

Література

1. Аджемоглу Д., Робінсон Д. *Чому нації занепадають*. Походження влади, багатства та бідності. 2-ге вид. Київ, 2017. 440 с.
2. Бобух І. М., Кіндзерський Ю. В., Фащевська О. М. та ін. *Структурні зміни як основа інклюзивного розвитку економіки України* : монографія. НАН України, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України». Київ, 2020. 516 с.
3. Кожина А. В. *Фактори інклюзивного місцевого розвитку : підходи до класифікації*. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія : Державне управління. 2018. № 4 (91). С. 21–30.
4. Черчик Л. *Імперативи інклюзивного розвитку в рекреаційному природокористуванні*. Економічні інновації. 2020. Т. 22. Вип. 4 (77). С. 171–182. DOI: [https://doi.org/10.31520/ei.2020.22.4\(77\).171-182](https://doi.org/10.31520/ei.2020.22.4(77).171-182).

УДК 338.48

Шикіна Ольга Володимирівна

к. е. н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет (Україна)

Ярьоменко Сергій Григорович

к. г. н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет (Україна)

СТРУКТУРА КАТЕГОРИЗОВАНИХ ГОТЕЛІВ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ РОБОТИ КОМІСІЇ З КАТЕГОРИЗАЦІЇ

JEL classification: L830

Категоризація готелів відіграє велику роль у процесі сприйняття туристами якості надання послуг у готелях, які вони збираються відвідати. Через невідчутність готельної послуги такі індикатори, як категоризація, відгуки, рейтинги на сайтах по типу booking.com, допомагають зорієнтуватися майбутнім гостям та зробити правильний вибір.

В Україні був період, коли процедура встановлення категорії готелям тимчасово не здійснювалася. Більш того, готелі не мали змогу отримувати категорію, а готелі, що мали категорію, були позбавлені можливості підтвердити свій статус після закінчення дії свідоцтва, що видають на 3 роки. Тільки з 16 березня 2021 року Комісія з категоризації готелів та закладів розміщення відновила свою діяльність.

Так, станом на початок 2021 року в Україні налічується 209 готелів, що мають підтверджену категорію: «п'ять зірок» – 39; «чотири зірки» – 76; «три зірки» – 63; «дві зірки» – 14; «одна зірка» – 17. За кількістю категоризованих готелів Одеська область посідає 2 місце після м. Києва. Станом на 02.04.2021 р. м. Київ мав 43 категоризовані готелі з домінуванням готелів категорії «три зірки» та «чотири зірки», та практично повною відсутністю категорії готелів «одна зірка» та «дві зірки» (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл готелів за категоріями у регіонах України станом на 02.04.2021 р. (Топ-10)

№	Регіон України	Усього	1*	2*	3*	4*	5*
1	м. Київ	43	1	1	17	17	7
2	Одеська область	35	5	1	5	9	15
3	Львівська область	21	0	1	5	10	5
4	Харківська область	20	1	1	5	8	5
5	Дніпропетровська область	14	0	2	4	6	2
6	Київська область	13	1	2	6	1	3
7	Запорізька область	9	4	0	3	2	0
8	Полтавська область	9	2	2	2	3	0

Продовження табл. 1

9	Івано-Франківська область	6	0	0	0	4	2
10	Закарпатська область	6	0	0	1	5	0
-	Залишок:	33	3	4	15	11	0
-	Усього:	209	17	14	63	76	39

Джерело: складено та розраховано за даними [1]

В Одеській області було 35 категоризованих готелів, а їх розподіл мав такий вигляд: «п'ять зірок» – 15; «чотири зірки» – 9; «три зірки» – 5; «дві зірки» – 1; «одна зірка» – 5. Для порівняння у 2015 році ця пропорція складала «п'ять зірок» – 10; «чотири зірки» – 8; «три зірки» – 6; «дві зірки» – 3; «одна зірка» – 6.

Трійку лідерів замикає Львівська область з 21 готелем, де зовсім не було готелів категорії «одна зірка», абсолютна більшість приходилася на категорію «чотири зірки» – 10 готелів, по 5 готелів приходилося на категорії «три» та «п'ять зірок», та категорія «дві зірки» мала лише одного представника.

Цікавим є факт, що 70% всіх категоризованих готелів України припадає на м. Київ, Одеску, Львівську, Харківську, Дніпропетровську та Київську області. Отже, це свідчить про відсутність рівномірного розподілу бажання готельєрів проходити процедуру категоризації. Можливо, це пов'язане з тим, що наявність зірок є важливим елементом просування готелю на ринку іноземних туристів, а перелічені області мають безпосереднє відношення до в'їзного туризму України.

Найбільша питома вага категоризованих готелів України припадає на категорію «чотири зірки» і складає 36,36%, що обумовлено розповсюдженням готелів високого класу як для проживання з ціллю дозвілля, так і для ділової мети (табл. 2). На другому місці розміщується категорія «три зірки» – її питома вага у загальній кількості складає 30,14%. Загальноєвропейським є досвід широкого розповсюдження готелів саме категорії «три зірки», що вже надають достатній сервіс для комфортного перебування в готелі, але ціни ще знаходяться на оптимальному рівні для більшості подорожуючих.

Таблиця 2

Розподіл готелів за категоріями станом на 02.04.2021 р.

Категорія	Категоризовані готелі України		Категоризовані готелі Одеської області	
	Кількість, од.	Питома вага, %	Кількість, од.	Питома вага, %
1*	17	8,13	5	14,29
2*	14	6,70	1	2,86
3*	63	30,14	5	14,29
4*	76	36,36	9	25,71
5*	39	18,66	15	42,86
Усього	209	100,00	35	100,00

Джерело: складено та розраховано за даними [1-3]

Для Одеської області характерним є домінування п'ятизіркових готелів (42,86%), що може бути обґрунтовано більшою активністю дорогих готелів у процесі отримання та підтвердження категорії, особливо у період пандемії [4]. Деякі готелі отримали додаткову мотивацію для проходження процедури категоризації через вимоги для отримання ліцензії на здійснення ігорної діяльності. Першим готелем м. Одеси, який уже отримав таку ліцензію, є готель «Гагарін».

Деяко знижена питома вага чотиризіркових готелів в Одеській області порівняно з загальним показником України може бути пов'язана з тим, що не всі готелі, що раніше мали категорію «чотири зірки» встигли пройти процедуру підтвердження. До таких готелів можемо віднести готель «Моцарт». Деякі готелі змінили свою категорію, що також свідчить про процес зміни пропорцій за категоріями в Одеському регіоні.

Аналіз засідань комісії свідчить про наявність заявок від готелів, що розглядаються вперше. Важливим кроком до удосконалення категоризації буде оновлення існуючих ДСТУ.

Література

1. Реєстр свідоцтв про встановлення категорії готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання). URL: <https://cutt.ly/KcggJxS> (дата звернення: 10.04.2021).
 2. Ярмоменко С. Г., Шикіна О. В., Нечева Н. В. *Позиціонування Одеської області на ринку готельних послуг України*. Інфраструктура ринку. 2020. № 48. С. 213–221.
 3. Israel A. A. *Star rating and corporate affiliation: their influence on room price and performance of hotels in Israel*. International Journal of Hospitality Management. 2002. Vol. 21 (4). Pp. 405–424.
 4. Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. *Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі*. Причорноморські економічні студії. 2020. № 52. Ч. 1. С. 29–34.
-

УДК 379.85:339.37

Ярмоменко Сергій Григорович

к. г. н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет (Україна)

Нечева Наталя Валеріївна

к. е. н., ст. викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет (Україна)

РОЛЬ СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

JEL classification: Z320

Роздрібна торгівля товарами, у тому числі, туристичними сувенірами, є невід'ємною частиною взаємопов'язаних елементів інфраструктури. Спеціалізовані предмети на згадку про перебування на курорті, у тій чи іншій країні, або спогад про відвідувані природні та культурно-історичні об'єкти мають значну популярність.

Такими предметами є сувеніри (з фр. «*souvenir*» – згадка, пам'ять) – пам'ятні предмети, пов'язані з перебуванням у тому чи іншому місці, або з якоюсь пам'ятною подією.

Сувеніри є відображенням того місця, території, регіону, де вони придбані та реалізовані. Зазвичай реалізуються ці сувеніри у спеціалізованих магазинах або торговельних палатках у місцях найбільшої концентрації туристів або районів їх переміщення.

Наразі сувенір розглядається як художній або художньо оформлений виріб, зазвичай, невеликих розмірів, що відображає місцеві особливості, пам'ятки, видатні події та досягнення, які реалізуються туристам на пам'ять про подорож або подарунок іншій особі [1].

У західній науковій літературі визначення поняття «сувенір» має кілька підходів:

– Гордон (1986): сувенір як специфічний об'єкт, що залишається на згадку про подорож. Сувеніри є предметами згадки про подорож та доказом перебування подорожуючого у даному регіоні, країні тощо;

– Свонсон (1994): сувеніри – специфічні об'єкти, що слугують предметом нагадування певних подій чи спогадів, у тому числі, включаючи поштові листівки, предмети одягу, місцеві товари [2].

До сувенірів відносять вироби з чітко визначеними ознаками – оригінальні, художньо оформлені у традиційному для місцевості стилі, що відображають національні чи місцеві особливості, видатні події, пам'ятні дати, досягнення науки і техніки, культури, мистецтва, спорту. Таким чином, сувеніри виконують пізнавальну роль, сприяють взаєморозумінню, духовному збагаченню, зближенню народів та людей, відображають культуру та життя певної країни, яку вони представляють [3].

У галузі туризму товари сувенірної продукції, а також інші товари туристичного призначення, входять до складу туристичного продукту. Серед товарів споживання, що задовольняють матеріальні потреби туристів, сувеніри займають місце специфічних туристичних товарів поряд з картами та ін. Неспецифічними туристичними товарами у даному випадку виступають одяг, взуття тощо.