497672015
82	Сан Марін	-1,149406788	-0,361609125	0,093893899	2,381299403	-1,940792374	-1,180832728	-1,387188869	-1,356341521
83	Санрайз	-0,542105358	-0,361609125	-0,805510814	-0,796833002	0,300027058	0,069045832	-0,703097787	-0,917006768
84	Сфера	-0,78830864	-0,361609125	0,093893899	-0,964099999	-0,204183039	-0,677700951	-1,159158508	-1,356341521
85	Тукан	-0,722654431	-0,361609125	0,993298611	1,210409616	-1,940792374	-1,460461411	-0,703097787	-0,917006768
86	Уліс	0,055347941	-0,361609125	0,993298611	0,039519828	-1,100442212	0,205164922	0,254629726	0,340997492
87	Уютний	0,475534876	-0,361609125	0,543596255	-0,044115157	0,300027058	0,272588396	0,779099555	0,340997492
88	Фієста	-0,246661419	-0,361609125	0,543596255	-1,047734975	-0,204183039	-0,476066599	-0,817112968	-0,078337262
89	Чкаловський	-0,821135744	-0,361609125	-1,25521317	-0,545925066	2,015027389	-0,654802413	-0,703097787	-0,917006768
90	Шаланда	-0,492864701	-0,361609125	0,093893899	-0,796833002	0,513716099	-0,476066599	-0,931128148	-0,917006768
91	Єлки-Палки	-0,148180106	-0,361609125	0,093893899	0,206789798	0,643027124	0,160003915	-0,475067427	0,340997492

Додаток П.3

Матриця Евклідових відстаней критеріїв, що впливають на лагетний показник пріоритетності малих готелів м. Одеси для розрахунку класичної таксономії за Янковим О.Г. [248, с. 59]

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_10	C_11	C_12	C_13	C_14	C_15	C_16	C_17	C_18	C_19	C_20	C_21	C_22	C_23	C_24	C_25
C_1	0,00	1,95	2,80	2,14	2,34	2,10	3,37	4,82	5,43	4,43	4,89	7,29	7,94	7,55	7,99	8,1	5,86	8,6	7,01	8,4	7,63	6,98	7,6	6,65	5,58
C_2	1,95	0,00	2,12	2,63	2,86	2,54	3,54	4,38	5,02	4,27	4,49	7,45	8,00	7,63	8,07	8,2	5,80	8,8	7,13	8,5	7,80	6,77	7,5	6,58	5,78
C_3	2,80	2,12	0,00	2,72	3,17	2,96	2,59	3,75	4,36	4,52	4,72	6,84	7,36	7,05	7,41	7,8	5,21	8,0	6,42	7,7	7,00	6,12	6,5	5,56	5,37
C_4	2,14	2,63	2,72	0,00	1,21	0,87	1,86	2,96	3,55	2,98	3,38	5,90	6,45	6,07	6,52	6,3	4,11	6,7	5,52	6,4	6,17	5,39	6,1	5,13	4,51
C_5	2,34	2,86	3,17	1,21	0,00	1,08	2,66	3,49	4,16	3,08	3,60	6,36	6,77	6,46	6,85	6,7	4,53	7,2	6,03	6,9	6,30	5,67	6,6	5,65	4,57
C_6	2,10	2,54	2,96	0,87	1,08	0,00	2,46	3,49	4,06	3,41	3,80	6,53	7,10	6,69	7,19	6,8	4,52	7,2	6,15	6,8	6,78	5,90	6,7	5,73	4,95
C_7	3,37	3,54	2,59	1,86	2,66	2,46	0,00	2,52	3,07	3,79	3,97	5,87	6,29	6,06	6,34	6,4	4,24	6,4	5,41	6,1	6,01	5,39	5,7	4,78	5,05
C_8	4,82	4,38	3,75	2,96	3,49	3,49	2,52	0,00	1,00	2,53	2,40	4,40	4,65	4,42	4,74	4,7	2,81	4,9	3,94	4,7	4,56	3,44	4,0	3,33	4,28
C_9	5,43	5,02	4,36	3,55	4,16	4,06	3,07	1,00	0,00	2,98	2,74	4,26	4,57	4,23	4,67	4,2	2,78	4,3	3,77	4,0	4,62	3,33	3,7	3,17	4,60
C_10	4,43	4,27	4,52	2,98	3,08	3,41	3,79	2,53	2,98	0,00	0,84	4,26	4,43	4,13	4,52	4,6	3,04	5,8	4,05	5,7	4,44	3,42	4,6	4,01	3,10
C_11	4,89	4,49	4,72	3,38	3,60	3,80	3,97	2,40	2,74	0,84	0,00	4,37	4,44	4,16	4,53	4,6	3,03	5,7	4,12	5,6	4,65	3,36	4,4	4,01	3,42
C_12	7,29	7,45	6,84	5,90	6,36	6,53	5,87	4,40	4,26	4,26	4,37	0,00	1,59	0,89	1,62	2,6	3,08	3,5	0,68	4,4	2,23	2,12	1,8	2,07	3,63
C_13	7,94	8,00	7,36	6,45	6,77	7,10	6,29	4,65	4,57	4,43	4,44	1,59	0,00	1,14	0,17	3,0	3,62	3,9	1,82	4,8	1,55	2,13	1,9	2,63	3,82
C_14	7,55	7,63	7,05	6,07	6,46	6,69	6,06	4,42	4,23	4,13	4,16	0,89	1,14	0,00	1,18	2,4	3,03	3,4	1,07	4,3	2,03	1,72	1,7	2,15	3,47
C_15	7,99	8,07	7,41	6,52	6,85	7,19	6,34	4,74	4,67	4,52	4,53	1,62	0,17	1,18	0,00	3,1	3,72	4,0	1,87	4,9	1,58	2,24	2,0	2,67	3,85
C_16	8,08	8,23	7,84	6,31	6,68	6,77	6,42	4,67	4,23	4,59	4,55	2,62	2,97	2,36	3,07	0,0	3,16	2,1	2,50	2,8	3,47	2,82	3,2	3,37	4,71
C_17	5,86	5,80	5,21	4,11	4,53	4,52	4,24	2,81	2,78	3,04	3,03	3,08	3,62	3,03	3,72	3,2	0,00	3,8	2,52	3,6	3,68	2,12	3,0	2,12	2,77
C_18	8,59	8,78	7,96	6,74	7,23	7,23	6,39	4,93	4,32	5,76	5,72	3,46	3,91	3,43	3,97	2,1	3,83	0,0	3,14	1,5	4,05	3,71	3,4	3,47	5,76
C_19	7,01	7,13	6,42	5,52	6,03	6,15	5,41	3,94	3,77	4,05	4,12	0,68	1,82	1,07	1,87	2,5	2,52	3,1	0,00	3,9	2,30	1,80	1,5	1,48	3,43
C_20	8,38	8,47	7,68	6,44	6,90	6,79	6,11	4,69	4,01	5,73	5,63	4,39	4,84	4,31	4,93	2,8	3,64	1,5	3,92	0,0	4,88	4,06	4,1	3,88	5,96
C_21	7,63	7,80	7,00	6,17	6,30	6,78	6,01	4,56	4,62	4,44	4,65	2,23	1,55	2,03	1,58	3,5	3,68	4,1	2,30	4,9	0,00	2,28	2,5	2,69	3,63
C_22	6,98	6,77	6,12	5,39	5,67	5,90	5,39	3,44	3,33	3,42	3,36	2,12	2,13	1,72	2,24	2,8	2,12	3,7	1,80	4,1	2,28	0,00	1,8	1,64	2,99
C_23	7,61	7,45	6,52	6,09	6,61	6,74	5,66	3,95	3,69	4,56	4,44	1,79	1,95	1,71	1,97	3,2	3,05	3,4	1,48	4,1	2,50	1,77	0,0	1,30	4,04
C_24	6,65	6,58	5,56	5,13	5,65	5,73	4,78	3,33	3,17	4,01	4,01	2,07	2,63	2,15	2,67	3,4	2,12	3,5	1,48	3,9	2,69	1,64	1,3	0,00	3,27
C_25	5,58	5,78	5,37	4,51	4,57	4,95	5,05	4,28	4,60	3,10	3,42	3,63	3,82	3,47	3,85	4,7	2,77	5,8	3,43	6,0	3,63	2,99	4,0	3,27	0,00

Продовження додатку П.3

	C_26	C_27	C_28	C_29	C_30	C_31	C_32	C_33	C_34	C_35	C_36	C_37	C_38	C_39	C_40	C_41	C_42	C_43	C_44	C_45	C_46	C_47	C_48	C_49	C_50
C_1	7,08	6,45	7,35	5,27	6,03	5,48	6,14	7,8	7,5	6,63	7,6	7,63	5,23	7,5	7,95	6,6	6,98	7,08	7,4	5,96	5,41	6,32	6,88	6,72	7,43
C_2	7,11	6,72	7,38	5,04	6,07	5,27	5,54	8,0	7,8	6,80	7,5	7,58	5,75	7,5	7,99	6,9	6,74	7,32	7,3	5,98	5,26	6,54	6,99	7,03	7,34
C_3	6,59	5,65	6,87	4,67	5,71	4,93	5,17	7,1	7,0	6,05	6,8	7,09	5,49	6,8	7,35	5,5	6,18	6,83	6,0	5,04	5,09	5,66	6,17	5,97	6,80
C_4	5,57	5,04	5,85	4,66	4,97	4,85	4,92	6,1	6,0	5,16	5,9	6,03	4,77	5,9	6,43	5,1	5,28	5,48	5,8	4,50	4,07	4,80	5,30	5,07	5,73
C_5	5,98	5,28	6,27	4,87	5,39	5,22	5,22	6,7	6,6	5,62	6,4	6,46	4,50	6,5	6,77	5,9	5,70	5,83	6,4	5,06	4,31	5,00	5,65	5,61	6,15
C_6	6,15	5,67	6,46	5,02	5,52	5,29	5,32	6,7	6,6	5,76	6,5	6,59	5,06	6,6	7,08	5,7	5,80	6,05	6,4	5,09	4,41	5,36	5,91	5,66	6,27
C_7	5,63	4,67	5,85	5,25	5,34	5,36	5,18	5,5	5,6	5,14	5,7	6,04	5,60	5,7	6,27	4,2	5,16	5,60	5,1	4,29	4,66	4,70	5,17	4,63	5,68
C_8	4,05	3,84	4,19	4,51	4,23	4,49	3,46	4,4	4,4	3,81	3,8	4,17	5,35	4,1	4,60	4,3	3,15	4,18	3,8	3,18	3,31	3,50	3,70	3,76	3,72
C_9	3,88	4,09	4,06	4,88	4,37	4,79	3,72	3,9	4,0	3,66	3,4	3,87	5,89	3,8	4,51	4,2	3,07	4,04	3,4	3,18	3,66	3,65	3,59	3,52	3,44
C_10	3,60	4,13	3,85	3,68	3,33	3,76	3,11	5,2	4,8	3,79	4,2	4,01	4,07	4,3	4,40	5,5	3,49	3,67	5,0	3,62	2,55	3,64	3,77	4,47	3,84
C_11	3,54	4,40	3,81	3,89	3,44	3,93	2,96	5,2	4,8	3,91	4,1	3,89	4,68	4,3	4,39	5,6	3,34	3,73	4,9	3,68	2,72	3,94	3,87	4,57	3,72
C_12	1,67	2,71	1,15	4,33	2,54	3,81	3,53	2,8	1,6	1,35	1,7	1,46	4,85	1,1	1,56	4,3	2,17	1,82	3,0	2,38	3,33	2,29	1,60	2,65	1,70
C_13	1,82	2,70	1,25	4,86	3,12	4,50	3,78	3,2	2,3	2,21	2,1	1,72	5,18	1,7	0,14	4,8	2,34	1,94	3,3	3,09	3,87	2,55	1,81	3,22	1,94
C_14	1,14	2,83	0,71	4,37	2,55	3,97	3,43	2,8	1,7	1,41	1,5	0,97	4,93	1,0	1,08	4,6	2,08	1,40	3,0	2,55	3,39	2,38	1,38	2,75	1,40
C_15	1,87	2,72	1,32	4,89	3,14	4,53	3,87	3,2	2,3	2,25	2,2	1,82	5,21	1,7	0,28	4,8	2,48	2,01	3,3	3,13	3,97	2,62	1,86	3,25	2,07
C_16	2,56	4,18	2,45	5,76	4,10	5,45	4,58	2,8	2,4	2,74	1,9	1,83	6,11	2,4	2,87	5,1	2,63	2,12	3,9	3,66	4,02	3,40	2,73	3,18	1,75
C_17	2,38	2,98	2,79	3,42	2,66	3,37	2,55	3,2	3,0	2,13	2,5	2,73	4,29	2,7	3,56	3,6	2,03	2,42	3,0	1,63	1,82	2,31	2,25	2,32	2,35
C_18	3,75	4,38	3,68	6,67	5,26	6,40	5,61	2,1	2,5	3,34	2,5	3,12	7,08	2,9	3,84	4,5	3,53	3,39	3,4	3,98	5,20	3,80	3,28	2,83	2,87
C_19	1,49	2,43	1,22	4,11	2,44	3,65	3,27	2,4	1,3	0,86	1,3	1,39	4,77	0,8	1,78	3,8	1,84	1,67	2,4	1,81	3,05	1,96	1,19	2,07	1,44
C_20	4,32	4,91	4,43	6,78	5,67	6,62	5,67	2,8	3,4	3,95	3,2	3,82	7,30	3,7	4,76	4,7	3,83	3,99	3,8	4,23	5,20	4,24	3,88	3,21	3,42
C_21	2,63	1,94	2,34	4,79	3,57	4,64	4,03	3,6	2,9	2,41	2,8	2,67	4,55	2,5	1,64	4,8	2,81	2,48	3,5	3,18	3,92	1,78	1,74	3,14	2,61
C_22	1,58	2,64	1,73	3,64	2,56	3,47	2,27	3,3	2,7	1,69	1,7	1,60	4,52	1,8	2,08	4,5	1,39	2,03	2,7	2,08	2,54	1,94	1,32	2,77	1,39
C_23	2,02	2,71	1,84	4,46	3,10	4,05	3,26	2,5	1,9	1,80	1,4	1,83	5,53	1,1	1,89	3,9	1,95	2,57	1,7	2,16	3,72	2,52	1,64	2,51	1,79
C_24	2,06	2,12	2,21	3,65	2,65	3,37	2,81	2,5	2,1	1,27	1,8	2,27	4,69	1,6	2,60	3,2	1,96	2,46	1,4	1,03	2,99	1,81	1,29	1,74	2,06
C_25	2,80	2,94	3,31	2,06	1,88	2,45	2,82	4,8	4,2	2,80	4,1	3,78	2,17	3,8	3,84	4,8	3,65	2,91	4,4	2,67	2,32	2,75	2,85	3,64	3,82

Продовження додатку П.3

	C_51	C_52	C_53	C_54	C_55	C_56	C_57	C_58	C_59	C_60	C_61	C_62	C_63	C_64	C_65	C_66	C_67	C_68	C_69	C_70	C_71	C_72	C_73	C_74	C_75
C_1	6,59	9,1	5,82	7,14	7,60	6,23	7,6	6,70	6,47	8,7	7,14	7,8	5,10	7,6	7,8	6,12	5,22	8,1	5,59	6,48	6,33	5,87	6,12	6,28	6,31
C_2	6,83	9,4	5,88	7,19	7,20	5,91	7,4	6,60	7,16	8,8	7,08	8,0	5,94	7,4	7,3	6,07	5,03	8,5	5,45	6,46	6,15	5,38	6,45	6,47	6,07
C_3	6,10	8,3	4,59	6,64	6,87	5,46	6,5	5,35	6,61	8,1	6,24	7,2	5,91	6,7	6,6	5,16	4,15	7,5	4,92	5,52	5,38	4,28	5,80	5,85	5,13
C_4	5,16	7,4	4,39	5,66	5,82	5,27	6,0	5,07	5,97	6,8	5,65	5,9	5,25	6,1	6,5	4,68	3,64	6,4	3,83	4,98	4,64	4,73	4,84	4,84	4,58
C_5	5,27	8,1	4,80	6,09	6,01	5,10	6,6	5,64	5,43	7,3	6,14	6,3	4,78	6,5	7,0	5,05	4,02	7,0	3,76	5,41	5,07	5,24	5,06	5,15	5,16
C_6	5,71	8,1	4,99	6,27	6,09	5,65	6,7	5,65	6,26	7,3	6,30	6,4	5,29	6,6	7,1	5,27	4,01	7,0	3,94	5,60	5,16	5,25	5,41	5,42	5,08
C_7	5,27	6,7	3,81	5,70	5,86	5,62	5,5	4,42	6,42	6,3	5,40	5,5	6,29	5,9	6,2	4,54	3,57	6,0	4,05	4,71	4,48	4,40	5,05	4,99	4,17
C_8	4,03	5,7	3,28	4,18	3,68	4,38	3,9	3,21	6,46	4,8	3,91	4,2	6,66	4,1	4,3	3,22	2,68	4,9	3,12	3,41	2,80	3,39	4,04	3,75	2,68
C_9	4,15	5,2	3,59	4,02	3,62	4,91	3,6	3,00	7,07	4,3	3,72	3,8	7,30	3,8	4,2	3,35	3,04	4,4	3,55	3,41	2,75	3,66	4,21	3,81	2,52
C_10	3,60	6,9	4,06	3,74	4,20	3,53	4,7	4,42	5,53	5,9	4,05	5,2	5,48	4,2	4,8	3,41	3,31	5,5	3,38	3,66	3,23	4,04	3,41	3,24	3,75
C_11	3,90	6,9	4,20	3,69	4,06	3,78	4,6	4,37	6,16	5,8	3,97	5,2	6,17	4,0	4,6	3,51	3,38	5,5	3,50	3,68	3,14	3,96	3,75	3,43	3,60
C_12	2,33	3,9	3,61	1,64	4,01	4,31	1,9	3,02	6,14	3,8	1,78	3,6	6,69	1,7	2,6	2,34	4,01	2,8	4,97	2,20	2,54	3,93	2,16	1,91	3,10
C_13	2,32	4,4	3,81	1,78	4,12	4,09	2,3	3,42	6,02	4,1	1,91	4,0	7,16	2,0	2,8	2,65	4,45	3,2	5,12	2,39	2,83	4,29	2,52	2,26	3,56
C_14	2,13	4,2	3,72	1,11	3,95	4,15	2,0	3,07	6,17	3,9	1,48	3,6	6,91	1,2	2,5	2,33	4,08	2,8	4,88	2,08	2,40	4,01	2,16	1,76	3,12
C_15	2,36	4,4	3,84	1,80	4,28	4,15	2,3	3,46	6,04	4,2	1,91	4,1	7,20	2,0	2,8	2,70	4,53	3,2	5,23	2,41	2,92	4,32	2,55	2,31	3,64
C_16	3,42	3,9	4,85	2,70	3,33	5,59	3,2	3,87	7,29	2,6	3,21	2,4	7,81	2,7	4,1	3,76	4,64	2,6	4,84	3,55	3,15	5,36	3,61	3,14	3,58
C_17	2,67	5,0	2,56	2,55	3,20	3,80	3,1	2,28	5,83	4,1	2,59	3,2	5,85	2,8	3,7	1,93	1,57	3,6	2,31	2,06	1,13	2,84	2,50	2,02	1,37
C_18	4,16	2,1	4,89	3,83	4,10	6,60	3,2	3,51	7,97	1,4	3,75	1,5	8,66	3,4	4,6	4,27	5,00	1,7	5,37	3,99	3,72	5,69	4,47	4,08	3,70
C_19	2,16	3,7	3,11	1,49	3,76	4,20	1,5	2,38	6,09	3,5	1,42	3,2	6,59	1,4	2,5	1,90	3,47	2,5	4,48	1,72	1,98	3,49	2,00	1,63	2,46
C_20	4,68	3,2	5,02	4,45	3,93	6,81	3,9	3,66	8,27	1,9	4,35	1,6	8,75	4,0	5,2	4,59	4,74	2,8	4,84	4,39	3,81	5,74	4,99	4,54	3,59
C_21	1,58	4,5	3,45	2,62	4,17	3,60	2,7	3,36	4,94	4,3	2,51	3,9	6,43	2,7	3,5	2,50	4,24	3,4	4,71	2,48	2,99	4,33	2,22	2,31	3,73
C_22	1,89	4,7	3,05	1,73	3,01	3,14	2,1	2,42	5,81	4,0	1,63	3,5	6,48	1,4	2,3	1,56	2,97	3,4	3,65	1,63	1,34	3,05	2,18	1,70	2,22
C_23	2,74	3,7	3,12	2,01	3,89	4,29	0,7	2,01	6,68	3,6	1,20	3,6	7,45	1,1	1,6	2,04	3,71	2,8	4,83	1,73	2,07	3,17	2,85	2,43	2,39
C_24	2,24	3,9	2,15	2,09	3,81	3,82	1,4	1,09	5,97	3,8	1,29	3,3	6,50	1,7	2,3	1,14	2,60	2,8	3,89	1,03	1,31	2,39	2,23	1,85	1,53
C_25	2,25	6,6	2,97	2,82	5,14	2,50	4,4	3,78	4,00	6,2	3,09	5,4	4,18	3,7	4,5	2,28	2,84	4,9	3,48	2,52	2,80	3,22	1,72	1,87	3,52



Продовження додатку П.3

	C_76	C_77	C_78	C_79	C_80	C_81	C_82	C_83	C_84	C_85	C_86	C_87	C_88	C_89	C_90	C_91	C_92
C_1	5,29	6,85	8,2	7,50	6,77	7,16	8,6	7,31	7,9	8,0	6,14	5,67	7,0	7,93	7,4	6,23	5,1
C_2	5,37	6,64	8,2	7,32	6,55	7,28	8,6	7,23	7,9	8,2	6,44	5,75	7,1	7,47	7,2	6,00	5,2
C_3	4,46	5,64	7,5	6,69	6,10	6,61	8,1	6,61	7,1	7,4	5,48	4,81	6,1	6,88	6,4	5,23	6,3
C_4	3,64	5,27	6,2	5,95	5,07	5,70	6,6	5,85	6,3	6,1	4,40	4,19	5,4	6,62	5,9	4,65	5,9
C_5	4,00	5,94	6,6	6,42	5,33	6,16	7,1	6,36	7,0	6,6	4,86	4,53	6,0	7,03	6,5	5,13	5,0
C_6	4,07	5,88	6,5	6,54	5,47	6,31	7,0	6,49	7,0	6,5	4,95	4,74	6,1	7,19	6,5	5,17	5,6
C_7	3,50	4,71	5,9	5,84	5,26	5,67	6,4	5,72	5,9	5,7	4,03	4,08	5,0	6,57	5,5	4,54	7,2
C_8	2,86	3,25	4,4	3,92	3,21	4,18	4,7	4,05	4,3	4,2	3,22	3,03	3,8	4,56	3,9	2,90	7,6
C_9	3,19	3,05	3,8	3,66	3,08	3,96	4,2	3,89	3,9	3,7	3,23	3,29	3,5	4,38	3,6	2,84	8,4
C_10	3,37	4,28	5,5	4,04	3,18	4,04	5,4	4,01	4,9	5,3	3,89	3,37	4,4	4,53	4,4	3,29	6,5
C_11	3,53	4,11	5,3	3,90	3,12	4,08	5,2	3,90	4,8	5,2	4,04	3,60	4,4	4,33	4,3	3,19	7,0
C_12	3,83	2,54	4,4	1,46	2,61	0,92	4,3	1,24	1,7	3,6	2,93	2,72	2,0	2,61	1,6	2,51	9,7
C_13	4,22	3,03	4,8	1,75	2,89	1,72	4,6	1,55	2,2	4,0	3,38	3,19	2,7	2,63	2,2	2,97	9,9
C_14	3,90	2,69	4,4	1,16	2,36	0,75	4,2	1,05	1,7	3,7	3,06	2,88	2,1	2,33	1,7	2,44	9,8
C_15	4,29	3,08	4,9	1,83	3,03	1,75	4,7	1,59	2,2	4,1	3,44	3,26	2,7	2,67	2,2	3,05	10,0
C_16	4,40	3,63	2,7	2,54	2,47	2,47	2,4	2,86	2,7	2,4	3,37	3,92	3,1	3,93	3,1	3,36	10,4
C_17	1,55	2,33	3,5	2,71	1,68	2,63	3,8	2,78	3,3	3,3	1,77	1,77	2,4	3,73	2,8	1,28	8,5
C_18	4,71	3,67	1,9	3,41	3,54	3,29	2,5	3,77	2,8	1,3	3,39	4,30	3,1	4,77	3,3	3,94	11,3
C_19	3,28	1,99	3,9	1,28	2,25	0,71	4,0	1,14	1,4	3,2	2,36	2,25	1,4	2,61	1,2	1,95	9,6
C_20	4,52	3,97	1,0	4,05	3,61	4,07	2,2	4,48	3,7	1,4	3,51	4,50	3,7	5,34	4,0	4,05	11,1
C_21	3,95	3,48	4,9	2,58	3,00	2,32	4,9	2,60	3,0	4,1	3,18	2,78	3,0	3,32	2,9	3,19	9,2
C_22	3,02	2,31	4,0	1,27	1,15	1,70	4,1	1,70	2,5	3,6	2,75	2,13	2,3	2,01	1,9	1,43	9,0
C_23	3,68	1,58	4,2	1,15	2,58	1,59	4,3	1,31	1,2	3,5	2,93	2,67	1,5	1,97	0,7	2,03	10,1
C_24	2,56	1,24	4,0	1,74	2,23	1,67	4,4	1,81	1,9	3,4	2,02	1,59	1,1	2,61	1,2	1,19	9,3
C_25	2,68	3,93	5,9	3,73	3,29	3,20	6,2	3,45	4,5	5,5	3,26	2,41	3,6	4,16	3,9	2,76	7,5

Продовження додатку П.3

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_10	C_11	C_12	C_13	C_14	C_15	C_16	C_17	C_18	C_19	C_20	C_21	C_22	C_23	C_24	C_25
C_26	7,08	7,11	6,59	5,57	5,98	6,15	5,63	4,05	3,88	3,60	3,54	1,67	1,82	1,14	1,87	2,6	2,38	3,8	1,49	4,3	2,63	1,58	2,0	2,06	2,80
C_27	6,45	6,72	5,65	5,04	5,28	5,67	4,67	3,84	4,09	4,13	4,40	2,71	2,70	2,83	2,72	4,2	2,98	4,4	2,43	4,9	1,94	2,64	2,7	2,12	2,94
C_28	7,35	7,38	6,87	5,85	6,27	6,46	5,85	4,19	4,06	3,85	3,81	1,15	1,25	0,71	1,32	2,5	2,79	3,7	1,22	4,4	2,34	1,73	1,8	2,21	3,31
C_29	5,27	5,04	4,67	4,66	4,87	5,02	5,25	4,51	4,88	3,68	3,89	4,33	4,86	4,37	4,89	5,8	3,42	6,7	4,11	6,8	4,79	3,64	4,5	3,65	2,06
C_30	6,03	6,07	5,71	4,97	5,39	5,52	5,34	4,23	4,37	3,33	3,44	2,54	3,12	2,55	3,14	4,1	2,66	5,3	2,44	5,7	3,57	2,56	3,1	2,65	1,88
C_31	5,48	5,27	4,93	4,85	5,22	5,29	5,36	4,49	4,79	3,76	3,93	3,81	4,50	3,97	4,53	5,5	3,37	6,4	3,65	6,6	4,64	3,47	4,1	3,37	2,45
C_32	6,14	5,54	5,17	4,92	5,22	5,32	5,18	3,46	3,72	3,11	2,96	3,53	3,78	3,43	3,87	4,6	2,55	5,6	3,27	5,7	4,03	2,27	3,3	2,81	2,82
C_33	7,81	8,05	7,05	6,06	6,69	6,68	5,46	4,37	3,92	5,24	5,18	2,82	3,19	2,85	3,21	2,8	3,20	2,1	2,37	2,8	3,56	3,30	2,5	2,48	4,79
C_34	7,55	7,79	6,97	5,96	6,55	6,60	5,63	4,36	4,02	4,76	4,76	1,59	2,29	1,75	2,30	2,4	2,99	2,5	1,27	3,4	2,90	2,67	1,9	2,05	4,18
C_35	6,63	6,80	6,05	5,16	5,62	5,76	5,14	3,81	3,66	3,79	3,91	1,35	2,21	1,41	2,25	2,7	2,13	3,3	0,86	3,9	2,41	1,69	1,8	1,27	2,80
C_36	7,58	7,49	6,81	5,88	6,39	6,45	5,67	3,80	3,40	4,22	4,07	1,71	2,11	1,51	2,20	1,9	2,49	2,5	1,33	3,2	2,82	1,66	1,4	1,80	4,10
C_37	7,63	7,58	7,09	6,03	6,46	6,59	6,04	4,17	3,87	4,01	3,89	1,46	1,72	0,97	1,82	1,8	2,73	3,1	1,39	3,8	2,67	1,60	1,8	2,27	3,78
C_38	5,23	5,75	5,49	4,77	4,50	5,06	5,60	5,35	5,89	4,07	4,68	4,85	5,18	4,93	5,21	6,1	4,29	7,1	4,77	7,3	4,55	4,52	5,5	4,69	2,17
C_39	7,48	7,51	6,76	5,92	6,45	6,55	5,68	4,06	3,76	4,33	4,27	1,12	1,70	1,04	1,74	2,4	2,75	2,9	0,79	3,7	2,50	1,83	1,1	1,58	3,82
C_40	7,95	7,99	7,35	6,43	6,77	7,08	6,27	4,60	4,51	4,40	4,39	1,56	0,14	1,08	0,28	2,9	3,56	3,8	1,78	4,8	1,64	2,08	1,9	2,60	3,84
C_41	6,56	6,90	5,55	5,13	5,88	5,73	4,16	4,27	4,23	5,50	5,56	4,28	4,84	4,59	4,85	5,1	3,56	4,5	3,76	4,7	4,84	4,53	3,9	3,16	4,76
C_42	6,98	6,74	6,18	5,28	5,70	5,80	5,16	3,15	3,07	3,49	3,34	2,17	2,34	2,08	2,48	2,6	2,03	3,5	1,84	3,8	2,81	1,39	2,0	1,96	3,65
C_43	7,08	7,32	6,83	5,48	5,83	6,05	5,60	4,18	4,04	3,67	3,73	1,82	1,94	1,40	2,01	2,1	2,42	3,4	1,67	4,0	2,48	2,03	2,6	2,46	2,91
C_44	7,38	7,27	6,02	5,80	6,44	6,44	5,06	3,80	3,45	5,00	4,87	2,95	3,30	2,99	3,30	3,9	2,99	3,4	2,40	3,8	3,52	2,74	1,7	1,42	4,38
C_45	5,96	5,98	5,04	4,50	5,06	5,09	4,29	3,18	3,18	3,62	3,68	2,38	3,09	2,55	3,13	3,7	1,63	4,0	1,81	4,2	3,18	2,08	2,2	1,03	2,67
C_46	5,41	5,26	5,09	4,07	4,31	4,41	4,66	3,31	3,66	2,55	2,72	3,33	3,87	3,39	3,97	4,0	1,82	5,2	3,05	5,2	3,92	2,54	3,7	2,99	2,32
C_47	6,32	6,54	5,66	4,80	5,00	5,36	4,70	3,50	3,65	3,64	3,94	2,29	2,55	2,38	2,62	3,4	2,31	3,8	1,96	4,2	1,78	1,94	2,5	1,81	2,75
C_48	6,88	6,99	6,17	5,30	5,65	5,91	5,17	3,70	3,59	3,77	3,87	1,60	1,81	1,38	1,86	2,7	2,25	3,3	1,19	3,9	1,74	1,32	1,6	1,29	2,85
C_49	6,72	7,03	5,97	5,07	5,61	5,66	4,63	3,76	3,52	4,47	4,57	2,65	3,22	2,75	3,25	3,2	2,32	2,8	2,07	3,2	3,14	2,77	2,5	1,74	3,64
C_50	7,43	7,34	6,80	5,73	6,15	6,27	5,68	3,72	3,44	3,84	3,72	1,70	1,94	1,40	2,07	1,8	2,35	2,9	1,44	3,4	2,61	1,39	1,8	2,06	3,82

Продовження додатку П.3

	C_26	C_27	C_28	C_29	C_30	C_31	C_32	C_33	C_34	C_35	C_36	C_37	C_38	C_39	C_40	C_41	C_42	C_43	C_44	C_45	C_46	C_47	C_48	C_49	C_50
C_26	0,00	2,88	0,86	3,79	1,92	3,49	2,89	2,9	2,0	1,34	1,7	1,20	4,61	1,4	1,75	4,3	1,97	1,01	2,9	2,11	2,84	2,47	1,43	2,59	1,53
C_27	2,88	0,00	2,88	3,97	3,16	3,93	3,69	3,3	2,9	2,19	3,2	3,36	3,78	2,8	2,76	3,3	2,95	2,76	2,9	2,14	3,39	1,12	1,77	2,27	3,15
C_28	0,86	2,88	0,00	4,21	2,26	3,78	3,11	2,9	1,9	1,56	1,5	0,91	4,89	1,2	1,16	4,5	1,77	1,27	3,0	2,41	3,05	2,49	1,58	2,83	1,29
C_29	3,79	3,97	4,21	0,00	2,22	0,99	2,34	5,7	5,1	3,59	4,8	4,57	2,75	4,5	4,86	5,3	4,20	4,28	4,7	3,04	2,52	3,76	3,87	4,56	4,58
C_30	1,92	3,16	2,26	2,22	0,00	1,79	2,27	4,2	3,3	2,09	3,2	2,79	3,45	2,8	3,10	4,5	2,90	2,46	3,7	2,10	2,14	2,91	2,52	3,40	3,00
C_31	3,49	3,93	3,78	0,99	1,79	0,00	2,15	5,4	4,6	3,28	4,4	4,16	3,23	4,1	4,50	5,1	3,85	4,06	4,5	2,80	2,40	3,70	3,69	4,42	4,22
C_32	2,89	3,69	3,11	2,34	2,27	2,15	0,00	4,9	4,3	3,09	3,4	3,25	4,16	3,5	3,73	5,1	2,46	3,55	3,9	2,57	1,75	3,26	3,14	4,15	3,10
C_33	2,88	3,26	2,91	5,73	4,19	5,44	4,89	0,0	1,3	2,47	2,2	2,80	6,31	2,1	3,14	2,8	3,08	2,66	2,0	2,79	4,61	3,14	2,48	1,51	2,66
C_34	2,01	2,91	1,86	5,06	3,29	4,64	4,26	1,3	0,0	1,60	1,5	1,89	5,65	1,1	2,24	3,4	2,53	1,90	2,2	2,37	3,98	2,67	1,82	1,72	1,96
C_35	1,34	2,19	1,56	3,59	2,09	3,28	3,09	2,5	1,6	0,00	1,7	1,76	4,24	1,3	2,19	3,6	2,14	1,50	2,3	1,37	2,81	1,69	0,87	1,72	1,81
C_36	1,69	3,19	1,51	4,76	3,18	4,36	3,37	2,2	1,5	1,74	0,0	0,95	5,68	0,9	2,00	4,1	1,40	1,95	2,3	2,35	3,39	2,62	1,71	2,40	0,69
C_37	1,20	3,36	0,91	4,57	2,79	4,16	3,25	2,8	1,9	1,76	1,0	0,00	5,38	1,1	1,60	4,7	1,61	1,53	3,0	2,65	3,23	2,75	1,77	2,90	0,71
C_38	4,61	3,78	4,89	2,75	3,45	3,23	4,16	6,3	5,6	4,24	5,7	5,38	0,00	5,4	5,24	5,9	5,11	4,55	5,9	4,13	3,38	3,65	4,30	5,00	5,36
C_39	1,40	2,79	1,16	4,52	2,79	4,08	3,46	2,1	1,1	1,28	0,9	1,13	5,37	0,0	1,62	3,8	1,84	1,74	2,1	2,10	3,49	2,43	1,39	2,16	1,27
C_40	1,75	2,76	1,16	4,86	3,10	4,50	3,73	3,1	2,2	2,19	2,0	1,60	5,24	1,6	0,00	4,8	2,25	1,90	3,3	3,06	3,83	2,58	1,80	3,20	1,83
C_41	4,30	3,31	4,46	5,26	4,48	5,09	5,08	2,8	3,4	3,57	4,1	4,71	5,86	3,8	4,83	0,0	4,24	4,24	2,7	2,79	4,70	3,68	3,73	2,31	4,46
C_42	1,97	2,95	1,77	4,20	2,90	3,85	2,46	3,1	2,5	2,14	1,4	1,61	5,11	1,8	2,25	4,2	0,00	2,27	2,8	2,22	2,45	2,34	1,96	2,88	1,06
C_43	1,01	2,76	1,27	4,28	2,46	4,06	3,55	2,7	1,9	1,50	1,9	1,53	4,55	1,7	1,90	4,2	2,27	0,00	3,3	2,43	3,04	2,28	1,47	2,36	1,71
C_44	2,90	2,88	3,04	4,73	3,72	4,47	3,87	2,0	2,2	2,34	2,3	3,01	5,90	2,1	3,25	2,7	2,81	3,26	0,0	2,00	4,20	2,91	2,31	1,88	2,82
C_45	2,11	2,14	2,41	3,04	2,10	2,80	2,57	2,8	2,4	1,37	2,4	2,65	4,13	2,1	3,06	2,8	2,22	2,43	2,0	0,00	2,41	1,90	1,68	1,75	2,47
C_46	2,84	3,39	3,05	2,52	2,14	2,40	1,75	4,6	4,0	2,81	3,4	3,23	3,38	3,5	3,83	4,7	2,45	3,04	4,2	2,41	0,00	2,76	2,98	3,70	3,00
C_47	2,47	1,12	2,49	3,76	2,91	3,70	3,26	3,1	2,7	1,69	2,6	2,75	3,65	2,4	2,58	3,7	2,34	2,28	2,9	1,90	2,76	0,00	1,27	2,11	2,47
C_48	1,43	1,77	1,58	3,87	2,52	3,69	3,14	2,5	1,8	0,87	1,7	1,77	4,30	1,4	1,80	3,7	1,96	1,47	2,3	1,68	2,98	1,27	0,00	1,79	1,69
C_49	2,59	2,27	2,83	4,56	3,40	4,42	4,15	1,5	1,7	1,72	2,4	2,90	5,00	2,2	3,20	2,3	2,88	2,36	1,9	1,75	3,70	2,11	1,79	0,00	2,69
C_50	1,53	3,15	1,29	4,58	3,00	4,22	3,10	2,7	2,0	1,81	0,7	0,71	5,36	1,3	1,83	4,5	1,06	1,71	2,8	2,47	3,00	2,47	1,69	2,69	0,00

Продовження додатку П.3

C_26	2,15	4,7	3,34	0,25	3,98	3,87	2,4	2,85	6,06	4,2	1,20	3,8	6,61	1,3	2,8	2,00	3,47	3,0	4,29	1,66	1,84	3,51	1,96	1,30	2,63
C_27	1,61	4,5	1,71	2,86	4,53	3,35	2,8	2,40	4,27	4,6	2,42	3,9	5,48	3,2	3,8	1,65	2,96	3,4	3,79	1,74	2,44	3,20	1,75	1,97	2,88
C_28	2,32	4,4	3,58	0,89	3,78	4,03	2,1	3,07	6,21	3,9	1,46	3,7	6,84	1,4	2,5	2,26	3,82	3,0	4,63	1,99	2,17	3,78	2,19	1,69	2,90
C_29	3,59	7,4	3,50	3,81	5,58	2,68	4,7	4,16	5,02	7,1	3,78	6,3	4,34	4,2	4,3	2,84	3,02	6,0	4,17	3,28	3,40	2,56	3,03	3,09	3,82
C_30	2,64	5,9	3,22	1,90	4,78	3,22	3,4	3,43	5,45	5,6	2,25	5,1	5,35	2,7	3,2	2,06	3,13	4,4	4,29	2,14	2,44	2,85	1,87	1,64	3,07
C_31	3,62	7,0	3,58	3,50	5,35	3,03	4,3	4,02	5,51	6,7	3,48	6,1	4,81	3,8	3,7	2,74	3,19	5,7	4,52	3,13	3,27	2,48	2,96	2,96	3,66
C_32	3,31	6,5	3,32	3,01	3,68	2,49	3,5	3,39	5,97	5,7	2,94	5,2	5,89	3,0	2,8	2,26	2,56	5,3	3,53	2,65	2,18	2,11	3,08	2,75	2,68
C_33	3,52	2,2	3,51	2,88	4,59	5,90	2,4	2,34	7,22	2,5	2,55	2,4	7,97	2,8	4,0	3,23	4,10	1,0	4,92	2,73	2,86	4,48	3,57	3,14	2,74
C_34	2,90	2,8	3,48	1,98	4,34	5,26	1,9	2,49	6,78	2,9	1,85	2,8	7,40	2,0	3,2	2,71	4,02	1,4	4,98	2,27	2,56	4,17	2,80	2,39	2,75
C_35	1,71	4,0	2,73	1,33	4,04	3,90	2,0	2,13	5,66	3,9	1,25	3,4	6,12	1,6	2,8	1,46	3,05	2,5	4,10	1,27	1,70	3,18	1,48	1,07	2,26
C_36	2,84	3,5	3,60	1,80	3,10	4,67	1,5	2,41	6,96	2,8	1,72	2,7	7,53	1,2	2,4	2,46	3,66	2,4	4,45	2,18	1,89	3,79	2,95	2,38	2,25
C_37	2,66	4,2	3,96	1,32	3,34	4,42	2,1	3,08	6,75	3,4	1,76	3,3	7,31	1,1	2,5	2,59	3,97	2,9	4,66	2,35	2,19	4,06	2,71	2,14	2,83
C_38	3,34	7,8	4,04	4,62	6,17	2,89	5,7	5,20	2,61	7,5	4,83	6,5	2,19	5,3	5,8	3,70	3,96	6,3	4,31	4,16	4,45	4,44	2,93	3,47	5,06
C_39	2,55	3,5	3,35	1,40	3,83	4,55	1,3	2,34	6,63	3,3	1,17	3,1	7,26	1,0	2,3	2,20	3,76	2,2	4,75	1,81	2,05	3,64	2,52	2,02	2,47
C_40	2,37	4,4	3,82	1,72	4,04	4,13	2,2	3,38	6,11	4,0	1,86	3,9	7,22	1,9	2,7	2,65	4,41	3,1	5,08	2,37	2,77	4,26	2,56	2,26	3,50
C_41	4,35	4,1	2,49	4,28	5,74	5,91	3,7	2,50	6,71	4,6	3,70	4,0	7,05	4,5	5,0	3,47	3,36	3,6	4,59	3,22	3,47	3,72	4,05	3,88	2,89
C_42	2,72	4,5	3,18	2,16	2,26	3,77	1,9	2,54	6,39	3,4	2,12	3,1	6,86	1,9	2,4	2,09	2,92	3,5	3,57	2,12	1,42	3,20	2,79	2,27	1,93
C_43	1,96	4,4	3,47	1,08	4,00	4,20	2,8	3,10	5,78	3,9	1,86	3,4	6,44	2,0	3,6	2,36	3,62	2,6	4,15	2,05	2,17	4,12	1,87	1,35	2,92
C_44	3,36	3,3	2,59	2,89	4,54	4,98	1,6	1,00	6,96	3,7	1,92	3,4	7,64	2,3	2,8	2,34	3,35	2,6	4,64	1,94	2,24	2,95	3,41	3,00	1,93
C_45	2,32	4,5	1,73	2,15	4,07	3,66	2,2	1,44	5,63	4,3	1,66	3,7	5,84	2,3	2,9	1,01	1,95	3,2	3,44	1,03	1,22	2,03	1,95	1,59	1,36
C_46	2,93	6,3	3,19	3,00	3,42	2,85	3,8	3,53	5,28	5,3	3,26	4,5	4,88	3,4	3,8	2,33	2,10	4,9	2,71	2,77	2,16	2,90	2,52	2,31	2,67
C_47	1,09	4,4	2,15	2,52	3,70	3,18	2,6	2,31	4,49	4,1	2,30	3,3	5,38	2,7	3,5	1,40	2,67	3,2	3,31	1,68	1,93	3,25	1,43	1,53	2,52
C_48	1,25	4,0	2,57	1,46	3,78	3,60	1,9	2,05	5,39	3,7	1,22	3,2	6,23	1,6	2,8	1,33	3,06	2,5	3,89	1,12	1,58	3,26	1,49	1,12	2,30
C_49	2,56	3,2	2,37	2,59	4,46	4,88	2,5	1,59	6,00	3,3	2,19	2,7	6,61	2,7	3,9	2,21	2,98	1,8	3,94	1,87	2,14	3,57	2,52	2,23	2,10
C_50	2,60	4,0	3,67	1,71	2,72	4,29	1,9	2,75	6,64	3,0	1,91	2,8	7,20	1,4	2,5	2,41	3,57	2,8	4,16	2,25	1,83	3,85	2,74	2,18	2,41

Продовження додатку П.3

	C_76	C_77	C_78	C_79	C_80	C_81	C_82	C_83	C_84	C_85	C_86	C_87	C_88	C_89	C_90	C_91	C_92
C_26	3,30	2,45	4,3	1,41	2,13	1,04	4,3	1,10	2,1	3,8	2,74	2,61	2,0	2,51	1,9	1,88	9,5
C_27	2,54	2,82	4,9	3,10	3,22	2,62	5,3	2,88	3,2	4,1	2,01	1,53	2,5	3,94	2,9	2,61	8,6
C_28	3,66	2,48	4,4	1,16	2,26	1,04	4,1	0,75	1,8	3,7	2,94	2,80	2,2	2,37	1,7	2,23	9,6
C_29	3,34	4,14	6,8	4,23	3,90	4,01	7,0	4,03	5,1	6,4	4,27	2,99	4,2	4,11	4,3	3,08	7,3
C_30	3,13	3,01	5,6	2,66	2,95	2,25	5,6	2,20	3,4	5,2	3,28	2,50	2,8	3,06	2,8	2,19	8,5
C_31	3,51	3,74	6,6	3,78	3,74	3,61	6,7	3,54	4,6	6,2	4,20	2,96	3,8	3,65	3,8	2,88	7,8
C_32	3,07	2,95	5,5	2,82	2,40	3,28	5,4	2,87	4,0	5,2	3,76	2,62	3,5	2,65	3,1	1,92	8,0
C_33	3,69	2,42	3,0	2,90	3,52	2,52	3,5	2,83	1,9	2,2	2,26	3,36	1,7	4,32	2,4	3,06	11,0
C_34	3,68	2,21	3,6	2,03	3,02	1,43	3,7	1,83	1,1	2,7	2,38	2,98	1,3	3,47	1,6	2,64	10,5
C_35	2,82	2,10	4,1	1,66	2,18	0,76	4,3	1,52	2,0	3,4	2,06	1,85	1,2	2,82	1,6	1,65	9,3
C_36	3,58	1,90	3,1	0,97	1,87	1,46	3,1	1,40	1,2	2,6	2,69	2,86	1,7	2,48	1,3	1,99	10,1
C_37	3,87	2,53	3,8	0,87	1,89	1,23	3,5	1,15	1,7	3,3	3,11	3,09	2,2	2,27	1,7	2,26	9,9
C_38	3,83	5,47	7,2	5,30	4,69	4,71	7,5	5,06	6,1	6,8	4,50	3,45	5,1	5,60	5,5	4,40	6,3
C_39	3,59	1,85	3,8	0,99	2,38	0,85	3,8	0,93	0,8	3,1	2,62	2,70	1,3	2,43	0,9	2,07	10,1
C_40	4,20	2,97	4,7	1,65	2,82	1,68	4,5	1,47	2,1	4,0	3,36	3,19	2,6	2,57	2,1	2,91	9,9
C_41	2,93	2,85	4,7	4,50	4,73	4,06	5,4	4,19	3,8	4,1	2,32	3,18	2,8	5,57	3,7	3,52	10,2
C_42	2,98	1,91	3,5	1,42	1,30	2,12	3,3	1,70	2,2	3,1	2,59	2,34	2,4	2,50	1,9	1,59	9,2
C_43	3,26	2,92	4,0	2,04	2,29	1,36	3,9	1,81	2,4	3,4	2,43	2,70	2,2	3,36	2,4	2,37	9,5
C_44	3,25	1,32	4,0	2,53	3,29	2,55	4,5	2,54	2,0	3,4	2,50	2,70	1,3	3,34	1,7	2,22	10,5
C_45	1,86	1,48	4,2	2,30	2,41	1,98	4,6	2,11	2,5	3,7	1,68	1,18	1,4	3,18	1,9	1,02	8,9
C_46	2,35	3,24	4,9	3,15	2,16	3,17	4,9	3,11	4,1	4,7	3,04	2,17	3,5	3,70	3,5	2,07	7,4
C_47	2,35	2,70	4,2	2,59	2,29	2,17	4,6	2,59	3,0	3,5	1,80	1,18	2,3	3,55	2,6	2,12	8,4
C_48	2,80	2,21	4,0	1,64	2,02	1,10	4,2	1,64	2,1	3,3	2,00	1,78	1,5	2,78	1,7	1,73	9,2
C_49	2,51	2,18	3,4	2,85	3,02	2,20	4,1	2,75	2,4	2,7	1,18	2,15	1,3	4,14	2,4	2,29	9,8
C_50	3,50	2,26	3,3	0,99	1,44	1,53	3,0	1,43	1,8	2,8	2,75	2,77	2,2	2,45	1,7	1,98	9,7

Продовження додатку П.3

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_10	C_11	C_12	C_13	C_14	C_15	C_16	C_17	C_18	C_19	C_20	C_21	C_22	C_23	C_24	C_25
C_51	6,59	6,83	6,10	5,16	5,27	5,71	5,27	4,03	4,15	3,60	3,90	2,33	2,32	2,13	2,36	3,4	2,67	4,2	2,16	4,7	1,58	1,89	2,7	2,24	2,25
C_52	9,12	9,41	8,28	7,45	8,08	8,06	6,70	5,69	5,16	6,87	6,88	3,93	4,39	4,16	4,40	3,9	4,96	2,1	3,68	3,2	4,50	4,74	3,7	3,89	6,61
C_53	5,82	5,88	4,59	4,39	4,80	4,99	3,81	3,28	3,59	4,06	4,20	3,61	3,81	3,72	3,84	4,9	2,56	4,9	3,11	5,0	3,45	3,05	3,1	2,15	2,97
C_54	7,14	7,19	6,64	5,66	6,09	6,27	5,70	4,18	4,02	3,74	3,69	1,64	1,78	1,11	1,80	2,7	2,55	3,8	1,49	4,4	2,62	1,73	2,0	2,09	2,82
C_55	7,60	7,20	6,87	5,82	6,01	6,09	5,86	3,68	3,62	4,20	4,06	4,01	4,12	3,95	4,28	3,3	3,20	4,1	3,76	3,9	4,17	3,01	3,9	3,81	5,14
C_56	6,23	5,91	5,46	5,27	5,10	5,65	5,62	4,38	4,91	3,53	3,78	4,31	4,09	4,15	4,15	5,6	3,80	6,6	4,20	6,8	3,60	3,14	4,3	3,82	2,50
C_57	7,58	7,44	6,47	6,03	6,60	6,68	5,53	3,86	3,61	4,71	4,62	1,88	2,25	2,05	2,29	3,2	3,09	3,2	1,53	3,9	2,70	2,12	0,7	1,41	4,38
C_58	6,70	6,60	5,35	5,07	5,64	5,65	4,42	3,21	3,00	4,42	4,37	3,02	3,42	3,07	3,46	3,9	2,28	3,5	2,38	3,7	3,36	2,42	2,0	1,09	3,78
C_59	6,47	7,16	6,61	5,97	5,43	6,26	6,42	6,46	7,07	5,53	6,16	6,14	6,02	6,17	6,04	7,3	5,83	8,0	6,09	8,3	4,94	5,81	6,7	5,97	4,00
C_60	8,75	8,85	8,05	6,84	7,35	7,31	6,33	4,81	4,27	5,89	5,81	3,80	4,10	3,86	4,19	2,6	4,05	1,4	3,50	1,9	4,32	4,02	3,6	3,81	6,23
C_61	7,14	7,08	6,24	5,65	6,14	6,30	5,40	3,91	3,72	4,05	3,97	1,78	1,91	1,48	1,91	3,2	2,59	3,7	1,42	4,4	2,51	1,63	1,2	1,29	3,09
C_62	7,85	8,05	7,25	5,92	6,34	6,35	5,53	4,16	3,76	5,16	5,18	3,57	3,95	3,64	4,05	2,4	3,22	1,5	3,16	1,6	3,86	3,54	3,6	3,33	5,38
C_63	5,10	5,94	5,91	5,25	4,78	5,29	6,29	6,66	7,30	5,48	6,17	6,69	7,16	6,91	7,20	7,8	5,85	8,7	6,59	8,8	6,43	6,48	7,5	6,50	4,18
C_64	7,58	7,41	6,73	6,05	6,53	6,65	5,93	4,09	3,76	4,20	4,05	1,67	1,95	1,24	2,00	2,7	2,78	3,4	1,43	4,0	2,74	1,39	1,1	1,68	3,68
C_65	7,81	7,35	6,60	6,50	7,02	7,10	6,24	4,34	4,17	4,76	4,56	2,55	2,80	2,55	2,83	4,1	3,70	4,6	2,46	5,2	3,47	2,31	1,6	2,31	4,47
C_66	6,12	6,07	5,16	4,68	5,05	5,27	4,54	3,22	3,35	3,41	3,51	2,34	2,65	2,33	2,70	3,8	1,93	4,3	1,90	4,6	2,50	1,56	2,0	1,14	2,28
C_67	5,22	5,03	4,15	3,64	4,02	4,01	3,57	2,68	3,04	3,31	3,38	4,01	4,45	4,08	4,53	4,6	1,57	5,0	3,47	4,7	4,24	2,97	3,7	2,60	2,84
C_68	8,13	8,48	7,53	6,43	6,96	7,03	5,98	4,87	4,40	5,49	5,52	2,79	3,17	2,77	3,18	2,6	3,61	1,7	2,46	2,8	3,37	3,43	2,8	2,83	4,93
C_69	5,59	5,45	4,92	3,83	3,76	3,94	4,05	3,12	3,55	3,38	3,50	4,97	5,12	4,88	5,23	4,8	2,31	5,4	4,48	4,8	4,71	3,65	4,8	3,89	3,48
C_70	6,48	6,46	5,52	4,98	5,41	5,60	4,71	3,41	3,41	3,66	3,68	2,20	2,39	2,08	2,41	3,6	2,06	4,0	1,72	4,4	2,48	1,63	1,7	1,03	2,52
C_71	6,33	6,15	5,38	4,64	5,07	5,16	4,48	2,80	2,75	3,23	3,14	2,54	2,83	2,40	2,92	3,1	1,13	3,7	1,98	3,8	2,99	1,34	2,1	1,31	2,80
C_72	5,87	5,38	4,28	4,73	5,24	5,25	4,40	3,39	3,66	4,04	3,96	3,93	4,29	4,01	4,32	5,4	2,84	5,7	3,49	5,7	4,33	3,05	3,2	2,39	3,22
C_73	6,12	6,45	5,80	4,84	5,06	5,41	5,05	4,04	4,21	3,41	3,75	2,16	2,52	2,16	2,55	3,6	2,50	4,5	2,00	5,0	2,22	2,18	2,9	2,23	1,72
C_74	6,28	6,47	5,85	4,84	5,15	5,42	4,99	3,75	3,81	3,24	3,43	1,91	2,26	1,76	2,31	3,1	2,02	4,1	1,63	4,5	2,31	1,70	2,4	1,85	1,87
C_75	6,31	6,07	5,13	4,58	5,16	5,08	4,17	2,68	2,52	3,75	3,60	3,10	3,56	3,12	3,64	3,6	1,37	3,7	2,46	3,6	3,73	2,22	2,4	1,53	3,52

Продовження додатку П.3

	C_26	C_27	C_28	C_29	C_30	C_31	C_32	C_33	C_34	C_35	C_36	C_37	C_38	C_39	C_40	C_41	C_42	C_43	C_44	C_45	C_46	C_47	C_48	C_49	C_50
	C_51	2,15	1,61	2,32	3,59	2,64	3,62	3,31	3,5	2,9	1,71	2,8	2,66	3,34	2,5	2,37	4,4	2,72	1,96	3,4	2,32	2,93	1,09	1,25	2,56
	C_52	4,66	4,54	4,45	7,37	5,94	6,99	6,50	2,2	2,8	4,00	3,5	4,19	7,77	3,5	4,36	4,1	4,50	4,42	3,3	4,46	6,25	4,40	3,98	3,18
	C_53	3,34	1,71	3,58	3,50	3,22	3,58	3,32	3,5	2,73	3,6	3,96	4,04	3,4	3,82	2,5	3,18	3,47	2,6	2,6	1,73	3,19	2,15	2,57	2,37
	C_54	0,25	2,86	0,89	3,81	1,90	3,50	3,01	2,9	2,0	1,33	1,8	1,32	4,62	1,4	1,72	4,3	2,16	1,08	2,9	2,15	3,00	2,52	1,46	2,59
	C_55	3,98	4,53	3,78	5,58	4,78	5,35	3,68	4,6	4,3	4,04	3,1	3,34	6,17	3,8	4,04	5,7	2,26	4,00	4,5	4,07	3,42	3,70	3,78	4,46
	C_56	3,87	3,35	4,03	2,68	3,22	3,03	2,49	5,9	5,3	3,90	4,7	4,42	2,89	4,6	4,13	5,9	3,77	4,20	5,0	3,66	2,85	3,18	3,60	4,88
	C_57	2,44	2,76	2,13	4,74	3,42	4,28	3,48	2,4	1,9	2,03	1,5	2,08	5,74	1,3	2,20	3,7	1,91	2,84	1,6	2,23	3,80	2,55	1,93	2,48
	C_58	2,85	2,40	3,07	4,16	3,43	4,02	3,39	2,3	2,5	2,13	2,4	3,08	5,20	2,3	3,38	2,5	2,54	3,10	1,0	1,44	3,53	2,31	2,05	1,59
	C_59	6,06	4,27	6,21	5,02	5,45	5,51	5,97	7,2	6,8	5,66	7,0	6,75	2,61	6,6	6,11	6,7	6,39	5,78	7,0	5,63	5,28	4,49	5,39	6,00
	C_60	4,19	4,60	3,95	7,08	5,65	6,75	5,72	2,5	2,9	3,89	2,8	3,44	7,51	3,3	4,02	4,6	3,41	3,86	3,7	4,30	5,31	4,09	3,75	3,35
	C_61	1,20	2,42	1,46	3,78	2,25	3,48	2,94	2,5	1,8	1,25	1,7	1,76	4,83	1,2	1,86	3,7	2,12	1,86	1,9	1,66	3,26	2,30	1,22	2,19
	C_62	3,82	3,86	3,72	6,33	5,10	6,12	5,19	2,4	2,8	3,35	2,7	3,31	6,53	3,1	3,89	4,0	3,06	3,36	3,4	3,66	4,54	3,26	3,18	2,65
	C_63	6,61	5,48	6,84	4,34	5,35	4,81	5,89	8,0	7,4	6,12	7,5	7,31	2,19	7,3	7,22	7,1	6,86	6,44	7,6	5,84	4,88	5,38	6,23	6,61
	C_64	1,33	3,19	1,37	4,19	2,65	3,79	2,98	2,8	2,0	1,58	1,2	1,10	5,35	1,0	1,86	4,5	1,88	2,04	2,3	2,27	3,39	2,73	1,61	2,73
	C_65	2,78	3,78	2,54	4,28	3,23	3,71	2,80	4,0	3,2	2,81	2,4	2,49	5,85	2,3	2,74	5,0	2,40	3,59	2,8	2,91	3,80	3,51	2,84	3,89
	C_66	2,00	1,65	2,26	2,84	2,06	2,74	2,26	3,2	2,7	1,46	2,5	2,59	3,70	2,2	2,65	3,5	2,09	2,36	2,3	1,01	2,33	1,40	1,33	2,21
	C_67	3,47	2,96	3,82	3,02	3,13	3,19	2,56	4,1	4,0	3,05	3,7	3,97	3,96	3,8	4,41	3,4	2,92	3,62	3,3	1,95	2,10	2,67	3,06	2,98
	C_68	3,03	3,42	3,04	6,00	4,45	5,74	5,31	1,0	1,4	2,52	2,4	2,86	6,32	2,2	3,14	3,6	3,48	2,64	2,6	3,24	4,94	3,18	2,50	1,81
	C_69	4,29	3,79	4,63	4,17	4,29	4,52	3,53	4,9	5,0	4,10	4,4	4,66	4,31	4,8	5,08	4,6	3,57	4,15	4,6	3,44	2,71	3,31	3,89	3,94
	C_70	1,66	1,74	1,99	3,28	2,14	3,13	2,65	2,7	2,3	1,27	2,2	2,35	4,16	1,8	2,37	3,2	2,12	2,05	1,9	1,03	2,77	1,68	1,12	1,87
	C_71	1,84	2,44	2,17	3,40	2,44	3,27	2,18	2,9	2,6	1,70	1,9	2,19	4,45	2,1	2,77	3,5	1,42	2,17	2,2	1,22	2,16	1,93	1,58	2,14
	C_72	3,51	3,20	3,78	2,56	2,85	2,48	2,11	4,5	4,2	3,18	3,8	4,06	4,44	3,6	4,26	3,7	3,20	4,12	3,0	2,03	2,90	3,25	3,26	3,57
	C_73	1,96	1,75	2,19	3,03	1,87	2,96	3,08	3,6	2,8	1,48	3,0	2,71	2,93	2,5	2,56	4,1	2,79	1,87	3,4	1,95	2,52	1,43	1,49	2,52
	C_74	1,30	1,97	1,69	3,09	1,64	2,96	2,75	3,1	2,4	1,07	2,4	2,14	3,47	2,0	2,26	3,9	2,27	1,35	3,0	1,59	2,31	1,53	1,12	2,23
	C_75	2,63	2,88	2,90	3,82	3,07	3,66	2,68	2,7	2,8	2,26	2,3	2,83	5,06	2,5	3,50	2,9	1,93	2,92	1,9	1,36	2,67	2,52	2,30	2,10

Продовження додатку П.3

C_51	C_52	C_53	C_54	C_55	C_56	C_57	C_58	C_59	C_60	C_61	C_62	C_63	C_64	C_65	C_66	C_67	C_68	C_69	C_70	C_71	C_72	C_73	C_74	C_75
0,00	4,9	2,72	2,16	4,19	2,94	3,0	2,90	4,24	4,7	2,21	3,9	5,30	2,6	3,7	1,65	3,20	3,4	3,73	1,79	2,27	3,60	0,98	1,20	3,10
4,91	0,0	5,05	4,65	5,46	7,37	3,3	3,75	8,43	2,4	4,22	2,8	9,29	4,2	4,9	4,82	5,75	2,0	6,51	4,47	4,62	6,01	5,12	4,86	4,40
2,72	5,1	0,00	3,36	4,72	3,53	3,1	1,85	4,88	5,0	2,74	4,2	5,54	3,6	4,0	1,68	1,85	4,0	3,15	1,81	2,17	2,09	2,57	2,53	2,14
2,16	4,6	3,36	0,00	4,21	3,94	2,5	2,88	6,06	4,3	1,12	3,9	6,64	1,3	2,8	2,04	3,59	3,0	4,46	1,65	1,99	3,54	1,94	1,33	2,75
4,19	5,5	4,72	4,21	0,00	4,73	3,7	4,11	7,23	3,6	4,27	3,3	7,58	3,8	4,0	3,91	3,92	4,9	3,69	4,14	3,16	4,74	4,48	4,11	3,38
2,94	7,4	3,53	3,94	4,73	0,00	4,6	4,37	3,97	6,8	3,88	6,0	4,66	4,2	4,2	2,81	3,43	6,1	3,80	3,33	3,42	3,26	2,98	3,15	4,15
3,02	3,3	3,14	2,46	3,68	4,57	0,0	1,97	6,84	3,3	1,73	3,2	7,54	1,6	1,8	2,27	3,70	2,8	4,83	2,06	2,22	3,29	3,11	2,73	2,33
2,90	3,7	1,85	2,88	4,11	4,37	2,0	0,00	6,28	3,8	2,03	3,2	6,86	2,5	3,1	1,77	2,44	2,9	3,73	1,58	1,66	2,45	2,95	2,59	1,28
4,24	8,4	4,88	6,06	7,23	3,97	6,8	6,28	0,00	8,3	6,11	7,3	3,05	6,8	7,3	5,02	5,36	7,1	5,25	5,39	5,83	5,95	4,26	4,88	6,42
4,65	2,4	5,02	4,30	3,63	6,79	3,3	3,76	8,29	0,0	4,17	1,3	9,00	3,8	4,7	4,57	5,09	2,5	5,35	4,34	3,91	5,82	4,94	4,53	3,77
2,21	4,2	2,74	1,12	4,27	3,88	1,7	2,03	6,11	4,2	0,00	3,9	6,82	1,1	2,2	1,54	3,31	2,8	4,45	1,00	1,70	2,89	2,12	1,59	2,26
3,88	2,8	4,24	3,95	3,28	6,04	3,2	3,23	7,27	1,3	3,86	0,0	7,93	3,7	4,7	3,90	4,19	2,4	4,30	3,77	3,28	5,25	4,19	3,85	3,18
5,30	9,3	5,54	6,64	7,58	4,66	7,5	6,86	3,05	9,0	6,82	7,9	0,00	7,3	7,7	5,58	5,28	8,0	5,37	6,08	6,24	6,00	4,89	5,43	6,66
2,63	4,2	3,59	1,35	3,79	4,21	1,6	2,53	6,76	3,8	1,12	3,7	7,34	0,0	1,8	2,18	3,78	2,9	4,76	1,88	1,99	3,44	2,69	2,13	2,55
3,66	4,9	3,97	2,79	4,03	4,21	1,8	3,07	7,27	4,7	2,24	4,7	7,73	1,8	0,0	2,74	4,18	4,3	5,40	2,72	2,79	3,13	3,64	3,26	3,09
1,65	4,8	1,68	2,04	3,91	2,81	2,3	1,77	5,02	4,6	1,54	3,9	5,58	2,2	2,7	0,00	2,10	3,5	3,33	0,72	1,21	2,02	1,52	1,27	1,83
3,20	5,8	1,85	3,59	3,92	3,43	3,7	2,44	5,36	5,1	3,31	4,2	5,28	3,8	4,2	2,10	0,00	4,6	1,86	2,46	1,88	2,08	2,98	2,76	1,75
3,40	2,0	4,02	3,00	4,85	6,08	2,8	2,89	7,14	2,5	2,83	2,4	8,00	2,9	4,3	3,54	4,63	0,0	5,32	3,08	3,32	5,06	3,57	3,24	3,40
3,73	6,5	3,15	4,46	3,69	3,80	4,8	3,73	5,25	5,4	4,45	4,3	5,37	4,8	5,4	3,33	1,86	5,3	0,00	3,66	2,88	3,75	3,79	3,62	2,99
1,79	4,5	1,81	1,65	4,14	3,33	2,1	1,58	5,39	4,3	1,00	3,8	6,08	1,9	2,7	0,72	2,46	3,1	3,66	0,00	1,22	2,31	1,67	1,25	1,80
2,27	4,6	2,17	1,99	3,16	3,42	2,2	1,66	5,83	3,9	1,70	3,3	6,24	2,0	2,8	1,21	1,88	3,3	2,88	1,22	0,00	2,34	2,24	1,68	1,03
3,60	6,0	2,09	3,54	4,74	3,26	3,3	2,45	5,95	5,8	2,89	5,2	6,00	3,4	3,1	2,02	2,08	5,1	3,75	2,31	2,34	0,00	3,30	3,08	2,25
0,98	5,1	2,57	1,94	4,48	2,98	3,1	2,95	4,26	4,9	2,12	4,2	4,89	2,7	3,6	1,52	2,98	3,6	3,79	1,67	2,24	3,30	0,00	0,74	3,00
1,20	4,9	2,53	1,33	4,11	3,15	2,7	2,59	4,88	4,5	1,59	3,8	5,43	2,1	3,3	1,27	2,76	3,2	3,62	1,25	1,68	3,08	0,74	0,00	2,50
3,10	4,4	2,14	2,75	3,38	4,15	2,3	1,28	6,42	3,8	2,26	3,2	6,66	2,5	3,1	1,83	1,75	3,4	2,99	1,80	1,03	2,25	3,00	2,50	0,00



Продовження додатку П.3

	C_76	C_77	C_78	C_79	C_80	C_81	C_82	C_83	C_84	C_85	C_86	C_87	C_88	C_89	C_90	C_91	C_92
C_51	2,89	3,24	4,7	2,62	2,46	2,02	5,0	2,57	3,3	4,1	2,46	1,85	2,6	3,41	2,9	2,43	8,4
C_52	5,41	3,92	3,5	4,20	4,92	3,96	4,1	4,34	3,0	2,7	3,94	4,84	3,4	5,41	3,7	4,75	12,2
C_53	1,56	2,41	4,9	3,58	3,45	3,31	5,5	3,36	3,7	4,4	1,88	1,40	2,6	4,28	3,2	2,24	8,5
C_54	3,40	2,50	4,5	1,49	2,35	0,99	4,4	1,09	2,1	3,9	2,81	2,68	1,9	2,53	1,9	2,01	9,6
C_55	4,11	3,79	3,3	3,34	2,19	4,07	2,9	3,87	4,1	3,4	3,97	3,81	4,4	4,05	3,9	3,37	9,0
C_56	3,63	4,44	6,6	4,07	3,53	4,16	6,7	4,04	5,2	6,3	4,37	2,98	4,6	3,87	4,5	3,39	6,9
C_57	3,67	1,43	3,9	1,48	2,69	1,91	4,1	1,65	1,1	3,2	2,84	2,68	1,6	2,39	0,9	2,19	10,2
C_58	2,35	1,33	3,8	2,62	2,82	2,58	4,4	2,69	2,5	3,3	1,85	1,91	1,4	3,48	2,0	1,68	9,6
C_59	5,03	6,78	8,2	6,68	6,10	6,09	8,6	6,46	7,3	7,6	5,45	4,68	6,4	7,07	6,8	5,94	6,5
C_60	4,84	3,69	1,7	3,67	3,74	3,83	1,8	4,01	3,1	1,0	3,57	4,52	3,6	5,03	3,6	4,17	11,4
C_61	3,17	1,76	4,5	1,38	2,50	1,15	4,6	1,07	1,7	3,9	2,57	2,32	1,2	2,26	1,2	1,65	9,8
C_62	3,87	3,43	1,3	3,54	3,14	3,50	2,0	3,85	3,2	0,5	2,65	3,67	3,2	4,97	3,5	3,59	10,4
C_63	5,17	7,17	8,6	7,24	6,44	6,65	9,0	7,01	7,9	8,2	5,97	5,10	6,9	7,60	7,3	6,19	5,4
C_64	3,78	2,08	4,2	0,61	2,13	1,15	4,1	1,01	1,5	3,7	3,15	2,88	1,7	1,64	1,1	1,90	10,0
C_65	4,43	2,31	5,2	1,67	2,99	2,56	5,1	1,92	2,3	4,7	4,13	3,40	2,8	1,04	1,6	2,54	10,1
C_66	2,05	1,93	4,6	2,16	2,19	1,96	4,9	2,05	2,8	4,0	2,03	0,93	1,9	2,81	2,1	1,14	8,5
C_67	0,83	2,71	4,5	3,70	2,80	3,66	5,0	3,66	4,2	4,3	2,21	1,65	3,2	4,37	3,6	1,90	7,9
C_68	4,19	3,14	3,2	3,08	3,69	2,50	3,7	3,10	2,2	2,3	2,69	3,68	2,1	4,48	2,8	3,51	11,1
C_69	1,90	4,09	4,5	4,61	3,13	4,63	4,9	4,71	5,3	4,5	2,97	2,82	4,4	5,38	4,8	3,14	7,4
C_70	2,28	1,70	4,4	1,98	2,37	1,67	4,7	1,75	2,3	3,8	1,93	1,44	1,4	2,80	1,8	1,24	9,1
C_71	1,90	1,58	3,7	1,92	1,51	2,07	3,9	2,00	2,6	3,3	1,84	1,50	1,8	2,87	2,0	0,52	8,8
C_72	2,54	2,37	5,7	3,44	3,46	3,61	6,0	3,31	3,9	5,3	3,30	2,25	3,1	3,47	3,1	2,03	8,5
C_73	2,66	3,09	5,0	2,67	2,66	1,89	5,2	2,39	3,2	4,4	2,37	1,68	2,5	3,48	2,8	2,27	8,3
C_74	2,48	2,60	4,5	2,14	2,18	1,44	4,7	1,87	2,8	4,0	2,13	1,64	2,0	3,09	2,3	1,73	8,6
C_75	1,86	1,24	3,4	2,50	2,20	2,69	3,9	2,58	2,7	3,2	1,82	1,86	1,9	3,42	2,2	1,07	9,2

Продовження додатку П.3

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_10	C_11	C_12	C_13	C_14	C_15	C_16	C_17	C_18	C_19	C_20	C_21	C_22	C_23	C_24	C_25
C_76	5,29	5,37	4,46	3,64	4,00	4,07	3,50	2,86	3,19	3,37	3,53	3,83	4,22	3,90	4,29	4,4	1,55	4,7	3,28	4,5	3,95	3,02	3,7	2,56	2,68
C_77	6,85	6,64	5,64	5,27	5,94	5,88	4,71	3,25	3,05	4,28	4,11	2,54	3,03	2,69	3,08	3,6	2,33	3,7	1,99	4,0	3,48	2,31	1,6	1,24	3,93
C_78	8,18	8,22	7,54	6,19	6,64	6,51	5,87	4,38	3,81	5,46	5,35	4,39	4,80	4,36	4,91	2,7	3,45	1,9	3,94	1,0	4,89	4,03	4,2	3,96	5,94
C_79	7,50	7,32	6,69	5,95	6,42	6,54	5,84	3,92	3,66	4,04	3,90	1,46	1,75	1,16	1,83	2,5	2,71	3,4	1,28	4,1	2,58	1,27	1,1	1,74	3,73
C_80	6,77	6,55	6,10	5,07	5,33	5,47	5,26	3,21	3,08	3,18	3,12	2,61	2,89	2,36	3,03	2,5	1,68	3,5	2,25	3,6	3,00	1,15	2,6	2,23	3,29
C_81	7,16	7,28	6,61	5,70	6,16	6,31	5,67	4,18	3,96	4,04	4,08	0,92	1,72	0,75	1,75	2,5	2,63	3,3	0,71	4,1	2,32	1,70	1,6	1,67	3,20
C_82	8,62	8,57	8,12	6,64	7,07	6,98	6,44	4,68	4,16	5,43	5,23	4,33	4,56	4,23	4,69	2,4	3,80	2,5	4,02	2,2	4,95	4,08	4,3	4,37	6,16
C_83	7,31	7,23	6,61	5,85	6,36	6,49	5,72	4,05	3,89	4,01	3,90	1,24	1,55	1,05	1,59	2,9	2,78	3,8	1,14	4,5	2,60	1,70	1,3	1,81	3,45
C_84	7,90	7,89	7,05	6,33	6,96	6,99	5,91	4,34	3,95	4,92	4,80	1,65	2,16	1,73	2,18	2,7	3,26	2,8	1,40	3,7	3,02	2,47	1,2	1,93	4,54
C_85	8,02	8,17	7,38	6,08	6,55	6,51	5,66	4,24	3,75	5,28	5,24	3,64	4,04	3,68	4,13	2,4	3,28	1,3	3,22	1,4	4,10	3,62	3,5	3,39	5,54
C_86	6,14	6,44	5,48	4,40	4,86	4,95	4,03	3,22	3,23	3,89	4,04	2,93	3,38	3,06	3,44	3,4	1,77	3,4	2,36	3,5	3,18	2,75	2,9	2,02	3,26
C_87	5,67	5,75	4,81	4,19	4,53	4,74	4,08	3,03	3,29	3,37	3,60	2,72	3,19	2,88	3,26	3,9	1,77	4,3	2,25	4,5	2,78	2,13	2,7	1,59	2,41
C_88	6,97	7,05	6,06	5,43	6,05	6,07	5,04	3,82	3,51	4,42	4,40	1,99	2,68	2,08	2,69	3,1	2,43	3,1	1,41	3,7	3,03	2,25	1,5	1,05	3,59
C_89	7,93	7,47	6,88	6,62	7,03	7,19	6,57	4,56	4,38	4,53	4,33	2,61	2,63	2,33	2,67	3,9	3,73	4,8	2,61	5,3	3,32	2,01	2,0	2,61	4,16
C_90	7,36	7,23	6,38	5,87	6,47	6,51	5,53	3,89	3,60	4,43	4,32	1,59	2,21	1,68	2,24	3,1	2,79	3,3	1,20	4,0	2,89	1,90	0,7	1,24	3,95
C_91	6,23	6,00	5,23	4,65	5,13	5,17	4,54	2,90	2,84	3,29	3,19	2,51	2,97	2,44	3,05	3,4	1,28	3,9	1,95	4,0	3,19	1,43	2,0	1,19	2,76
C_92	5,11	5,21	6,28	5,93	5,01	5,61	7,18	7,59	8,39	6,47	7,04	9,67	9,90	9,78	9,98	10,4	8,50	11,3	9,56	11,1	9,20	8,96	10,1	9,34	7,54

Продовження додатку П.3

	C_26	C_27	C_28	C_29	C_30	C_31	C_32	C_33	C_34	C_35	C_36	C_37	C_38	C_39	C_40	C_41	C_42	C_43	C_44	C_45	C_46	C_47	C_48	C_49	C_50
C_76	3,30	2,54	3,66	3,34	3,13	3,51	3,07	3,7	3,7	2,82	3,6	3,87	3,83	3,6	4,20	2,9	2,98	3,26	3,3	1,86	2,35	2,35	2,80	2,51	3,50
C_77	2,45	2,82	2,48	4,14	3,01	3,74	2,95	2,4	2,2	2,10	1,9	2,53	5,47	1,8	2,97	2,8	1,91	2,92	1,3	1,48	3,24	2,70	2,21	2,18	2,26
C_78	4,34	4,88	4,36	6,75	5,62	6,56	5,46	3,0	3,6	4,06	3,1	3,78	7,24	3,8	4,71	4,7	3,52	3,99	4,0	4,23	4,89	4,20	3,97	3,40	3,28
C_79	1,41	3,10	1,16	4,23	2,66	3,78	2,82	2,9	2,0	1,66	1,0	0,87	5,30	1,0	1,65	4,5	1,42	2,04	2,5	2,30	3,15	2,59	1,64	2,85	0,99
C_80	2,13	3,22	2,26	3,90	2,95	3,74	2,40	3,5	3,0	2,18	1,9	1,89	4,69	2,4	2,82	4,7	1,30	2,29	3,3	2,41	2,16	2,29	2,02	3,02	1,44
C_81	1,04	2,62	1,04	4,01	2,25	3,61	3,28	2,5	1,4	0,76	1,5	1,23	4,71	0,9	1,68	4,1	2,12	1,36	2,5	1,98	3,17	2,17	1,10	2,20	1,53
C_82	4,26	5,27	4,12	7,02	5,64	6,74	5,44	3,5	3,7	4,33	3,1	3,51	7,54	3,8	4,45	5,4	3,31	3,94	4,5	4,64	4,91	4,57	4,22	4,09	3,05
C_83	1,10	2,88	0,75	4,03	2,20	3,54	2,87	2,8	1,8	1,52	1,4	1,15	5,06	0,9	1,47	4,2	1,70	1,81	2,5	2,11	3,11	2,59	1,64	2,75	1,43
C_84	2,12	3,25	1,82	5,10	3,40	4,59	3,96	1,9	1,1	1,96	1,2	1,69	6,07	0,8	2,08	3,8	2,25	2,44	2,0	2,53	4,10	3,02	2,07	2,42	1,77
C_85	3,82	4,12	3,73	6,45	5,15	6,21	5,24	2,2	2,7	3,43	2,6	3,27	6,80	3,1	3,96	4,1	3,09	3,41	3,4	3,72	4,67	3,53	3,30	2,73	2,79
C_86	2,74	2,01	2,94	4,27	3,28	4,20	3,76	2,3	2,4	2,06	2,7	3,11	4,50	2,6	3,36	2,3	2,59	2,43	2,5	1,68	3,04	1,80	2,00	1,18	2,75
C_87	2,61	1,53	2,80	2,99	2,50	2,96	2,62	3,4	3,0	1,85	2,9	3,09	3,45	2,7	3,19	3,2	2,34	2,70	2,7	1,18	2,17	1,18	1,78	2,15	2,77
C_88	1,95	2,51	2,15	4,17	2,80	3,85	3,54	1,7	1,3	1,21	1,7	2,22	5,14	1,3	2,64	2,8	2,42	2,22	1,3	1,38	3,53	2,34	1,52	1,28	2,18
C_89	2,51	3,94	2,37	4,11	3,06	3,65	2,65	4,3	3,5	2,82	2,5	2,27	5,60	2,4	2,57	5,6	2,50	3,36	3,3	3,18	3,70	3,55	2,78	4,14	2,45
C_90	1,86	2,90	1,71	4,27	2,80	3,77	3,13	2,4	1,6	1,58	1,3	1,68	5,47	0,9	2,14	3,7	1,87	2,44	1,7	1,89	3,47	2,63	1,75	2,38	1,69
C_91	1,88	2,61	2,23	3,08	2,19	2,88	1,92	3,1	2,6	1,65	2,0	2,26	4,40	2,1	2,91	3,5	1,59	2,37	2,2	1,02	2,07	2,12	1,73	2,29	1,98
C_92	9,51	8,62	9,65	7,34	8,51	7,77	8,03	11,0	10,5	9,25	10,1	9,93	6,26	10,1	9,93	10,2	9,16	9,46	10,5	8,88	7,40	8,36	9,20	9,78	9,69

Продовження додатку П.3

	C_51	C_52	C_53	C_54	C_55	C_56	C_57	C_58	C_59	C_60	C_61	C_62	C_63	C_64	C_65	C_66	C_67	C_68	C_69	C_70	C_71	C_72	C_73	C_74	C_75
C_76	2,89	5,4	1,56	3,40	4,11	3,63	3,7	2,35	5,03	4,8	3,17	3,9	5,17	3,8	4,4	2,05	0,83	4,2	1,90	2,28	1,90	2,54	2,66	2,48	1,86
C_77	3,24	3,9	2,41	2,50	3,79	4,44	1,4	1,33	6,78	3,7	1,76	3,4	7,17	2,1	2,3	1,93	2,71	3,1	4,09	1,70	1,58	2,37	3,09	2,60	1,24
C_78	4,74	3,5	4,95	4,50	3,32	6,65	3,9	3,76	8,19	1,7	4,46	1,3	8,61	4,2	5,2	4,57	4,51	3,2	4,47	4,43	3,69	5,65	5,00	4,55	3,45
C_79	2,62	4,2	3,58	1,49	3,34	4,07	1,5	2,62	6,68	3,7	1,38	3,5	7,24	0,6	1,7	2,16	3,70	3,1	4,61	1,98	1,92	3,44	2,67	2,14	2,50
C_80	2,46	4,9	3,45	2,35	2,19	3,53	2,7	2,82	6,10	3,7	2,50	3,1	6,44	2,1	3,0	2,19	2,80	3,7	3,13	2,37	1,51	3,46	2,66	2,18	2,20
C_81	2,02	4,0	3,31	0,99	4,07	4,16	1,9	2,58	6,09	3,8	1,15	3,5	6,65	1,2	2,6	1,96	3,66	2,5	4,63	1,67	2,07	3,61	1,89	1,44	2,69
C_82	5,00	4,1	5,49	4,44	2,89	6,73	4,1	4,40	8,56	1,8	4,61	2,0	9,00	4,1	5,1	4,90	5,00	3,7	4,88	4,74	3,93	6,01	5,24	4,73	3,88
C_83	2,57	4,3	3,36	1,09	3,87	4,04	1,7	2,69	6,46	4,0	1,07	3,9	7,01	1,0	1,9	2,05	3,66	3,1	4,71	1,75	2,00	3,31	2,39	1,87	2,58
C_84	3,27	3,0	3,69	2,09	4,11	5,19	1,1	2,47	7,28	3,1	1,68	3,2	7,91	1,5	2,3	2,76	4,19	2,2	5,26	2,35	2,55	3,93	3,24	2,77	2,71
C_85	4,12	2,7	4,40	3,94	3,36	6,26	3,2	3,26	7,64	1,0	3,85	0,5	8,25	3,7	4,7	4,04	4,31	2,3	4,49	3,85	3,32	5,30	4,38	3,98	3,16
C_86	2,46	3,9	1,88	2,81	3,97	4,37	2,8	1,85	5,45	3,6	2,57	2,7	5,97	3,1	4,1	2,03	2,21	2,7	2,97	1,93	1,84	3,30	2,37	2,13	1,82
C_87	1,85	4,8	1,40	2,68	3,81	2,98	2,7	1,91	4,68	4,5	2,32	3,7	5,10	2,9	3,4	0,93	1,65	3,7	2,82	1,44	1,50	2,25	1,68	1,64	1,86
C_88	2,62	3,4	2,59	1,91	4,37	4,63	1,6	1,43	6,43	3,6	1,24	3,2	6,94	1,7	2,8	1,86	3,17	2,1	4,43	1,40	1,85	3,06	2,47	2,03	1,91
C_89	3,41	5,4	4,28	2,53	4,05	3,87	2,4	3,48	7,07	5,0	2,26	5,0	7,60	1,6	1,0	2,81	4,37	4,5	5,38	2,80	2,87	3,47	3,48	3,09	3,42
C_90	2,89	3,7	3,16	1,86	3,88	4,45	0,9	2,01	6,82	3,6	1,20	3,5	7,33	1,1	1,6	2,05	3,55	2,8	4,78	1,76	1,97	3,08	2,81	2,33	2,19
C_91	2,43	4,8	2,24	2,01	3,37	3,39	2,2	1,68	5,94	4,2	1,65	3,6	6,19	1,9	2,5	1,14	1,90	3,5	3,14	1,24	0,52	2,03	2,27	1,73	1,07
C_92	8,41	12,2	8,53	9,61	9,03	6,89	10,2	9,63	6,50	11,4	9,76	10,4	5,41	10,0	10,1	8,51	7,85	11,1	7,39	9,07	8,85	8,54	8,27	8,61	9,21

Продовження додатку П.3

	C_76	C_77	C_78	C_79	C_80	C_81	C_82	C_83	C_84	C_85	C_86	C_87	C_88	C_89	C_90	C_91	C_92
C_76	0,00	2,76	4,3	3,71	2,91	3,46	4,9	3,60	4,0	4,0	1,60	1,48	3,0	4,60	3,5	2,06	8,0
C_77	2,76	0,00	3,9	2,02	2,67	2,30	4,1	1,95	1,8	3,4	2,29	2,25	1,4	2,90	1,3	1,47	9,8
C_78	4,32	3,89	0,0	4,04	3,42	4,18	1,4	4,45	3,8	1,1	3,40	4,40	3,8	5,37	4,1	3,97	10,8
C_79	3,71	2,02	4,0	0,00	1,88	1,25	3,9	0,85	1,5	3,5	3,09	2,77	1,9	1,60	1,1	1,87	9,8
C_80	2,91	2,67	3,4	1,88	0,00	2,30	3,4	2,36	3,0	3,2	2,75	2,36	2,8	2,76	2,5	1,66	8,7
C_81	3,46	2,30	4,2	1,25	2,30	0,00	4,3	1,08	1,6	3,5	2,62	2,49	1,5	2,48	1,4	2,03	9,7
C_82	4,86	4,15	1,4	3,91	3,41	4,26	0,0	4,30	3,8	1,8	3,99	4,83	4,3	5,20	4,2	4,22	11,0
C_83	3,60	1,95	4,4	0,85	2,36	1,08	4,3	0,00	1,4	3,8	2,96	2,69	1,8	1,95	1,1	1,93	9,8
C_84	4,05	1,84	3,8	1,48	2,96	1,59	3,8	1,45	0,0	3,1	2,99	3,22	1,5	2,70	0,9	2,55	10,7
C_85	4,03	3,37	1,1	3,51	3,22	3,53	1,8	3,83	3,1	0,0	2,82	3,88	3,2	4,94	3,5	3,62	10,7
C_86	1,60	2,29	3,4	3,09	2,75	2,62	4,0	2,96	3,0	2,8	0,00	1,62	2,0	4,37	2,8	2,11	9,0
C_87	1,48	2,25	4,4	2,77	2,36	2,49	4,8	2,69	3,2	3,9	1,62	0,00	2,3	3,57	2,6	1,54	8,1
C_88	2,95	1,44	3,8	1,95	2,77	1,47	4,3	1,80	1,5	3,2	2,02	2,25	0,0	3,08	1,2	1,79	10,0
C_89	4,60	2,90	5,4	1,60	2,76	2,48	5,2	1,95	2,7	4,9	4,37	3,57	3,1	0,00	2,1	2,65	9,9
C_90	3,54	1,31	4,1	1,07	2,51	1,39	4,2	1,10	0,9	3,5	2,80	2,61	1,2	2,08	0,0	1,83	10,1
C_91	2,06	1,47	4,0	1,87	1,66	2,03	4,2	1,93	2,5	3,6	2,11	1,54	1,8	2,65	1,8	0,00	8,8
C_92	8,02	9,83	10,8	9,81	8,70	9,68	11,0	9,80	10,7	10,7	9,01	8,08	10,0	9,88	10,1	8,84	0,0

Таблиця елементів матриці критеріїв, що впливають на латентний показник пріоритетності малих готелів м. Одеси з урахуванням вагових коефіцієнтів та перетворенням ознак-симптомів дестимуляторів в стимулятори для розрахунку модифікованої таксономії за Янковим О.Г. [248, с. 59]

№ з/п	Назва готелю	Середня ціна номерного фонду підприємства, грн.	Категорія, зірки	Вік готелю (кількість років функціонування) дестимулятор	Кількість номерів	Середня ціна 1 кв. метру нерухомості у районі, usd	Найвні додаткові послуги	Середня площа номеру, м2	Сприйняття готелю споживачем
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-	-	$f_1 = 0,1$	$f_2 = 0,1$	$f_3 = 0,05$	$f_4 = 0,05$	$f_5 = 0,2$	$f_6 = 0,2$	$f_7 = 0,1$	$f_8 = 0,2$
1	Відрада	286,35	0,5	3,33	1,3	332,46	19,67676	3,04	2
2	Палас Дель Мар	234,57	0,5	3,33	1,75	420	19,8342	2,6	2
3	Аркадія-Плаза	187,4	0,4	2,22	1,2	420	17,59476	2,88	2
4	Континенталь	193,84	0,4	3,33	1,6	290,6	17,2282	2,75	1,8
5	Лондон	196	0,4	4,00	1,85	290,6	17,0502	3,58	2
6	Модарт	215,98	0,4	3,33	2	290,6	17,4162	2,8	2
7	Фраполлі	126,7	0,4	2,22	1,3	290,6	17,10876	2,715	1,6
8	Лермонтовський	62,6	0,3	3,33	1,65	332,46	13,8922	2,3	1,2
9	Маріон	47	0,3	3,33	1,6	320	11,8922	1,7	1,2
10	Промінада	108	0,3	20,00	1,5	320	15,77076	2,627	1,4
11	Чорне море (філія Відрада)	73	0,3	20,00	1,6	332,46	16,078	2,156	1,4
12	5 Start	94	0	10,00	0,2	290,6	10,8	2	0,4
13	BlackSea Backpackers' International	12,5	0	20,00	0,15	290,6	11,486	2,6	0,4
14	Mini-hotel	56	0	20,00	0,25	290,6	10,436	2	0,6
15	The Babushka Grand	11,6	0	20,00	0,05	290,6	11,486	2,6	0,4
16	Авготурист	54	0	20,00	1,2	208	8,044762	1,4	0,6
17	Айвазовський	95,5	0	5,00	1,35	290,6	13,08476	1,844	1,4
18	Альянс	35	0	4,00	1	189,34	4,826	1,3	0,6
19	Анабель	88	0	6,67	0,35	290,6	10,8	1,9	0,6
20	Астро	33	0	3,33	1,65	189,34	5,0042	1,06	1
21	Атріум	35	0	10,00	0,25	290,6	9,812	3,7	0,6
22	Барселона	43	0	10,00	0,9	340	10,446	2,3	1
23	Білий Кролик	22	0	5,00	0,25	340	10,098	1,8	0,6

Продовження додатку П.4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24	Бригантина	68	0	4,00	0,45	332,46	10,732	2,01	1
25	Будинок актору	127	0	20,00	0,45	320	15,606	3	1,8
26	Валенсія	51	0	20,00	0,4	290,6	12,436	1,7	1
27	Версаль	72	0	4,00	0,2	290,6	12,732	3,625	1
28	Вікторія	50	0	20,00	0,4	290,6	12,436	1,85	0,6
29	Вілла Венеція	177,5	0	10,00	0,5	420	16,102	2,45	1,8
30	Вілла Елена	130	0	20,00	0,25	340	15,606	1,85	1,2
31	Вілла Неапіль	185	0	10,00	0,4	420	16,102	2,03	1,4
32	Вілла Панама	87	0	10,00	1,2	420	15,16676	2,04	1,2
33	Галіан	24	0	3,33	0,3	208	9,886	1,34	0,8
34	Гельман	60	0	5,00	0,15	238,34	10,342	1,45	0,6
35	Гостьовий двір	97	0	6,67	0,3	290,6	10,8	2	1
36	Де Рішельє	34	0	6,67	0,8	290,6	9,812	1,4	0,6
37	Дерibas	42,5	0	20,00	0,7	290,6	10,436	1,5	0,6
38	Джоконда	220	0	20,00	0,45	332,46	15,912	4,336	1,8
39	Ерідан	47	0	6,67	0,3	290,6	10,446	1,56	0,6
40	Ентонис Хоум	11	0	20,00	0,2	290,6	11,486	2,5	0,4
41	Загублений світ	85	0	2,00	0,15	238,34	14,874	1,78	1,2
42	Закарпатська колиба	42	0	6,67	1,25	320	12,44476	1,96	0,6
43	Золоте Руно	60	0	20,00	0,5	238,34	12,046	2,04	1
44	Золотий берег	20	0	2,86	0,2	320	10,276	1,5	1
45	Золотий шар	100	0	4,00	0,5	320	13,086	1,94	1,2
46	Капрі	144	0	10,00	1,45	340	15,61476	2,33	1,2
47	Катерина	92	0	5,00	0,65	290,6	11,086	3,33	1
48	Катеринські апартаменти	59	0	6,67	0,4	290,6	10,446	2,5	1
49	Капран	75	0	3,33	0,35	238,34	10,52	2	1,2
50	Клеопатра	40	0	10,00	1	290,6	10,446	1,7	0,6
51	Клумба	83,5	0	10,00	0,4	290,6	10,8	3,38	1,2
52	Ковбой	30	0	2,50	0,15	189,34	5,004	1,4	0,2
53	Колумбус	72	0	2,86	0,45	320	14,91	3	1,4
54	Комфортотель	51	0	20,00	0,25	290,6	12,436	1,7	1
55	Кооператор	43	0	6,67	2,5	320	10,452	2,3	0,4
56	Корона	88	0	20,00	0,9	420	15,158	4,111	1,4
57	Креветка	34	0	4,00	0,4	332,46	10,098	1,8	0,4

Продовження додатку П.4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
58	Криштальний дім	46	0	2,86	0,55	320	10,91	1,95	1,2
59	Ла Перла Рояль	174	0	10,00	0,25	290,6	15,734	6,38	1,8
60	Лузанівка	12	0	3,33	1,4	189,34	6,686762	1,4	0,2
61	Львівський	35	0	6,67	0,1	320	11,812	1,8	1
62	Малбу	47	0	3,33	1,5	189,34	7,636762	2	0,6
63	Марістела-клуб	320	0	10,00	0,75	320	18,134	5,18	2
64	Міраж	35	0	10,00	0,4	332,46	9,812	1,425	0,8
65	Морехідний	37	0	6,67	0,4	420	10,814	1,45	0,4
66	Наутилус	79	0	5,00	0,5	340	12,732	2,6	1,2
67	Немо	106	0	3,33	1,35	332,46	15,26276	2,445	1,6
68	Оазис	37	0	4,00	0,15	189,34	7,46	1,6	0,8
69	Одеський дворик	85,5	0	4,00	2,15	290,6	15,092	3,153	1,8
70	Одисей	54	0	5,00	0,3	320	12,732	2,3	1,2
71	Океаніс	54	0	5,00	1	320	12,732	2	1,2
72	Олімп Клуб	83,3	0	3,33	0,6	420	15,632	2,09	1,4
73	Опера	117	0	10,00	0,25	290,6	12,8	3	1,2
74	Ореанда	93	0	10,00	0,4	290,6	12,8	2,5	1,2
75	Особняк	57,5	0	3,33	1,1	320	12,90876	1,6	1,2
76	Паладіум	101,8	0	3,33	1,15	290,6	15,26276	2,64	1,6
77	Пальма	45	0	3,33	0,6	332,46	12,91	1,4	0,8
78	Прибій	33,5	0	3,33	2	189,34	7,0042	1,2	0,8
79	Приморський	40	0	10,00	0,6	332,46	10,446	1,6	0,6
80	Принцес	67	0	10,00	1,5	320	10,44476	2,1	1
81	Ре-ка	77	0	10,00	0,2	290,6	10,446	1,8	0,8
82	Сан Марін	10	0	5,00	2,2	189,34	8,516	1	0,4
83	Санрайз	47	0	10,00	0,3	320	12,446	1,6	0,6
84	Сфера	32	0	5,00	0,2	290,6	10,098	1,2	0,4
85	Тукан	36	0	3,33	1,5	189,34	7,636762	1,6	0,6
86	Уліс	83,4	0	3,33	0,8	238,34	12,874	2,44	1,2
87	Уютний	109	0	4,00	0,75	320	13,086	2,9	1,2
88	Фіеста	65	0	4,00	0,15	290,6	10,732	1,5	1
89	Чкаловський	30	0	20,00	0,45	420	10,17	1,6	0,6
90	Шаланда	50	0	5,00	0,3	332,46	10,732	1,4	0,6
91	Єлки-Палки	71	0	5,00	0,9	340	12,732	1,8	1,2



Додаток П.5

Таблиця елементів матриці стандартизованих даних критеріїв, що впливають на латентний показник пріоритетності малих готелів м. Одеси для розрахунку модифікованої таксономії за Янковим О.Г. [248, с. 59]

№ з/п	Назва готелю	Середня ціна номерного фонду підприємства, грн.	Категорія, зірки	Вік готелю (кількість років функціонування)	Кількість номерів	Середня ціна 1 квадратного метра нерухомості у районі, usd	Навані додаткові послуги	Середня площа номеру, м <sup>2</sup>	Сприйняття готелю споживачем
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Відрода	3,386478	3,55823	-0,80755	0,87587	0,513716	2,368683	0,938721	2,018337
2	Палас Дель Мар	2,536585	3,55823	-0,80755	1,628585	2,015027	2,418754	0,437054	2,018337
3	Аркадія-Плаза	1,762357	2,772337	-0,98799	0,7086	2,015027	1,706534	0,756297	2,018337
4	Континенталь	1,68061	2,772337	-0,80755	1,37768	-0,20418	1,589954	0,608077	1,599002
5	Лондон	1,903514	2,772337	-0,69929	1,795855	-0,20418	1,533344	1,554403	2,018337
6	Моцарт	2,231457	2,772337	-0,80755	2,046759	-0,20418	1,649745	0,665084	2,018337
7	Фраполлі	0,766055	2,772337	-0,98799	0,87587	-0,20418	1,551969	0,568171	1,179667
8	Лермонтовський	-0,28605	1,98885	-0,80755	1,461315	0,513716	0,528988	0,095008	0,340997
9	Маріон	-0,54211	1,98885	-0,80755	1,37768	0,300027	-0,10708	-0,58908	0,340997
10	Промінада	0,459121	1,98885	1,899062	1,21041	0,300027	1,126437	0,467838	0,760332
11	Чорне море (філія Відрода)	-0,11535	1,98885	1,899062	1,37768	0,513716	1,22415	-0,06917	0,760332
12	5 Start	0,229332	-0,36161	0,275094	-0,9641	-0,20418	-0,45444	-0,24704	-1,33634
13	BlackSea Backpackers' International	-1,10837	-0,36161	1,899062	-1,04773	-0,20418	-0,23627	0,437054	-1,33634
14	Mini-hotel	-0,39438	-0,36161	1,899062	-0,88047	-0,20418	-0,57021	-0,24704	-0,91701
15	The Babushka Grand	-1,12315	-0,36161	1,899062	-1,215	-0,20418	-0,23627	0,437054	-1,33634
16	Автотурист	-0,42721	-0,36161	1,899062	0,7086	-1,62077	-1,3307	-0,93113	-0,91701
17	Айвазовський	0,253952	-0,36161	-0,53689	0,959505	-0,20418	0,272195	-0,4249	0,760332
18	Альянс	-0,73907	-0,36161	-0,69929	0,37406	-1,94079	-2,35438	-1,04514	-0,91701
19	Анабель	0,13085	-0,36161	-0,26623	-0,7132	-0,20418	-0,45444	-0,36105	-0,91701
20	Астро	-0,7719	-0,36161	-0,80755	1,461315	-1,94079	-2,29771	-1,31878	-0,07834
21	Атриум	-0,73907	-0,36161	0,275094	-0,88047	-0,20418	-0,76866	1,691221	-0,91701
22	Барселона	-0,60776	-0,36161	0,275094	0,20679	0,643027	-0,56702	0,095008	-0,07834
23	Білий Кролик	-0,95244	-0,36161	-0,53689	-0,88047	0,643027	-0,6777	-0,47507	-0,91701
24	Бригантина	-0,19742	-0,36161	-0,69929	-0,54593	0,513716	-0,47607	-0,23564	-0,07834
25	Будинок актору	0,770979	-0,36161	1,899062	-0,54593	0,300027	1,074037	0,893115	1,599002

Продовження додатку П.5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26	Валенсія	-0,47645	-0,36161	1,899062	-0,62956	-0,20418	0,065865	-0,58908	-0,07834
27	Версаль	-0,13177	-0,36161	-0,69929	-0,9641	-0,20418	0,160004	1,60571	-0,07834
28	Вікторія	-0,49286	-0,36161	1,899062	-0,62956	-0,20418	0,065865	-0,41806	-0,91701
29	Вілла Венеція	1,599863	-0,36161	0,275094	-0,46229	2,015027	1,231783	0,266031	1,599002
30	Вілла Елена	0,820219	-0,36161	1,899062	-0,88047	0,643027	1,074037	-0,41806	0,340997
31	Вілла Неапль	1,722965	-0,36161	0,275094	-0,62956	2,015027	1,231783	-0,21283	0,760332
32	Вілла Панама	0,114437	-0,36161	0,275094	0,7086	2,015027	0,934344	-0,20143	0,340997
33	Галіан	-0,91962	-0,36161	-0,80755	-0,79683	-1,62077	-0,74512	-0,99954	-0,49767
34	Гетьман	-0,32873	-0,36161	-0,53689	-1,04773	-1,10044	-0,6001	-0,87412	-0,91701
35	Гостовий двір	0,278572	-0,36161	-0,26623	-0,79683	-0,20418	-0,45444	-0,24704	-0,07834
36	Де Рішельє	-0,75548	-0,36161	-0,26623	0,03952	-0,20418	-0,76866	-0,93113	-0,91701
37	Дерibas	-0,61597	-0,36161	1,899062	-0,12775	-0,20418	-0,57021	-0,81711	-0,91701
38	Джоконда	2,297439	-0,36161	1,899062	-0,54593	0,513716	1,171356	2,416358	1,599002
39	Ердан	-0,54211	-0,36161	-0,26623	-0,79683	-0,20418	-0,56702	-0,7487	-0,91701
40	Ентонис Хоум	-1,13299	-0,36161	1,899062	-0,9641	-0,20418	-0,23627	0,323039	-1,33634
41	Загублений світ	0,08161	-0,36161	-1,02408	-1,04773	-1,10044	0,841235	-0,49787	0,340997
42	Закарпатська колиба	-0,62417	-0,36161	-0,26623	0,792235	0,300027	0,068652	-0,29264	-0,91701
43	Золоте Руно	-0,32873	-0,36161	1,899062	-0,46229	-1,10044	-0,05817	-0,20143	-0,07834
44	Золотий берег	-0,98527	-0,36161	-0,88488	-0,9641	0,300027	-0,62109	-0,81711	-0,07834
45	Золотий шар	0,327813	-0,36161	-0,69929	-0,46229	0,300027	0,272588	-0,31545	0,340997
46	Капрі	1,050009	-0,36161	0,275094	1,126775	0,643027	1,076824	0,129213	0,340997
47	Катерина	0,196504	-0,36161	-0,53689	-0,21139	-0,20418	-0,36348	1,269365	-0,07834
48	Катеринські апартаменти	-0,34514	-0,36161	-0,26623	-0,62956	-0,20418	-0,56702	0,323039	-0,07834
49	Кагран	-0,08253	-0,36161	-0,80755	-0,7132	-1,10044	-0,54349	-0,24704	0,340997
50	Клеопатра	-0,657	-0,36161	0,275094	0,37406	-0,20418	-0,56702	-0,58908	-0,91701
51	Клумба	0,056989	-0,36161	0,275094	-0,62956	-0,20418	-0,45444	1,326372	0,340997
52	Ковбой	-0,82114	-0,36161	-0,94288	-1,04773	-1,94079	-2,29777	-0,93113	-1,75568
53	Колумбус	-0,13177	-0,36161	-0,88488	-0,54593	0,300027	0,852685	0,893115	0,760332
54	Комфортель	-0,47645	-0,36161	1,899062	-0,88047	-0,20418	0,065865	-0,58908	-0,07834
55	Кооператор	-0,60776	-0,36161	-0,26623	2,883109	0,300027	-0,56512	0,095008	-1,33634
56	Корона	0,13085	-0,36161	1,899062	0,20679	2,015027	0,931557	2,159823	0,760332
57	Креветка	-0,75548	-0,36161	-0,69929	-0,62956	0,513716	-0,6777	-0,47507	-1,33634
58	Криштальний дім	-0,55852	-0,36161	-0,88488	-0,37866	0,300027	-0,41946	-0,30404	0,340997

Продовження додатку П.5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
59	Ла Перла Рояль	1,542416	-0,36161	0,275094	-0,88047	-0,20418	1,114746	4,746828	1,599002
60	Лузанівка	-1,11658	-0,36161	-0,80755	1,04314	-1,94079	-1,76259	-0,93113	-1,75568
61	Львівський	-0,73907	-0,36161	-0,26623	-1,13137	0,300027	-0,13259	-0,47507	-0,07834
62	Малібу	-0,54211	-0,36161	-0,80755	1,21041	-1,94079	-1,46046	-0,24704	-0,91701
63	Марістела-клуб	3,938794	-0,36161	0,275094	-0,04412	0,300027	1,87803	3,378646	2,018337
64	Міраж	-0,73907	-0,36161	0,275094	-0,62956	0,513716	-0,76866	-0,90262	-0,49767
65	Морехідний	-0,70624	-0,36161	-0,26623	-0,62956	2,015027	-0,44999	-0,87412	-1,33634
66	Науглус	-0,01687	-0,36161	-0,53689	-0,46229	0,643027	0,160004	0,437054	0,340997
67	Немо	0,426294	-0,36161	-0,80755	0,959505	0,513716	0,964875	0,26033	1,179667
68	Оазис	-0,70624	-0,36161	-0,69929	-1,04773	-1,94079	-1,51668	-0,7031	-0,49767
69	Одеський дворик	0,089816	-0,36161	-0,69929	2,297664	-0,20418	0,910567	1,067558	1,599002
70	Одисей	-0,42721	-0,36161	-0,53689	-0,79683	0,300027	0,160004	0,095008	0,340997
71	Океаніс	-0,42721	-0,36161	-0,53689	0,37406	0,300027	0,160004	-0,24704	0,340997
72	Олімп Клуб	0,053707	-0,36161	-0,80755	-0,29502	2,015027	1,082306	-0,14442	0,760332
73	Опера	0,606843	-0,36161	0,275094	-0,88047	-0,20418	0,18163	0,893115	0,340997
74	Ореанда	0,212918	-0,36161	0,275094	-0,62956	-0,20418	0,18163	0,323039	0,340997
75	Особняк	-0,36976	-0,36161	-0,80755	0,54133	0,300027	0,21622	-0,7031	0,340997
76	Палладіум	0,357357	-0,36161	-0,80755	0,624965	-0,20418	0,964875	0,48266	1,179667
77	Пальма	-0,57493	-0,36161	-0,80755	-0,29502	0,513716	0,216614	-0,93113	-0,49767
78	Прибій	-0,76369	-0,36161	-0,80755	2,046759	-1,94079	-1,66164	-1,15916	-0,49767
79	Приморський	-0,657	-0,36161	0,275094	-0,29502	0,513716	-0,56702	-0,7031	-0,91701
80	Принцес	-0,21383	-0,36161	0,275094	1,21041	0,300027	-0,56742	-0,13302	-0,07834
81	Ре-ка	-0,0497	-0,36161	0,275094	-0,9641	-0,20418	-0,56702	-0,47507	-0,49767
82	Сан Марін	-1,14941	-0,36161	-0,53689	2,381299	-1,94079	-1,18083	-1,38719	-1,33634
83	Санрайз	-0,54211	-0,36161	0,275094	-0,79683	0,300027	0,069046	-0,7031	-0,91701
84	Сфера	-0,78831	-0,36161	-0,53689	-0,9641	-0,20418	-0,6777	-1,15916	-1,33634
85	Тукан	-0,72265	-0,36161	-0,80755	1,21041	-1,94079	-1,46046	-0,7031	-0,91701
86	Уліс	0,055348	-0,36161	-0,80755	0,03952	-1,10044	0,205165	0,25463	0,340997
87	Уютний	0,475535	-0,36161	-0,69929	-0,04412	0,300027	0,272588	0,7791	0,340997
88	Фієста	-0,24666	-0,36161	-0,69929	-1,04773	-0,20418	-0,47607	-0,81711	-0,07834
89	Чкаловський	-0,82114	-0,36161	1,899062	-0,54593	2,015027	-0,6548	-0,7031	-0,91701
90	Шаланда	-0,49286	-0,36161	-0,53689	-0,79683	0,513716	-0,47607	-0,93113	-0,91701
91	Єлки-Палки	-0,14818	-0,36161	-0,53689	0,20679	0,643027	0,160004	-0,47507	0,340997

Додаток П.6

Матриця Евклідових відстаней критеріїв, що впливають на латентний показник пріоритетності малих готелів м. Одеси для розрахунку модифікованої таксономії за Янковим О.Г. [248, с. 59]

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_10	C_11	C_12	C_13	C_14	C_15	C_16	C_17	C_18	C_19	C_20	C_21	C_22	C_23	C_24	...	C_92	
C_1	0,00	1,95	2,46	2,14	2,29	2,10	3,09	4,82	5,43	4,68	5,12	7,14	8,09	7,70	8,14	8,22	5,80	8,57	6,90	8,38	7,49	6,83	7,57	6,64	...	11,88	
C_2	1,95	0,00	1,64	2,63	2,83	2,54	3,28	4,38	5,02	4,52	4,73	7,31	8,15	7,78	8,21	8,37	5,74	8,77	7,02	8,47	7,67	6,61	7,40	6,56	...	12,08	
C_3	2,46	1,64	0,00	2,37	2,62	2,64	2,59	3,51	4,15	3,98	4,20	6,20	7,04	6,71	7,09	7,54	4,72	7,76	5,87	7,56	6,38	5,40	6,13	5,26	...	10,90	
C_4	2,14	2,63	2,37	0,00	1,12	0,87	1,30	2,96	3,55	3,34	3,70	5,72	6,62	6,25	6,69	6,49	4,02	6,73	5,38	6,44	6,00	5,19	6,03	5,11	...	10,25	
C_5	2,29	2,83	2,62	1,12	0,00	0,99	1,97	3,46	4,14	3,60	4,06	6,30	7,03	6,73	7,10	6,94	4,51	7,23	5,97	6,89	6,23	5,59	6,60	5,65	...	10,89	
C_6	2,10	2,54	2,64	0,87	0,99	0,00	2,07	3,49	4,06	3,73	4,09	6,37	7,26	6,85	7,34	6,93	4,43	7,21	6,02	6,79	6,63	5,73	6,68	5,72	...	10,86	
C_7	3,09	3,28	2,59	1,30	1,97	2,07	0,00	2,14	2,77	3,13	3,34	5,11	5,91	5,67	5,97	6,05	3,62	6,14	4,75	5,96	5,27	4,56	5,22	4,44	...	9,45	
C_8	4,82	4,38	3,51	2,96	3,46	3,49	2,14	0,00	1,00	2,94	2,84	4,15	4,88	4,67	4,97	4,91	2,68	4,91	3,74	4,69	4,33	3,13	3,86	3,30	...	8,36	
C_9	5,43	5,02	4,15	3,55	4,14	4,06	2,77	1,00	0,00	3,34	3,13	4,01	4,82	4,49	4,90	4,49	2,65	4,29	3,56	4,01	4,39	3,01	3,59	3,14	...	7,81	
C_10	4,68	4,52	3,98	3,34	3,60	3,73	3,13	2,94	3,34	0,00	0,84	4,54	4,43	4,13	4,52	4,59	3,65	6,05	4,50	5,92	4,70	3,76	4,99	4,43	...	9,72	
C_11	5,12	4,73	4,20	3,70	4,06	4,09	3,34	2,84	3,13	0,84	0,00	4,64	4,44	4,16	4,53	4,55	3,65	6,02	4,57	5,83	4,90	3,71	4,89	4,43	...	9,58	
C_12	7,14	7,31	6,20	5,72	6,30	6,37	5,11	4,15	4,01	4,54	4,64	0,00	2,22	1,80	2,25	3,05	3,05	3,33	0,74	4,15	2,23	2,12	1,75	1,85	...	5,76	
C_13	8,09	8,15	7,04	6,62	7,03	7,26	5,91	4,88	4,82	4,43	4,44	2,22	0,00	1,14	0,17	2,97	4,15	4,33	2,68	5,07	2,20	2,64	2,81	3,23	...	6,58	
C_14	7,70	7,78	6,71	6,25	6,73	6,85	5,67	4,67	4,49	4,13	4,16	1,80	1,14	0,00	1,18	2,36	3,65	3,91	2,24	4,56	2,56	2,32	2,65	2,85	...	6,51	
C_15	8,14	8,21	7,09	6,69	7,10	7,34	5,97	4,97	4,90	4,52	4,53	2,25	0,17	1,18	0,00	3,07	4,24	4,39	2,72	5,15	2,22	2,73	2,83	3,27	...	6,54	
C_16	8,22	8,37	7,54	6,49	6,94	6,93	6,05	4,91	4,49	4,59	4,55	3,05	2,97	2,36	3,07	0,00	3,76	2,85	3,18	3,15	3,80	3,22	3,81	3,85	...	6,39	
C_17	5,80	5,74	4,72	4,02	4,51	4,43	3,62	2,68	2,65	3,65	3,65	3,05	4,15	3,65	4,24	3,76	0,00	3,80	2,50	3,54	3,66	2,09	3,05	2,08	...	7,07	
C_18	8,57	8,77	7,76	6,73	7,23	7,21	6,14	4,91	4,29	6,05	6,02	3,33	4,33	3,91	4,39	2,85	3,80	0,00	3,04	1,41	3,94	3,59	3,38	3,47	...	4,55	
C_19	6,90	7,02	5,87	5,38	5,97	6,02	4,75	3,74	3,56	4,50	4,57	0,74	2,68	2,24	2,72	3,18	2,50	3,04	0,00	3,72	2,32	1,82	1,43	1,25	...	5,61	
C_20	8,38	8,47	7,56	6,44	6,89	6,79	5,96	4,69	4,01	5,92	5,83	4,15	5,07	4,56	5,15	3,15	3,54	1,41	3,72	0,00	4,67	3,80	4,04	3,86	...	5,46	
C_21	7,49	7,67	6,38	6,00	6,23	6,63	5,27	4,33	4,39	4,70	4,90	2,23	2,20	2,56	2,22	3,80	3,66	3,94	2,32	4,67	0,00	2,28	2,47	2,52	...	6,42	
C_22	6,83	6,61	5,40	5,19	5,59	5,73	4,56	3,13	3,01	3,76	3,71	2,12	2,64	2,32	2,73	3,22	2,09	3,59	1,82	3,80	2,28	0,00	1,73	1,35	...	6,62	
C_23	7,57	7,40	6,13	6,03	6,60	6,68	5,22	3,86	3,59	4,99	4,89	1,75	2,81	2,65	2,83	3,81	3,05	3,38	1,43	4,04	2,47	1,73	0,00	1,24	...	5,37	
C_24	6,64	6,56	5,26	5,11	5,65	5,72	4,44	3,30	3,14	4,43	4,43	1,85	3,23	2,85	3,27	3,85	2,08	3,47	1,25	3,86	2,52	1,35	1,24	0,00	...	6,00	
C_25	5,78	5,97	4,92	4,76	4,94	5,18	4,58	4,53	4,84	3,10	3,42	3,95	3,82	3,47	3,85	4,71	3,44	6,06	3,95	6,15	3,96	3,37	4,52	3,77	...	8,95	
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
C_92	11,88	12,08	10,90	10,25	10,89	10,86	9,45	8,36	7,81	9,72	9,58	5,76	6,58	6,51	6,54	6,39	7,07	4,55	5,61	5,46	6,42	6,62	5,37	6,00	...	0,00	

Таблиця елементів матриці стандартизованих даних критеріїв, що впливають на латентний показник пріоритетності малих готелів м. Одеси для розрахунку класичної таксономії за В. Плюгою [204, с. 89]

№ з/п	Назва готелю	Середня ціна номерного фонду підприємства, грн.	Категорія, зірки	Вік готелю (кількість років функціонування)	Кількість номерів	Середня ціна 1 квадратного метра нерухомості у районі, usd	Навані додаткові послуги	Середня площа номеру, м <sup>2</sup>	Сприйняття готелю споживачем
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
1	Відрода	3,386478	3,55823	0,993299	0,87587	0,513716	2,37	0,938721	2,018337
2	Палас Дель Мар	2,536585	3,55823	0,993299	1,628585	2,015027	2,42	0,437054	2,018337
3	Аркадія-Плаза	1,762357	2,772337	2,342406	0,7086	2,015027	1,71	0,756297	2,018337
4	Континенталь	1,868061	2,772337	0,993299	1,37768	-0,20418	1,59	0,608077	1,599002
5	Лондон	1,903514	2,772337	0,543596	1,795855	-0,20418	1,53	1,554403	2,018337
6	Моцарт	2,231457	2,772337	0,993299	2,046759	-0,20418	1,65	0,665084	2,018337
7	Фраполлі	0,766055	2,772337	2,342406	0,87587	-0,20418	1,55	0,568171	1,179667
8	Лермонтовський	-0,28605	1,98885	0,993299	1,461315	0,513716	0,53	0,095008	0,340997
9	Маріон	-0,54211	1,98885	0,993299	1,37768	0,300027	-0,11	-0,58908	0,340997
10	Промінада	0,459121	1,98885	-1,25521	1,21041	0,300027	1,13	0,467838	0,760332
11	Чорне море (філія Відрода)	-0,11535	1,98885	-1,25521	1,37768	0,513716	1,22	-0,06917	0,760332
12	5 Start	0,229332	-0,36161	-0,80551	-0,9641	-0,20418	-0,45	-0,24704	-1,33634
13	BlackSea Backpackers' International	-1,10837	-0,36161	-1,25521	-1,04773	-0,20418	-0,24	0,437054	-1,33634
14	Mini-hotel	-0,39438	-0,36161	-1,25521	-0,88047	-0,20418	-0,57	-0,24704	-0,91701
15	The Babushka Grand	-1,12315	-0,36161	-1,25521	-1,215	-0,20418	-0,24	0,437054	-1,33634
16	Автоурист	-0,42721	-0,36161	-1,25521	0,7086	-1,62077	-1,33	-0,93113	-0,91701
17	Айвазовський	0,253952	-0,36161	0,093894	0,959505	-0,20418	0,27	-0,4249	0,760332
18	Альянс	-0,73907	-0,36161	0,543596	0,37406	-1,94079	-2,35	-1,04514	-0,91701
19	Анабель	0,13085	-0,36161	-0,35581	-0,7132	-0,20418	-0,45	-0,36105	-0,91701
20	Астро	-0,7719	-0,36161	0,993299	1,461315	-1,94079	-2,30	-1,31878	-0,07834
21	Атриум	-0,73907	-0,36161	-0,80551	-0,88047	-0,20418	-0,77	1,691221	-0,91701
22	Барселона	-0,60776	-0,36161	-0,80551	0,20679	0,643027	-0,57	0,095008	-0,07834
23	Білий Кролик	-0,95244	-0,36161	0,093894	-0,88047	0,643027	-0,68	-0,47507	-0,91701
24	Бригантина	-0,19742	-0,36161	0,543596	-0,54593	0,513716	-0,48	-0,23564	-0,07834
25	Будинок актору	0,770979	-0,36161	-1,25521	-0,54593	0,300027	1,07	0,893115	1,599002

Продовження додатку Р.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26	Валенсія	-0,47645	-0,36161	-1,25521	-0,62956	-0,20418	0,07	-0,58908	-0,07834
27	Версаль	-0,13177	-0,36161	0,543596	-0,9641	-0,20418	0,16	1,60571	-0,07834
28	Вікторія	-0,49286	-0,36161	-1,25521	-0,62956	-0,20418	0,07	-0,41806	-0,91701
29	Вілла Венеція	1,599863	-0,36161	-0,80551	-0,46229	2,015027	1,23	0,266031	1,599002
30	Вілла Елена	0,820219	-0,36161	-1,25521	-0,88047	0,643027	1,07	-0,41806	0,340997
31	Вілла Неапль	1,722965	-0,36161	-0,80551	-0,62956	2,015027	1,23	-0,21283	0,760332
32	Вілла Панама	0,114437	-0,36161	-0,80551	0,7086	2,015027	0,93	-0,20143	0,340997
33	Галіан	-0,91962	-0,36161	0,993299	-0,79683	-1,62077	-0,75	-0,99954	-0,49767
34	Гетьман	-0,32873	-0,36161	0,093894	-1,04773	-1,10044	-0,60	-0,87412	-0,91701
35	Гостовий двір	0,278572	-0,36161	-0,35581	-0,79683	-0,20418	-0,45	-0,24704	-0,07834
36	Де Рішельє	-0,75548	-0,36161	-0,35581	0,03952	-0,20418	-0,77	-0,93113	-0,91701
37	Дерibas	-0,61597	-0,36161	-1,25521	-0,12775	-0,20418	-0,57	-0,81711	-0,91701
38	Джоконда	2,297439	-0,36161	-1,25521	-0,54593	0,513716	1,17	2,416358	1,599002
39	Ердан	-0,54211	-0,36161	-0,35581	-0,79683	-0,20418	-0,57	-0,7487	-0,91701
40	Ентонис Хоум	-1,13299	-0,36161	-1,25521	-0,9641	-0,20418	-0,24	0,323039	-1,33634
41	Загублений світ	0,08161	-0,36161	2,792108	-1,04773	-1,10044	0,84	-0,49787	0,340997
42	Закарпатська колиба	-0,62417	-0,36161	-0,35581	0,792235	0,300027	0,07	-0,29264	-0,91701
43	Золоте Руно	-0,32873	-0,36161	-1,25521	-0,46229	-1,10044	-0,06	-0,20143	-0,07834
44	Золотий берег	-0,98527	-0,36161	1,443001	-0,9641	0,300027	-0,62	-0,81711	-0,07834
45	Золотий шар	0,327813	-0,36161	0,543596	-0,46229	0,300027	0,27	-0,31545	0,340997
46	Капрі	1,050009	-0,36161	-0,80551	1,126775	0,643027	1,08	0,129213	0,340997
47	Катерина	0,196504	-0,36161	0,093894	-0,21139	-0,20418	-0,36	1,269365	-0,07834
48	Катеринінські апартаменти	-0,34514	-0,36161	-0,35581	-0,62956	-0,20418	-0,57	0,323039	-0,07834
49	Кагран	-0,08253	-0,36161	0,993299	-0,7132	-1,10044	-0,54	-0,24704	0,340997
50	Клеопатра	-0,657	-0,36161	-0,80551	0,37406	-0,20418	-0,57	-0,58908	-0,91701
51	Клумба	0,056989	-0,36161	-0,80551	-0,62956	-0,20418	-0,45	1,326372	0,340997
52	Ковбой	-0,82114	-0,36161	1,892703	-1,04773	-1,94079	-2,30	-0,93113	-1,75568
53	Колумбус	-0,13177	-0,36161	1,443001	-0,54593	0,300027	0,85	0,893115	0,760332
54	Комфортель	-0,47645	-0,36161	-1,25521	-0,88047	-0,20418	0,07	-0,58908	-0,07834
55	Кооператор	-0,60776	-0,36161	-0,35581	2,883109	0,300027	-0,57	0,095008	-1,33634
56	Корона	0,13085	-0,36161	-1,25521	0,20679	2,015027	0,93	2,159823	0,760332
57	Креветка	-0,75548	-0,36161	0,543596	-0,62956	0,513716	-0,68	-0,47507	-1,33634
58	Криштальний дім	-0,55852	-0,36161	1,443001	-0,37866	0,300027	-0,42	-0,30404	0,340997

Продовження додатку Р.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
59	Ла Перла Рояль	1,542416	-0,36161	-0,80551	-0,88047	-0,20418	1,11	4,746828	1,599002
60	Лузанівка	-1,11658	-0,36161	0,993299	1,04314	-1,94079	-1,76	-0,93113	-1,75568
61	Львівський	-0,73907	-0,36161	-0,35581	-1,13137	0,300027	-0,13	-0,47507	-0,07834
62	Малібу	-0,54211	-0,36161	0,993299	1,21041	-1,94079	-1,46	-0,24704	-0,91701
63	Марістела-клуб	3,938794	-0,36161	-0,80551	-0,04412	0,300027	1,88	3,378646	2,018337
64	Міраж	-0,73907	-0,36161	-0,80551	-0,62956	0,513716	-0,77	-0,90262	-0,49767
65	Морехідний	-0,70624	-0,36161	-0,35581	-0,62956	2,015027	-0,45	-0,87412	-1,33634
66	Науглус	-0,01687	-0,36161	0,093894	-0,46229	0,643027	0,16	0,437054	0,340997
67	Немо	0,426294	-0,36161	0,993299	0,959505	0,513716	0,96	0,26033	1,179667
68	Оазис	-0,70624	-0,36161	0,543596	-1,04773	-1,94079	-1,52	-0,7031	-0,49767
69	Одеський дворик	0,089816	-0,36161	0,543596	2,297664	-0,20418	0,91	1,067558	1,599002
70	Одисей	-0,42721	-0,36161	0,093894	-0,79683	0,300027	0,16	0,095008	0,340997
71	Океаніс	-0,42721	-0,36161	0,093894	0,37406	0,300027	0,16	-0,24704	0,340997
72	Олімп Клуб	0,053707	-0,36161	0,993299	-0,29502	2,015027	1,08	-0,14442	0,760332
73	Опера	0,606843	-0,36161	-0,80551	-0,88047	-0,20418	0,18	0,893115	0,340997
74	Ореанда	0,212918	-0,36161	-0,80551	-0,62956	-0,20418	0,18	0,323039	0,340997
75	Особняк	-0,36976	-0,36161	0,993299	0,54133	0,300027	0,22	-0,7031	0,340997
76	Палладіум	0,357357	-0,36161	0,993299	0,624965	-0,20418	0,96	0,48266	1,179667
77	Пальма	-0,57493	-0,36161	0,993299	-0,29502	0,513716	0,22	-0,93113	-0,49767
78	Прибій	-0,76369	-0,36161	0,993299	2,046759	-1,94079	-1,66	-1,15916	-0,49767
79	Приморський	-0,657	-0,36161	-0,80551	-0,29502	0,513716	-0,57	-0,7031	-0,91701
80	Принцес	-0,21383	-0,36161	-0,80551	1,21041	0,300027	-0,57	-0,13302	-0,07834
81	Ре-ка	-0,0497	-0,36161	-0,80551	-0,9641	-0,20418	-0,57	-0,47507	-0,49767
82	Сан Марін	-1,14941	-0,36161	0,093894	2,381299	-1,94079	-1,18	-1,38719	-1,33634
83	Санрайз	-0,54211	-0,36161	-0,80551	-0,79683	0,300027	0,07	-0,7031	-0,91701
84	Сфера	-0,78831	-0,36161	0,093894	-0,9641	-0,20418	-0,68	-1,15916	-1,33634
85	Тукан	-0,72265	-0,36161	0,993299	1,21041	-1,94079	-1,46	-0,7031	-0,91701
86	Уліс	0,055348	-0,36161	0,993299	0,03952	-1,10044	0,21	0,25463	0,340997
87	Уютний	0,475535	-0,36161	0,543596	-0,04412	0,300027	0,27	0,7791	0,340997
88	Фієста	-0,24666	-0,36161	0,543596	-1,04773	-0,20418	-0,48	-0,81711	-0,07834
89	Чкаловський	-0,82114	-0,36161	-1,25521	-0,54593	2,015027	-0,65	-0,7031	-0,91701
90	Шаланда	-0,49286	-0,36161	0,093894	-0,79683	0,513716	-0,48	-0,93113	-0,91701
91	Єлки-Палки	-0,14818	-0,36161	0,093894	0,20679	0,643027	0,16	-0,47507	0,340997

Таблиця елементів матриці стандартизованих даних критеріїв, що впливають на латентний показник пріоритетності малих готелів м. Одеси з урахуванням вагових коефіцієнтів для розрахунку класичної таксономії за В. Плютою [204, с. 89]

№ з/п	Назва готелю	Середня ціна номерного фонду підприємства, грн.	Категорія, зірки	Вік готелю (кількість років функціонування) дестимулятор	Кількість номерів	Середня ціна 1 кв. метру нерухомості у районі, usd	Наявні додаткові послуги	Середня площа номеру, м <sup>2</sup>	Сприйнятті готелю споживачем
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-	-	$f_1 = 0,1$	$f_2 = 0,1$	$f_3 = 0,05$	$f_4 = 0,05$	$f_5 = 0,2$	$f_6 = 0,2$	$f_7 = 0,1$	$f_8 = 0,2$
1	Відрада	0,338648	0,35582	0,049665	0,043793	0,102743	0,473737	0,093872	0,403667
2	Палас Дель Мар	0,253658	0,35582	0,049665	0,081429	0,403005	0,483751	0,043705	0,403667
3	Аркадія-Плаза	0,176236	0,277234	0,11712	0,03543	0,403005	0,341307	0,07563	0,403667
4	Континенталь	0,186806	0,277234	0,049665	0,068884	-0,04084	0,317991	0,060808	0,3198
5	Лондон	0,190351	0,277234	0,02718	0,089793	-0,04084	0,306669	0,15544	0,403667
6	Моцарт	0,223146	0,277234	0,049665	0,102338	-0,04084	0,329949	0,066508	0,403667
7	Фраполлі	0,076605	0,277234	0,11712	0,043793	-0,04084	0,310394	0,056817	0,235933
8	Лермонтовський	-0,02861	0,198885	0,049665	0,073066	0,102743	0,105798	0,009501	0,068199
9	Маріон	-0,05421	0,198885	0,049665	0,068884	0,060005	-0,02142	-0,05891	0,068199
10	Промінада	0,045912	0,198885	-0,06276	0,06052	0,060005	0,225287	0,046784	0,152066
11	Чорне море (філія Відрада)	-0,01154	0,198885	-0,06276	0,068884	0,102743	0,24483	-0,00692	0,152066
12	5 Start	0,022933	-0,03616	-0,04028	-0,0482	-0,04084	-0,09089	-0,0247	-0,26727
13	BlackSea Backpackers' International	-0,11084	-0,03616	-0,06276	-0,05239	-0,04084	-0,04725	0,043705	-0,26727
14	Mini-hotel	-0,03944	-0,03616	-0,06276	-0,04402	-0,04084	-0,11404	-0,0247	-0,1834
15	The Babushka Grand	-0,11231	-0,03616	-0,06276	-0,06075	-0,04084	-0,04725	0,043705	-0,26727
16	Автогуріст	-0,04272	-0,03616	-0,06276	0,03543	-0,32415	-0,26614	-0,09311	-0,1834
17	Айвазовський	0,025395	-0,03616	0,004695	0,047975	-0,04084	0,054439	-0,04249	0,152066
18	Альянс	-0,07391	-0,03616	0,02718	0,018703	-0,38816	-0,47088	-0,10451	-0,1834
19	Анабель	0,013085	-0,03616	-0,01779	-0,03566	-0,04084	-0,09089	-0,03611	-0,1834
20	Астро	-0,07719	-0,03616	0,049665	0,073066	-0,38816	-0,45954	-0,13188	-0,01567
21	Атріум	-0,07391	-0,03616	-0,04028	-0,04402	-0,04084	-0,15373	0,169122	-0,1834
22	Барселона	-0,06078	-0,03616	-0,04028	0,010339	0,128605	-0,1134	0,009501	-0,01567
23	Білий Кролик	-0,09524	-0,03616	0,004695	-0,04402	0,128605	-0,13554	-0,04751	-0,1834



Продовження додатку Р.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24	Бригантина	-0,01974	-0,03616	0,02718	-0,0273	0,102743	-0,09521	-0,02356	-0,01567
25	Будинок актору	0,077098	-0,03616	-0,06276	-0,0273	0,060005	0,214807	0,089311	0,3198
26	Валенсія	-0,04765	-0,03616	-0,06276	-0,03148	-0,04084	0,013173	-0,05891	-0,01567
27	Версаль	-0,01318	-0,03616	0,02718	-0,0482	-0,04084	0,032001	0,160571	-0,01567
28	Вікторія	-0,04929	-0,03616	-0,06276	-0,03148	-0,04084	0,013173	-0,04181	-0,1834
29	Вілла Венеція	0,159986	-0,03616	-0,04028	-0,02311	0,403005	0,246357	0,026603	0,3198
30	Вілла Елена	0,082022	-0,03616	-0,06276	-0,04402	0,128605	0,214807	-0,04181	0,068199
31	Вілла Неапіль	0,172296	-0,03616	-0,04028	-0,03148	0,403005	0,246357	-0,02128	0,152066
32	Вілла Панама	0,011444	-0,03616	-0,04028	0,03543	0,403005	0,186869	-0,02014	0,068199
33	Галіан	-0,09196	-0,03616	0,049665	-0,03984	-0,32415	-0,14902	-0,09995	-0,09953
34	Гельман	-0,03287	-0,03616	0,004695	-0,05239	-0,22009	-0,12002	-0,08741	-0,1834
35	Гостювий двір	0,027857	-0,03616	-0,01779	-0,03984	-0,04084	-0,09089	-0,0247	-0,01567
36	Де Рішельє	-0,07555	-0,03616	-0,01779	0,001976	-0,04084	-0,15373	-0,09311	-0,1834
37	Дерibas	-0,0616	-0,03616	-0,06276	-0,00639	-0,04084	-0,11404	-0,08171	-0,1834
38	Джоконда	0,229744	-0,03616	-0,06276	-0,0273	0,102743	0,234271	0,241636	0,3198
39	Ерідан	-0,05421	-0,03616	-0,01779	-0,03984	-0,04084	-0,1134	-0,07487	-0,1834
40	Ентонис Хоум	-0,1133	-0,03616	-0,06276	-0,0482	-0,04084	-0,04725	0,032304	-0,26727
41	Загублений світ	0,008161	-0,03616	0,139605	-0,05239	-0,22009	0,168247	-0,04979	0,068199
42	Закарпатська колиба	-0,06242	-0,03616	-0,01779	0,039612	0,060005	0,01373	-0,02926	-0,1834
43	Золоте Руно	-0,03287	-0,03616	-0,06276	-0,02311	-0,22009	-0,01163	-0,02014	-0,01567
44	Золотий берег	-0,09853	-0,03616	0,07215	-0,0482	0,060005	-0,12422	-0,08171	-0,01567
45	Золотий шар	0,032781	-0,03616	0,02718	-0,02311	0,060005	0,054518	-0,03154	0,068199
46	Капрі	0,105001	-0,03616	-0,04028	0,056339	0,128605	0,215365	0,012921	0,068199
47	Катерина	0,01965	-0,03616	0,004695	-0,01057	-0,04084	-0,0727	0,126936	-0,01567
48	Катеринські апартаменти	-0,03451	-0,03616	-0,01779	-0,03148	-0,04084	-0,1134	0,032304	-0,01567
49	Кагран	-0,00825	-0,03616	0,049665	-0,03566	-0,22009	-0,1087	-0,0247	0,068199
50	Клеопатра	-0,0657	-0,03616	-0,04028	0,018703	-0,04084	-0,1134	-0,05891	-0,1834
51	Клумба	0,005699	-0,03616	-0,04028	-0,03148	-0,04084	-0,09089	0,132637	0,068199
52	Ковбой	-0,08211	-0,03616	0,094635	-0,05239	-0,38816	-0,45955	-0,09311	-0,35114
53	Колумбус	-0,01318	-0,03616	0,07215	-0,0273	0,060005	0,170537	0,089311	0,152066
54	Комфортель	-0,04765	-0,03616	-0,06276	-0,04402	-0,04084	0,013173	-0,05891	-0,01567
55	Кооператор	-0,06078	-0,03616	-0,01779	0,144155	0,060005	-0,11302	0,009501	-0,26727
56	Корона	0,013085	-0,03616	-0,06276	0,010339	0,403005	0,186311	0,215982	0,152066
57	Креветка	-0,07555	-0,03616	0,02718	-0,03148	0,102743	-0,13554	-0,04751	-0,26727

Продовження додатку Р.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
58	Кришталний дім	-0,05585	-0,03616	0,07215	-0,01893	0,060005	-0,08389	-0,0304	0,068199
59	Ла Перла Рояль	0,154242	-0,03616	-0,04028	-0,04402	-0,04084	0,222949	0,474683	0,3198
60	Лузанівка	-0,11166	-0,03616	0,049665	0,052157	-0,38816	-0,35252	-0,09311	-0,35114
61	Львівський	-0,07391	-0,03616	-0,01779	-0,05657	0,060005	-0,02652	-0,04751	-0,01567
62	Малбу	-0,05421	-0,03616	0,049665	0,06052	-0,38816	-0,29209	-0,0247	-0,1834
63	Марістела-клуб	0,393879	-0,03616	-0,04028	-0,00221	0,060005	0,375606	0,337865	0,403667
64	Міраж	-0,07391	-0,03616	-0,04028	-0,03148	0,102743	-0,15373	-0,09026	-0,09953
65	Морехідний	-0,07062	-0,03616	-0,01779	-0,03148	0,403005	-0,09	-0,08741	-0,26727
66	Наутілус	-0,00169	-0,03616	0,004695	-0,02311	0,128605	0,032001	0,043705	0,068199
67	Немо	0,042629	-0,03616	0,049665	0,047975	0,102743	0,192975	0,026033	0,235933
68	Оазис	-0,07062	-0,03616	0,02718	-0,05239	-0,38816	-0,30334	-0,07031	-0,09953
69	Одеський дворик	0,008982	-0,03616	0,02718	0,114883	-0,04084	0,182113	0,106756	0,3198
70	Одисей	-0,04272	-0,03616	0,004695	-0,03984	0,060005	0,032001	0,009501	0,068199
71	Океаніс	-0,04272	-0,03616	0,004695	0,018703	0,060005	0,032001	-0,0247	0,068199
72	Олімп Клуб	0,005371	-0,03616	0,049665	-0,01475	0,403005	0,216461	-0,01444	0,152066
73	Опера	0,060684	-0,03616	-0,04028	-0,04402	-0,04084	0,036326	0,089311	0,068199
74	Ореанда	0,021292	-0,03616	-0,04028	-0,03148	-0,04084	0,036326	0,032304	0,068199
75	Особняк	-0,03698	-0,03616	0,049665	0,027066	0,060005	0,043244	-0,07031	0,068199
76	Палладум	0,035736	-0,03616	0,049665	0,031248	-0,04084	0,192975	0,048266	0,235933
77	Пальма	-0,05749	-0,03616	0,049665	-0,01475	0,102743	0,043323	-0,09311	-0,09953
78	Прибій	-0,07637	-0,03616	0,049665	0,102338	-0,38816	-0,33233	-0,11592	-0,09953
79	Приморський	-0,0657	-0,03616	-0,04028	-0,01475	0,102743	-0,1134	-0,07031	-0,1834
80	Принцес	-0,02138	-0,03616	-0,04028	0,06052	0,060005	-0,11348	-0,0133	-0,01567
81	Ре-ка	-0,00497	-0,03616	-0,04028	-0,0482	-0,04084	-0,1134	-0,04751	-0,09953
82	Сан Марін	-0,11494	-0,03616	0,004695	0,119065	-0,38816	-0,23617	-0,13872	-0,26727
83	Санрайз	-0,05421	-0,03616	-0,04028	-0,03984	0,060005	0,013809	-0,07031	-0,1834
84	Сфера	-0,07883	-0,03616	0,004695	-0,0482	-0,04084	-0,13554	-0,11592	-0,26727
85	Тукан	-0,07227	-0,03616	0,049665	0,06052	-0,38816	-0,29209	-0,07031	-0,1834
86	Уліс	0,005535	-0,03616	0,049665	0,001976	-0,22009	0,041033	0,025463	0,068199
87	Уютний	0,047553	-0,03616	0,02718	-0,00221	0,060005	0,054518	0,07791	0,068199
88	Фіеста	-0,02467	-0,03616	0,02718	-0,05239	-0,04084	-0,09521	-0,08171	-0,01567
89	Чкаловський	-0,08211	-0,03616	-0,06276	-0,0273	0,403005	-0,13096	-0,07031	-0,1834
90	Шаланда	-0,04929	-0,03616	0,004695	-0,03984	0,102743	-0,09521	-0,09311	-0,1834
91	Єлки-Палки	-0,01482	-0,03616	0,004695	0,010339	0,128605	0,032001	-0,04751	0,068199

Матриця Евклідових відстаней критеріїв, що впливають на лагеттний показник пріоритетності малих готелів м. Одеси  
для розрахунку класичної таксономії за В. Плутою [204, с. 89]

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_10	C_11	C_12	C_13	C_14	C_15	C_16	C_17	C_18	C_19	C_20	C_21	C_22	C_23	C_24	...	C_92	
C_1	0,00	0,32	0,38	0,29	0,29	0,25	0,40	0,64	0,75	0,50	0,54	1,04	1,06	1,02	1,06	1,19	0,73	1,36	0,99	1,29	1,05	0,92	1,04	0,89	...	0,51	
C_2	0,32	0,00	0,20	0,49	0,50	0,48	0,55	0,67	0,78	0,57	0,57	1,10	1,12	1,08	1,12	1,31	0,81	1,47	1,05	1,41	1,12	0,94	1,05	0,92	...	0,47	
C_3	0,38	0,20	0,00	0,46	0,46	0,46	0,49	0,56	0,67	0,50	0,49	1,00	1,01	0,97	1,01	1,20	0,70	1,35	0,94	1,29	0,99	0,80	0,92	0,78	...	0,53	
C_4	0,29	0,49	0,46	0,00	0,13	0,10	0,16	0,43	0,52	0,29	0,34	0,82	0,83	0,79	0,83	0,93	0,48	1,09	0,76	1,02	0,82	0,71	0,83	0,68	...	0,69	
C_5	0,29	0,50	0,46	0,13	0,00	0,10	0,25	0,50	0,59	0,36	0,41	0,89	0,90	0,86	0,90	0,99	0,54	1,14	0,83	1,07	0,86	0,76	0,90	0,74	...	0,62	
C_6	0,25	0,48	0,46	0,10	0,10	0,00	0,24	0,51	0,59	0,37	0,41	0,90	0,92	0,87	0,92	1,00	0,54	1,15	0,84	1,07	0,90	0,77	0,91	0,75	...	0,66	
C_7	0,40	0,55	0,49	0,16	0,25	0,24	0,00	0,34	0,44	0,25	0,29	0,75	0,75	0,72	0,75	0,87	0,44	1,03	0,69	0,97	0,75	0,65	0,75	0,61	...	0,76	
C_8	0,64	0,67	0,56	0,43	0,50	0,51	0,34	0,00	0,15	0,21	0,20	0,50	0,50	0,46	0,50	0,68	0,31	0,84	0,45	0,80	0,51	0,35	0,45	0,34	...	0,88	
C_9	0,75	0,78	0,67	0,52	0,59	0,59	0,44	0,15	0,00	0,32	0,31	0,46	0,47	0,41	0,47	0,58	0,30	0,73	0,39	0,68	0,47	0,30	0,39	0,29	...	1,01	
C_10	0,50	0,57	0,50	0,29	0,36	0,37	0,25	0,21	0,32	0,00	0,09	0,60	0,59	0,56	0,60	0,76	0,33	0,95	0,55	0,90	0,60	0,47	0,59	0,46	...	0,76	
C_11	0,54	0,57	0,49	0,34	0,41	0,41	0,29	0,20	0,31	0,09	0,00	0,62	0,60	0,58	0,61	0,79	0,35	0,97	0,56	0,92	0,63	0,47	0,58	0,47	...	0,80	
C_12	1,04	1,10	1,00	0,82	0,89	0,90	0,75	0,50	0,46	0,60	0,62	0,00	0,16	0,11	0,16	0,37	0,46	0,54	0,09	0,60	0,24	0,32	0,23	0,30	...	1,25	
C_13	1,06	1,12	1,01	0,83	0,90	0,92	0,75	0,50	0,47	0,59	0,60	0,16	0,00	0,15	0,01	0,41	0,48	0,59	0,18	0,64	0,19	0,32	0,24	0,33	...	1,25	
C_14	1,02	1,08	0,97	0,79	0,86	0,87	0,72	0,46	0,41	0,56	0,58	0,11	0,15	0,00	0,15	0,34	0,40	0,52	0,07	0,55	0,20	0,25	0,19	0,24	...	1,23	
C_15	1,06	1,12	1,01	0,83	0,90	0,92	0,75	0,50	0,47	0,60	0,61	0,16	0,01	0,15	0,00	0,41	0,48	0,59	0,18	0,65	0,19	0,33	0,24	0,33	...	1,25	
C_16	1,19	1,31	1,20	0,93	0,99	1,00	0,87	0,68	0,58	0,76	0,79	0,37	0,41	0,34	0,41	0,00	0,55	0,24	0,35	0,29	0,41	0,52	0,49	0,51	...	1,45	
C_17	0,73	0,81	0,70	0,48	0,54	0,54	0,44	0,31	0,30	0,33	0,35	0,46	0,48	0,40	0,48	0,55	0,00	0,72	0,38	0,66	0,47	0,31	0,45	0,28	...	1,01	
C_18	1,36	1,47	1,35	1,09	1,14	1,15	1,03	0,84	0,73	0,95	0,97	0,54	0,59	0,52	0,59	0,24	0,72	0,00	0,53	0,18	0,55	0,66	0,62	0,65	...	1,62	
C_19	0,99	1,05	0,94	0,76	0,83	0,84	0,69	0,45	0,39	0,55	0,56	0,09	0,18	0,07	0,18	0,35	0,38	0,53	0,00	0,56	0,23	0,26	0,21	0,23	...	1,21	
C_20	1,29	1,41	1,29	1,02	1,07	1,07	0,97	0,80	0,68	0,90	0,92	0,60	0,64	0,55	0,65	0,29	0,66	0,18	0,56	0,00	0,60	0,65	0,65	0,63	...	1,57	
C_21	1,05	1,12	0,99	0,82	0,86	0,90	0,75	0,51	0,47	0,60	0,63	0,24	0,19	0,20	0,19	0,41	0,47	0,55	0,23	0,60	0,00	0,30	0,28	0,31	...	1,20	
C_22	0,92	0,94	0,80	0,71	0,76	0,77	0,65	0,35	0,30	0,47	0,47	0,32	0,32	0,25	0,33	0,52	0,31	0,66	0,26	0,65	0,30	0,00	0,20	0,10	...	1,10	
C_23	1,04	1,05	0,92	0,83	0,90	0,91	0,75	0,45	0,39	0,59	0,58	0,23	0,24	0,19	0,24	0,49	0,45	0,62	0,21	0,65	0,28	0,20	0,00	0,19	...	1,23	
C_24	0,89	0,92	0,78	0,68	0,74	0,75	0,61	0,34	0,29	0,46	0,47	0,30	0,33	0,24	0,33	0,51	0,28	0,65	0,23	0,63	0,31	0,10	0,19	0,00	...	1,10	
C_25	0,56	0,64	0,53	0,39	0,40	0,42	0,40	0,42	0,49	0,31	0,34	0,68	0,68	0,63	0,68	0,83	0,31	1,00	0,62	0,93	0,66	0,50	0,66	0,49	...	0,79	
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
C_92	0,51	0,47	0,53	0,69	0,62	0,66	0,76	0,88	1,01	0,76	0,80	1,25	1,25	1,23	1,25	1,45	1,01	1,62	1,21	1,57	1,20	1,10	1,23	1,10	...	0,00	

Таблиця елементів матриці критеріїв, що впливають на латентний показник пріоритетності малих готелів м. Одеси з перетворенням ознак-симптомів дестимуляторів в стимуляторів в стимулятори для розрахунку модифікованої таксономії за В. Плютою

№ з/п	Назва готелю	Середня ціна номерного фонду підприємства, грн.	Категорія, зірки	Вік готелю (кількість років функціонування) дестимулятор	Кількість номерів	Середня ціна 1 кв. метру нерухомості у районі, usd	Нові додаткові послуги	Середня площа номеру, м2	Сприйняття готелю споживачем
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Відрода	0,338648	0,35582	0,950335	0,043793	0,102743	0,473737	0,093872	0,403667
2	Палас Дель Мар	0,253658	0,35582	0,950335	0,081429	0,403005	0,483751	0,043705	0,403667
3	Аркадія-Плаза	0,176236	0,277234	0,88288	0,03543	0,403005	0,341307	0,07563	0,403667
4	Континенталь	0,186806	0,277234	0,950335	0,068884	-0,04084	0,317991	0,060808	0,3198
5	Лондон	0,190351	0,277234	0,97282	0,089793	-0,04084	0,306669	0,15544	0,403667
6	Моцарт	0,223146	0,277234	0,950335	0,102338	-0,04084	0,329949	0,066508	0,403667
7	Фраполлі	0,076605	0,277234	0,88288	0,043793	-0,04084	0,310394	0,056817	0,235933
8	Лермонтовський	-0,02861	0,198885	0,950335	0,073066	0,102743	0,105798	0,009501	0,068199
9	Маріон	-0,05421	0,198885	0,950335	0,068884	0,060005	-0,02142	-0,05891	0,068199
10	Промінада	0,045912	0,198885	1,062761	0,06052	0,060005	0,225287	0,046784	0,152066
11	Чорне море (філія Відрода)	-0,01154	0,198885	1,062761	0,068884	0,102743	0,24483	-0,00692	0,152066
12	5 Start	0,022933	-0,03616	1,040276	-0,0482	-0,04084	-0,09089	-0,0247	-0,26727
13	BlackSea Backpackers' International	-0,11084	-0,03616	1,062761	-0,05239	-0,04084	-0,04725	0,043705	-0,26727
14	Mini-hotel	-0,03944	-0,03616	1,062761	-0,04402	-0,04084	-0,11404	-0,0247	-0,1834
15	The Babushka Grand	-0,11231	-0,03616	1,062761	-0,06075	-0,04084	-0,04725	0,043705	-0,26727
16	Автогурист	-0,04272	-0,03616	1,062761	0,03543	-0,32415	-0,26614	-0,09311	-0,1834
17	Айвазовський	0,025395	-0,03616	0,995305	0,047975	-0,04084	0,054439	-0,04249	0,152066
18	Альянс	-0,07391	-0,03616	0,97282	0,018703	-0,38816	-0,47088	-0,10451	-0,1834
19	Анабель	0,013085	-0,03616	1,01779	-0,03566	-0,04084	-0,09089	-0,03611	-0,1834
20	Астро	-0,07719	-0,03616	0,950335	0,073066	-0,38816	-0,45954	-0,13188	-0,01567
21	Атріум	-0,07391	-0,03616	1,040276	-0,04402	-0,04084	-0,15373	0,169122	-0,1834
22	Барселона	-0,06078	-0,03616	1,040276	0,010339	0,128605	-0,11134	0,009501	-0,01567
23	Білий Кролик	-0,09524	-0,03616	0,995305	-0,04402	0,128605	-0,13554	-0,04751	-0,1834

Продовження додатку Р.4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24	Бригантина	-0,01974	-0,03616	0,97282	-0,0273	0,102743	-0,09521	-0,02356	-0,01567
25	Будинок актору	0,077098	-0,03616	1,062761	-0,0273	0,060005	0,214807	0,089311	0,3198
26	Валенсія	-0,04765	-0,03616	1,062761	-0,03148	-0,04084	0,013173	-0,05891	-0,01567
27	Версаль	-0,01318	-0,03616	0,97282	-0,0482	-0,04084	0,032001	0,160571	-0,01567
28	Вікторія	-0,04929	-0,03616	1,062761	-0,03148	-0,04084	0,013173	-0,04181	-0,1834
29	Вілла Венеція	0,159986	-0,03616	1,040276	-0,02311	0,403005	0,246357	0,026603	0,3198
30	Вілла Елена	0,082022	-0,03616	1,062761	-0,04402	0,128605	0,214807	-0,04181	0,068199
31	Вілла Неапіль	0,172296	-0,03616	1,040276	-0,03148	0,403005	0,246357	-0,02128	0,152066
32	Вілла Панама	0,011444	-0,03616	1,040276	0,03543	0,403005	0,186869	-0,02014	0,068199
33	Галіан	-0,09196	-0,03616	0,950335	-0,03984	-0,32415	-0,14902	-0,09995	-0,09953
34	Гельман	-0,03287	-0,03616	0,995305	-0,05239	-0,22009	-0,12002	-0,08741	-0,1834
35	Гостовий двір	0,027857	-0,03616	1,01779	-0,03984	-0,04084	-0,09089	-0,0247	-0,01567
36	Де Рішельє	-0,07555	-0,03616	1,01779	0,001976	-0,04084	-0,15373	-0,09311	-0,1834
37	Дерibas	-0,0616	-0,03616	1,062761	-0,00639	-0,04084	-0,11404	-0,08171	-0,1834
38	Джоконда	0,229744	-0,03616	1,062761	-0,0273	0,102743	0,234271	0,241636	0,3198
39	Ерідан	-0,05421	-0,03616	1,01779	-0,03984	-0,04084	-0,1134	-0,07487	-0,1834
40	Ентонис Хоум	-0,1133	-0,03616	1,062761	-0,0482	-0,04084	-0,04725	0,032304	-0,26727
41	Загублений світ	0,008161	-0,03616	0,860395	-0,05239	-0,22009	0,168247	-0,04979	0,068199
42	Закарпатська колиба	-0,06242	-0,03616	1,01779	0,039612	0,060005	0,01373	-0,02926	-0,1834
43	Золоте Руно	-0,03287	-0,03616	1,062761	-0,02311	-0,22009	-0,01163	-0,02014	-0,01567
44	Золотий берег	-0,09853	-0,03616	0,92785	-0,0482	0,060005	-0,12422	-0,08171	-0,01567
45	Золотий шар	0,032781	-0,03616	0,97282	-0,02311	0,060005	0,054518	-0,03154	0,068199
46	Капрі	0,105001	-0,03616	1,040276	0,056339	0,128605	0,215365	0,012921	0,068199
47	Катерина	0,01965	-0,03616	0,995305	-0,01057	-0,04084	-0,0727	0,126936	-0,01567
48	Катеринські апартаменти	-0,03451	-0,03616	1,01779	-0,03148	-0,04084	-0,1134	0,032304	-0,01567
49	Кагран	-0,00825	-0,03616	0,950335	-0,03566	-0,22009	-0,1087	-0,0247	0,068199
50	Клеопатра	-0,0657	-0,03616	1,040276	0,018703	-0,04084	-0,1134	-0,05891	-0,1834
51	Клумба	0,005699	-0,03616	1,040276	-0,03148	-0,04084	-0,09089	0,132637	0,068199
52	Ковбой	-0,08211	-0,03616	0,905365	-0,05239	-0,38816	-0,45955	-0,09311	-0,35114
53	Колумбус	-0,01318	-0,03616	0,92785	-0,0273	0,060005	0,170537	0,089311	0,152066
54	Комфортель	-0,04765	-0,03616	1,062761	-0,04402	-0,04084	0,013173	-0,05891	-0,01567
55	Кооператор	-0,06078	-0,03616	1,01779	0,144155	0,060005	-0,11302	0,009501	-0,26727
56	Корона	0,013085	-0,03616	1,062761	0,010339	0,403005	0,186311	0,215982	0,152066
57	Креветка	-0,07555	-0,03616	0,97282	-0,03148	0,102743	-0,13554	-0,04751	-0,26727

Продовження додатку Р.4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
58	Криштальний дім	-0,05585	-0,03616	0,92785	-0,01893	0,060005	-0,08389	-0,0304	0,068199
59	Ла Перла Рояль	0,154242	-0,03616	1,040276	-0,04402	-0,04084	0,222949	0,474683	0,3198
60	Лузанівка	-0,11166	-0,03616	0,950335	0,052157	-0,38816	-0,35252	-0,09311	-0,35114
61	Львівський	-0,07391	-0,03616	1,01779	-0,05057	0,060005	-0,02652	-0,04751	-0,01567
62	Малібу	-0,05421	-0,03616	0,950335	0,06052	-0,38816	-0,29209	-0,0247	-0,1834
63	Марістела-клуб	0,393879	-0,03616	1,040276	-0,00221	0,060005	0,375606	0,337865	0,403667
64	Міраж	-0,07391	-0,03616	1,040276	-0,03148	0,102743	-0,15373	-0,09026	-0,09953
65	Морехідний	-0,07062	-0,03616	1,01779	-0,03148	0,403005	-0,09	-0,08741	-0,26727
66	Науглус	-0,00169	-0,03616	0,995305	-0,02311	0,128605	0,032001	0,043705	0,068199
67	Немо	0,042629	-0,03616	0,950335	0,047975	0,102743	0,192975	0,026033	0,235933
68	Оазис	-0,07062	-0,03616	0,97282	-0,05239	-0,38816	-0,30334	-0,07031	-0,09953
69	Одеський двірник	0,008982	-0,03616	0,97282	0,114883	-0,04084	0,182113	0,106756	0,3198
70	Одисей	-0,04272	-0,03616	0,995305	-0,03984	0,060005	0,032001	0,009501	0,068199
71	Океаніс	-0,04272	-0,03616	0,995305	0,018703	0,060005	0,032001	-0,0247	0,068199
72	Олімп Клуб	0,005371	-0,03616	0,950335	-0,01475	0,403005	0,216461	-0,01444	0,152066
73	Опера	0,060684	-0,03616	1,040276	-0,04402	-0,04084	0,036326	0,089311	0,068199
74	Ореанда	0,021292	-0,03616	1,040276	-0,03148	-0,04084	0,036326	0,032304	0,068199
75	Особняк	-0,03698	-0,03616	0,950335	0,027066	0,060005	0,043244	-0,07031	0,068199
76	Палладіум	0,035736	-0,03616	0,950335	0,031248	-0,04084	0,192975	0,048266	0,235933
77	Пальма	-0,05749	-0,03616	0,950335	-0,01475	0,102743	0,043323	-0,09311	-0,09953
78	Прибій	-0,07637	-0,03616	0,950335	0,102338	-0,38816	-0,33233	-0,11592	-0,09953
79	Приморський	-0,0657	-0,03616	1,040276	-0,01475	0,102743	-0,1134	-0,07031	-0,1834
80	Принцес	-0,02138	-0,03616	1,040276	0,06052	0,060005	-0,11348	-0,0133	-0,01567
81	Ре-ка	-0,00497	-0,03616	1,040276	-0,0482	-0,04084	-0,1134	-0,04751	-0,09953
82	Сан Марін	-0,11494	-0,03616	0,995305	0,119065	-0,38816	-0,23617	-0,13872	-0,26727
83	Сапрайз	-0,05421	-0,03616	1,040276	-0,03984	0,060005	0,013809	-0,07031	-0,1834
84	Сфера	-0,07883	-0,03616	0,995305	-0,0482	-0,04084	-0,13554	-0,11592	-0,26727
85	Тукан	-0,07227	-0,03616	0,950335	0,06052	-0,38816	-0,29209	-0,07031	-0,1834
86	Уліс	0,005535	-0,03616	0,950335	0,001976	-0,22009	0,041033	0,025463	0,068199
87	Уютний	0,047553	-0,03616	0,97282	-0,00221	0,060005	0,054518	0,07791	0,068199
88	Фіеста	-0,02467	-0,03616	0,97282	-0,05239	-0,04084	-0,09521	-0,08171	-0,01567
89	Чкаловський	-0,08211	-0,03616	1,062761	-0,0273	0,403005	-0,13096	-0,07031	-0,1834
90	Шаланда	-0,04929	-0,03616	0,995305	-0,03984	0,102743	-0,09521	-0,09311	-0,1834
91	Їлки-Палки	-0,01482	-0,03616	0,995305	0,010339	0,128605	0,032001	-0,04751	0,068199

Матриця Евклідових відстаней критеріїв, що впливають на латентний показник пріоритетності малих готелів м. Одеси для розрахунку модифікованої таксономії за В. Плютою [204, с. 89]

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_10	C_11	C_12	C_13	C_14	C_15	C_16	C_17	C_18	C_19	C_20	C_21	C_22	C_23	C_24	...	C_92	
C_1	0,00	0,32	0,38	0,29	0,29	0,25	0,40	0,64	0,75	0,50	0,54	1,04	1,06	1,02	1,06	1,19	0,73	1,36	0,99	1,29	1,05	0,92	1,04	0,89	...	2,43	
C_2	0,32	0,00	0,20	0,49	0,50	0,48	0,55	0,67	0,78	0,57	0,57	1,10	1,12	1,08	1,12	1,31	0,81	1,47	1,05	1,41	1,12	0,94	1,05	0,92	...	2,50	
C_3	0,38	0,20	0,00	0,46	0,46	0,46	0,49	0,56	0,67	0,50	0,49	1,00	1,01	0,97	1,01	1,20	0,70	1,35	0,94	1,29	0,99	0,80	0,92	0,78	...	2,36	
C_4	0,29	0,49	0,46	0,00	0,13	0,10	0,16	0,43	0,52	0,29	0,34	0,82	0,83	0,79	0,83	0,93	0,48	1,09	0,76	1,02	0,82	0,71	0,83	0,68	...	2,24	
C_5	0,29	0,50	0,46	0,13	0,00	0,10	0,25	0,50	0,59	0,36	0,41	0,89	0,90	0,86	0,90	0,99	0,54	1,14	0,83	1,07	0,86	0,76	0,90	0,74	...	2,31	
C_6	0,25	0,48	0,46	0,10	0,10	0,00	0,24	0,51	0,59	0,37	0,41	0,90	0,92	0,87	0,92	1,00	0,54	1,15	0,84	1,07	0,90	0,77	0,91	0,75	...	2,30	
C_7	0,40	0,55	0,49	0,16	0,25	0,24	0,00	0,34	0,44	0,25	0,29	0,75	0,75	0,72	0,75	0,87	0,44	1,03	0,69	0,97	0,75	0,65	0,75	0,61	...	2,13	
C_8	0,64	0,67	0,56	0,43	0,50	0,51	0,34	0,00	0,15	0,21	0,20	0,50	0,50	0,46	0,50	0,68	0,31	0,84	0,45	0,80	0,51	0,35	0,45	0,34	...	2,04	
C_9	0,75	0,78	0,67	0,52	0,59	0,59	0,44	0,15	0,00	0,32	0,31	0,46	0,47	0,41	0,47	0,58	0,30	0,73	0,39	0,68	0,47	0,30	0,39	0,29	...	1,97	
C_10	0,50	0,57	0,50	0,29	0,36	0,37	0,25	0,21	0,32	0,00	0,09	0,60	0,59	0,56	0,60	0,76	0,33	0,95	0,55	0,90	0,60	0,47	0,59	0,46	...	2,18	
C_11	0,54	0,57	0,49	0,34	0,41	0,41	0,29	0,20	0,31	0,09	0,00	0,62	0,60	0,58	0,61	0,79	0,35	0,97	0,56	0,92	0,63	0,47	0,58	0,47	...	2,18	
C_12	1,04	1,10	1,00	0,82	0,89	0,90	0,75	0,50	0,46	0,60	0,62	0,00	0,16	0,11	0,16	0,37	0,46	0,54	0,09	0,60	0,24	0,32	0,23	0,30	...	1,86	
C_13	1,06	1,12	1,01	0,83	0,90	0,92	0,75	0,50	0,47	0,59	0,60	0,16	0,00	0,15	0,01	0,41	0,48	0,59	0,18	0,64	0,19	0,32	0,24	0,33	...	1,88	
C_14	1,02	1,08	0,97	0,79	0,86	0,87	0,72	0,46	0,41	0,56	0,58	0,11	0,15	0,00	0,15	0,34	0,40	0,52	0,07	0,55	0,20	0,25	0,19	0,24	...	1,87	
C_15	1,06	1,12	1,01	0,83	0,90	0,92	0,75	0,50	0,47	0,60	0,61	0,16	0,01	0,15	0,00	0,41	0,48	0,59	0,18	0,65	0,19	0,33	0,24	0,33	...	1,87	
C_16	1,19	1,31	1,20	0,93	0,99	1,00	0,87	0,68	0,58	0,76	0,79	0,37	0,41	0,34	0,41	0,00	0,55	0,24	0,35	0,29	0,41	0,52	0,49	0,51	...	1,81	
C_17	0,73	0,81	0,70	0,48	0,54	0,54	0,44	0,31	0,30	0,33	0,35	0,46	0,48	0,40	0,48	0,55	0,00	0,72	0,38	0,66	0,47	0,31	0,45	0,28	...	1,97	
C_18	1,36	1,47	1,35	1,09	1,14	1,15	1,03	0,84	0,73	0,95	0,97	0,54	0,59	0,52	0,59	0,24	0,72	0,00	0,53	0,18	0,55	0,66	0,62	0,65	...	1,70	
C_19	0,99	1,05	0,94	0,76	0,83	0,84	0,69	0,45	0,39	0,55	0,56	0,09	0,18	0,07	0,18	0,35	0,38	0,53	0,00	0,56	0,23	0,26	0,21	0,23	...	1,85	
C_20	1,29	1,41	1,29	1,02	1,07	1,07	0,97	0,80	0,68	0,90	0,92	0,60	0,64	0,55	0,65	0,29	0,66	0,18	0,56	0,00	0,60	0,65	0,65	0,63	...	1,73	
C_21	1,05	1,12	0,99	0,82	0,86	0,90	0,75	0,51	0,47	0,60	0,63	0,24	0,19	0,20	0,19	0,41	0,47	0,55	0,23	0,60	0,00	0,30	0,28	0,31	...	1,89	
C_22	0,92	0,94	0,80	0,71	0,76	0,77	0,65	0,35	0,30	0,47	0,47	0,32	0,32	0,25	0,33	0,52	0,31	0,66	0,26	0,65	0,30	0,00	0,20	0,10	...	1,95	
C_23	1,04	1,05	0,92	0,83	0,90	0,91	0,75	0,45	0,39	0,59	0,58	0,23	0,24	0,19	0,24	0,49	0,45	0,62	0,21	0,65	0,28	0,20	0,00	0,19	...	1,84	
C_24	0,89	0,92	0,78	0,68	0,74	0,75	0,61	0,34	0,29	0,46	0,47	0,30	0,33	0,24	0,33	0,51	0,28	0,65	0,23	0,63	0,31	0,10	0,19	0,00	...	1,88	
C_25	0,56	0,64	0,53	0,39	0,40	0,42	0,40	0,42	0,49	0,31	0,34	0,68	0,68	0,63	0,68	0,83	0,31	1,00	0,62	0,93	0,66	0,50	0,66	0,49	...	2,17	
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
C_92	2,43	2,50	2,36	2,24	2,31	2,30	2,13	2,04	1,97	2,18	2,18	1,86	1,88	1,87	1,87	1,81	1,97	1,70	1,85	1,73	1,89	1,95	1,84	1,88	...	0,00	

