

забезпечення залучення інвестиції є розвиток туристичної сфери.

Література:

1. Громик О. М. Перспективи розвитку ресторанного господарства в Україні. *Актуальні проблеми сучасної освіти та науки в контексті євроінтеграційного поступу* : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., присвяч. 20 річчю ін-ту (м. Луцьк, 21–22 трав. 2020 р.). Луцьк : Вежа-Друк, 2020, С. 225–227.
2. Громик О. М. Оцінювання стану розвитку готельного бізнесу в Україні [стаття] // *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації = Restaurant and hotel consulting. Innovation: наук. зб.* / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ: Вид. цент КНУКІМ, 2022, Т. 5, № 1. С. 52–62.
3. Нагернюк Д.В., Нецадим Л.М., Тимчук С.В. Формування конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії [Електронний ресурс] / Д.В. Нагернюк, Л.М.Нецадим, С.В.Тимчук // *Економіка і суспільство*. 2017, №13. С. 620-624
4. Колективні засоби розміщування в Україні за 2020 рік (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб) : статистична інформація // Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 06.10.2022).
5. Мерчанський В. В., Ключко В. М., Ключко І. М. Конкурентоспроможність підприємства та управління стратегією його розвитку : [кол. моногр.]. Харків, 2010. 156 с.
6. Сіменко І.В. Аналіз господарської діяльності : веб-сайт. URL: <http://westudents.com.ua/knigi/93-analz-gospodarsko-dyalnost-smenko-v.html> (дата звернення: 06.10.2022).

Ірина ЄРКО

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ХАРАКТЕРИСТИКА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЛУЦЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин ціна на готельні послуги – це сума тих коштів, які споживач віддає за право володіння певними товарами чи послугами, вважається найважливішим засобом реалізації маркетингової, фінансової та загально економічної стратегії розвитку діяльності підприємств як на національному, так і на міжнародному готельному ринку.

Цінова політика являє собою встановлений порядок розрахунку ціни за послугу в залежності від конкретних умов її виконання. У зв'язку з тим, що в готельному бізнесі застосовується вільне ринкове ціноутворення, кожне готельне підприємство розробляє свої правила призначення тієї чи іншої цінової політики [1].

У таблиці 1 проаналізовано цінову політику найбільших готелів Луцької територіальної громади, в основному, дані готелі розміщені на території міста Луцьк.

Таблиця 1

Цінова політика підприємств готельного господарства Луцької ТГ за категоріями номерів, грн

| Готель | Стандарт одномісний | Стандарт двомісний | Стандарт покращений | Напівлюкс | Люкс | Середня ціна номерного фонду |
|-------------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|-----------|------|---------------------------------------|
| Готель «Noble» | 1300 | 1600 | 2300 | 3600 | 5600 | 2 880 |
| Готель «Patio di Fiori» | 870 | 930 | 1190 | 1420 | 2000 | 922 |
| Готель «Моjo» | - | 1350 | 1500 | 1750 | 2800 | 1850 |

| | | | | | | |
|------------------------|-----|------|-----|------|------|------|
| Готель «Срібні лелеки» | - | 850 | 990 | 1300 | 1890 | 1258 |
| Готель «Ромбус» | 900 | 900 | 950 | 1000 | 1300 | 1010 |
| Готель «Україна» | 700 | 1100 | - | 1250 | 1960 | 1253 |
| Готель «Світязь» | 530 | 760 | - | - | 880 | 723 |
| Готель «Версаль» | - | 900 | - | 1100 | 1800 | 1267 |
| Готель «Максимус» | - | 590 | 690 | 790 | 890 | 740 |
| Готель «Power House» | - | 350 | 500 | - | - | 425 |
| Готель «Makis» | - | 750 | 900 | - | 1000 | 883 |
| Готель «Профспілковий» | - | 450 | - | - | 800 | 625 |

*Розроблено автором за даними [2]

Для проведення ранжування готелів за цінами номерного фонду усі вони були об'єднані у 5 груп з рівними інтервалами та було обчислено різницю між максимальним та мінімальним значенням середньої ціни номерного фонду та розділено отримане число на розмір групи (у даному випадку – на 5). Ціна номерного фонду становить – 491 грн.

За допомогою таблиці 2 можемо проаналізувати варіації цінової політики номерного фонду готелів Луцької територіальної громади (від 425 до 2 880 грн), що свідчить про орієнтацію готелів Луцької ТГ на різні категорії споживачів та їх можливості.

Таблиця 2

Розподіл підприємств готельного господарства за середньою ціною

| Групування готельних підприємств за середньою ціною номерного фонду, грн | Кількість готельних підприємств | |
|--|--|-------|
| | шт. | % |
| 425-916 | 6 («Профспілковий», «Makis», «Power House», «Максимус», «Світязь», «Ratío di Fiori») | 50% |
| 916-1407 | 4 («Версаль», «Україна», «Ромбус», «Срібні лелеки») | 33,4% |
| 1407-1898 | 1 («Моjo») | 8,3 % |
| 1898-2389 | - | |
| 2389-2880 | 1 («Noble») | 8,3 % |
| Разом | 12 | 100% |

*Розроблено автором за даними [2]

У структурі даних готелів найбільша питома вага припадає на підприємства, середня ціна номерного фонду яких знаходиться у діапазоні від 425 грн до 916 грн, а найменша частка належить готелям, середні ціни на номери яких коливаються від 1407 грн до 2880 грн («Моjo» та «Noble»). Дані показники свідчать про те, що кожен готель має свій цільовий сегмент споживачів, і свідченням цього є вартість та категорії номерів.

Якщо готелі «Моjo», «Noble», «Україна» та «Срібні Лелеки» орієнтуються на бізнес клас та іноземних відвідувачів, то решту – на туристичний. Ряд хостелів, які функціонують на території Луцької територіальної громади, можуть задовольнити потреби економних туристів.

Отже, цінова політика закладів готельно-ресторанного господарства Луцької територіальної громади орієнтується на усі цільові сегменти, від бізнес класу до економ класу споживачів.

Література:

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : Навч. посібник. К., 2002. 358 с.
2. Booking.com Офіційний сайт. URL: <https://www.booking.com/> (дата звернення: 03.06.2022).