

**ГАЛИЦЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА**

Відділення сфери послуг

Циклова комісія дисциплін
готельно-ресторанної справи та туризму

КУРСОВА РОБОТА

**на тему: «МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ
ГОСТЕЙ»**

Виконав (ла): ст. гр. ГР-286

Капушак Діана Володимирівна

Науковий керівник:

Муха Роксолана Андріївна

Кількість балів _____

Національна шкала _____

ECTS _____

Члени комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Тернопіль 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ОЦІНКИ РІВНЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ У ГОТЕЛІ.....	6
1.1 Стандарти якості обслуговування в готельному бізнесі.....	6
1.2 Основні аспекти відвідувачів закладів готельного господарства.....	9
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ОЦІНКИ РІВНЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ У ГОТЕЛІ (НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ».).....	14
2.1 Загальна характеристика господарської діяльності готелю.....	14
2.2 Дослідження стану та рівня якості обслуговування гостей у готелі.....	21
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ У ГОТЕЛІ ПРАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ».....	27
ВИСНОВКИ.....	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	39
ДОДАТКИ.....	41

ВСТУП

Актуальність теми обраної теми обумовлюється тим, що здійснення якісного оцінювання готельного підприємства залежить від різноманітних чинників, зокрема таких як інноваційна політика та науково-технічний прогрес у готельній сфері, наявна матеріально-технічна база, компетентність та професіоналізм обслуговуючого персоналу, постійний моніторинг та контроль якості реалізації готельних послуг.

Якість реалізації послуг готельного закладу визначається також внутрішніми стандартами готелю. Досліджуючи досвід іноземних готельних компаній (американських, азіатських, європейських), необхідно відмітити, що усі відомі готельні мережі стали досить відомі за рахунок високим внутрішнім стандартам якісного та ефективного сервісу. Прикладами функціонування таких мереж є Hayatt, Rixos, Riu, Marriot, Hilton, Sheraton та інші. Туристи із різноманітних країн світу знають про високий рівень обслуговування у таких закладах, чистоту, свіжість та якість продуктів, привітність персоналу. Відповідно, дані мережі у споживачів асоціюються із високою якістю та ефективністю обслуговування у зазначених закладах у різноманітних країнах світу. Власники даних мереж розробляють високотехнологічні та ефективні стандарти для підтримки та розвитку іміджу даного закладу.

Іноземний досвід управління якістю був визначений у пакеті стандартів якості ISO:9000, котрі прийняті у березні 1987 році Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO). Сертифікація та стандартизація систем якості рекомендовані для готельних закладів, котрі одержали категорію «п'ять» зірок. Сертифікат відповідності видається для суб'єкта господарювання на період не більше, ніж на п'ять років. В нашій країні обов'язкову сертифікацію готельних послуг проводять підприємства державної форми власності, котрі були акредитовані як органи сертифікації та стандартизації готельних послуг в національній системі УкрСЕПРО.

У готелях також повинна бути створена, документально оформлена, в подальшому впроваджена та підтримуватися у робочому стані і постійно

покращуватися система управління якістю у відповідності до міжнародних стандартів серії 9000:2007 і вимогами ISO 9001-2009 «Система управління якістю. Вимоги». Однак, найбільш важливим критерієм оцінювання готельних послуг виступає ступінь задоволеності споживача послуг, тобто відповідність очікуваного сервісу високим стандартам якості.

Метою даного дослідження є з'ясування основних методів визначення рівня якості обслуговування гостей у готельному закладі, а також запропонування шляхів зростання рівня та підвищення якості обслуговування у готелі.

Завданнями даної роботи є вивчення таких питань:

- дослідження основних стандартів якості обслуговування в готельному бізнесі;
- визначення основних методів задоволення відвідувачів закладів готельного господарства;
- загальна характеристика господарської діяльності готелю ПрАТ «Тернопіль-готель»;
- дослідження стану та рівня якості обслуговування гостей у готелі;
- узагальнення основних шляхів підвищення рівня обслуговування гостей у готелі ПрАТ «Тернопіль-готель».

Об'єктом дослідження виступає господарська діяльність та процес обслуговування українського готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель», а **предметом дослідження** виступають взаємозв'язки під час організації обслуговування у готелі.

Для написання даної курсової роботи використано наступні методи: синтезу, аналізу, порівняння, опитування математичні, статистичні, графічні.

Курсова робота складається з вступу, трьох розділів основної частини, висновків, списку використаної літератури, який налічує 21 джерело.

У першому розділі роботи представлено теоретичні підходи оцінки рівня обслуговування гостей у готельному підприємстві. У другому розділі подано практику організації ефективності оцінки рівня обслуговування гостей у готелі «Тернопіль». У третьому розділі запропоновано основні шляхи підвищення рівня обслуговування гостей у готелі ПрАТ «Тернопіль-готель».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ОЦІНКИ РІВНЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ У ГОТЕЛІ

1.1. Стандарти якості обслуговування в готельному бізнесі

Якість обслуговування - це комплексна категорія, один з найважливіших показників ефективності функціонування готельних підприємств, об'єкт аналізу, планування і управління. Головною складовою всієї системи якісного обслуговування є якість готельних послуг.

Згідно міжнародного стандарту ISO 9000, якість – це сукупність властивостей і характеристик послуг, які здатні задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживачів. Якість спонукає клієнта обрати той або інший продукт (якщо не брати до уваги фактор ціни), у деяких сегментах ринку, якість впливає на рішення клієнта скористатись послугами певного готелю, а не готелю-конкурента. Між якістю і успішною реалізацією готельних послуг існує прямо пропорційна залежність, тому погіршення якості зумовлює втрату клієнта [18, с.71].

Послуги готелів, якими користується незначна частка суспільства, загалом прийнято вважати послугами вищого стандарту, незалежно від їхньої реальної ціни і якості, це послуги, якими населення користується епізодично. У кожному випадку гість обирає готельні послуги, які оптимально відповідають його критеріям якості. Найбільші можливості реалізувати послуги має готельне підприємство, яке [14, с.74]:

- спроможне згідно попиту клієнта задовольнити у найбільш повному обсязі їхні потреби;
- пропонує послуги в оптимальному співвідношенні ціна-якість;
- реалізує новий рівень якості, що стає вагомою мотивацією для прибуття постійних і залучення нових клієнтів.

Незалежно від зусиль готельного підприємства, для підтримування високої якості послуг провідна ідея управління якістю пов'язується з орієнтуванням на клієнта, повне забезпечення його вимог.

Механізм управління якістю готельних послуг повинен спрямовуватись на вироблення управлінських рішень і здійснення комплексу управлінських дій щодо планування, надання та реалізації послуг високого рівня якості.

Управління якістю реалізації готельних послуг виступає ключовим аспектом організації функціонування готельного закладу. Для даних підприємств повинна створюватися та впроваджуватися, а в подальшому підтримуватися у належності стані система якості, в межах котрої повинні бути розроблені та впроваджені методи, щодо встановлення ключових вимог, пов'язаних із наданням різноманітних послуг [4, с. 60].

Процес управління системою якості готельних послуг у закладі передбачає наступні складові [12, с.104]:

- розроблення політики якості послуг на готельному підприємстві;
- розроблення системи управління орієнтованої на високі стандарти якості послуг (включає мету та завдання, принцип та методи, суб'єкти та об'єкти);
- врахування нормативно-правової бази, основних потреб споживачів в контексті розробки та впровадження політики управління якістю готельних послуг;
- погодження ключових елементів системи управління якістю послуг із загальною системою управління підприємством в цілому.

Розроблення та впровадження системи управління якістю готельних послуг повинне базуватися на державних та міжнародних стандартах якості реалізації даних послуг.

Слід відзначити, що державні стандарти якості в Україні гармонізовані та інтегровані із стандартами ISO 9000:2000 [19], містять акцентування уваги на кінцевого споживача із використанням основних принципів управління якістю, котрі повинні забезпечити підприємству успішне функціонування та розвитку в умовах ринку. Зокрема, до таких принципів слід віднести: орієнтування на вимоги

та запити кінцевого споживача, лідерство управлінського персоналу, залучення усіх працівників до функціонування готельного закладу, системний та процесний підходи до здійснення управління, взаємовигідні умови із підрядниками та постачальниками, робота на постійне оновлення та покращення діяльності підприємства, прийняття зважених управлінських рішень із орієнтуванням на реальні факти. Вперше до структури управління якістю послуг включені споживачів та замовники продукції, завдяки введенню вимог та запитів і рівня задоволення їх нагальних потреб [20, с.125].

Побудова раціональної системи якості готельного підприємства має ряд принципових методичних та методологічних характеристик, котрі обумовлені специфікою та особливостями готельного продукту. При чому, процес надання готельної послуги відбувається в контексті безперервної реалізації взаємодії виробника та споживача готельних послуг.

Готельна послуга перш за все виробляється і, в подальшому, споживається в одному місці де відбувається процес обслуговування споживача, а безпосередньо клієнт закладу є частиною процесу обслуговування. При чому, клієнт зазвичай споживає, під час перебування у готелі, не одну, а декілька окремих послуг. Це означає, що споживчі властивості притаманні усім структурним елементами реалізації процесу обслуговування, відповідно сприйняття якості обслуговування динамічно змінює свій зміст під час сприйняття якості обслуговування окремих його елементів.

В поточних умовах, насиченого та достатньо конкурентного ринку, для клієнтів привабливими є ті підприємства, котрі дотримуються норм соціального відповідального підприємництва. Безпосередньо таке філософія притаманна таким підприємствам, які управляються із використанням маркетингового інструментарію. Метою стратегічних орієнтирів розвитку готельного підприємства повинна стати створення цінностей для усіх груп впливу на підприємство шляхом впровадження принципів одержання конкурентних переваг в аспекті побудови системи взаємних вигідних відносин, що відображено на рис. 1.1.

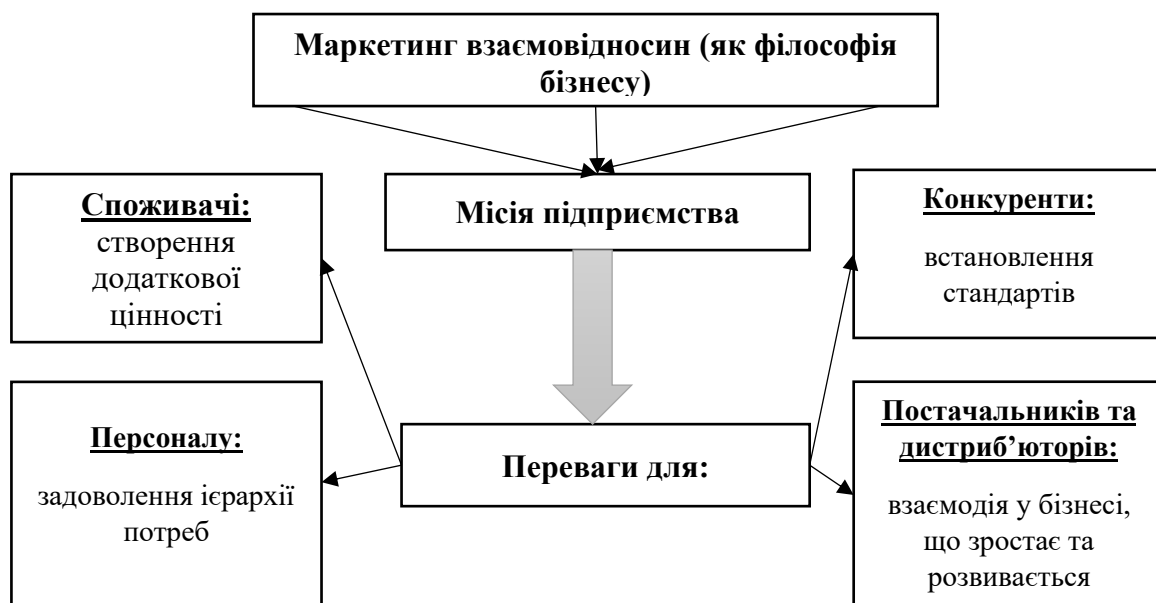


Рисунок 1.1. Принципи побудови стратегії управління відносинами [3, с.159]

Важливим є сприйняття якості кінцевим споживачем, адже це доволі складний процес, котрий пов'язаний із багатьма чинниками і внутрішнього і зовнішнього впливу. Значна кількість варіантів індивідуальних запитів не є скінченою, відповідно стабільність в досягненні задоволеності споживачів послуг, як основного показника якості реалізації обслуговування у готелі, зазначене досягається за рахунок вміння гнучко та швидко варіювати елементи процесу обслуговування, орієнтуючись на сприйняттям якості обслуговування.

1.2. Основні аспекти задоволення відвідувачів закладів готельного господарства

Для формування задоволення гостя під час надання готельних послуг важливим є формування системи якісного та ефективного обслуговування. В даному контексті важливим є розгляд моделей якості готельного обслуговування. Зокрема, модель сприйняття якості реалізації обслуговування в готельному підприємстві, запропонована Грьонросом К. та модифікована

(удосконалена) Скобкіним С.С., представлена на рис. 1.2. визначає особливості сприйняття якості готельних послуг у споживача.

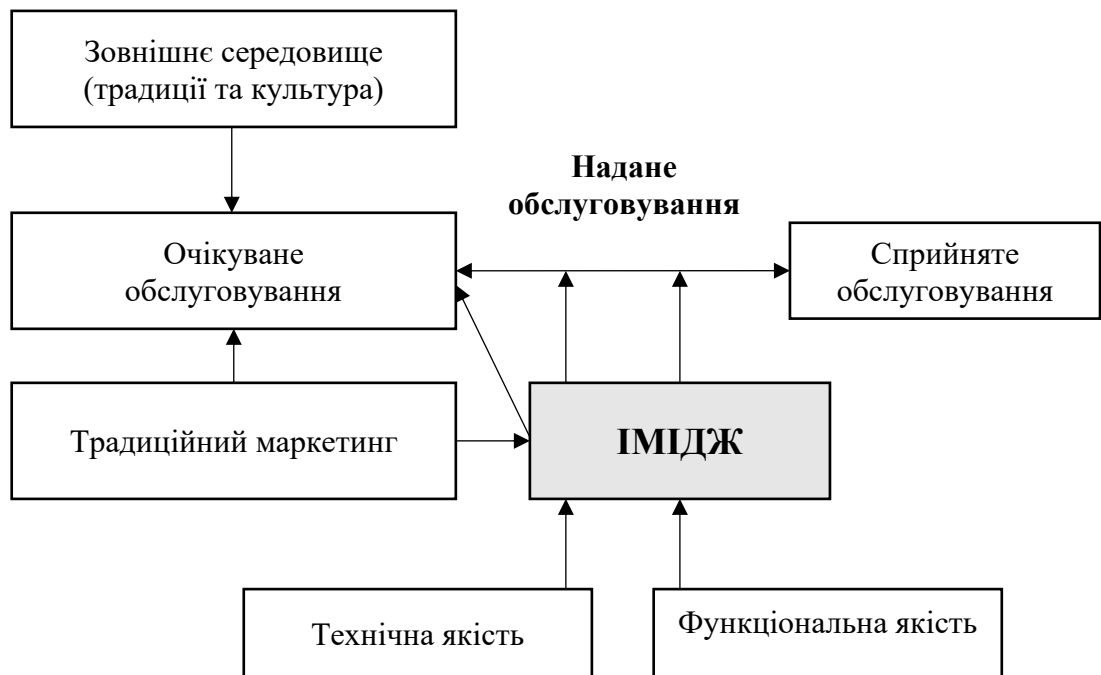


Рисунок 1.2. Модель сприйняття якості у готелі [8, с.82]

Сприйняття якості реалізації обслуговування у готелі формується у свідомості споживачів послуг чуттєвого образу основних відмінностей між тим що очікується та фактично отриманою якістю обслуговування, а в подальшому, у відповідності до створеного образу, формування загального позитивного або ж негативного настрою споживачів до готельного закладу [7, с. 132].

Зазначена модель є статичною, хоча і чинник іміджу підприємства додає їх ряду динамічних рис. Слід відзначити, що у більшості моделі якості послуг зазвичай статичні та не відображають процесного підходу надання готельних послуг.

У сфері реалізації готельних послуг також, як і в інших сферах комерційних відносин, ключовим етапом взаємовідносин є взаємодія між двома сторонами (персоналом та споживачем). На першому рівні – рівні дій, сприйняття якості відображається на загальному сприйнятті якості споживачів послуг, а на другому рівні – рівні епізодів, окремі частини обслуговування, їх

Подана на рисунку 1.3. модель передбачає наявність дієвих переваг, зокрема: визначає на якість на рівні окремих елементів (епізодів), об'єднує цінність та задоволеність споживача, враховує як змінний чинник поведінку споживача, включає стандарти якості послуги, котрі притаманні також і іншим моделям.

Нижча частина моделі пов'язані із сприйняттям якості визначених епізодів. Здійснюючи порівняння якості епізоду із витратами (ціна на послуги, витрачений час та можливості), споживач послуг формує загальне сприйняття цінності, котрі він отримує в результаті.

Дане сприйняття передбачає подальше задоволення або незадоволення окремими епізодами, що впливає на подальшу поведінку споживача, зокрема він стає більш лояльнішим або не звертається більше за послугами закладу.

Також на подальшу поведінку споживача мають безпосередній вплив так звані зв'язки, що існують між споживачем та підприємством. У відповідності із запропонованою моделлю зазначені зв'язки встановлюють та визначають його залежність між іміджем та лояльністю споживачів.

Деякі із них наступні: економічні, технологічні, юридичні, часові та географічні, орієнтовані на утримання споживача від розірвання взаємовідносин, тобто формуються бар'єри його виходу. Інші, зокрема такі як соціальні, ідеологічні та психологічні навики прив'язують споживача до готельного закладу із позитивним іміджем та позитивними емоціями [20, с. 183–184].

Бар'єри виходу повноцінно не дають готельному підприємству важливих конкурентних переваг та не часто стимулюють його справжню лояльність, а інші зв'язки стимулюють поглиблення відносин готельного підприємства (виробника готельних послуг) та їх споживача (табл. 1.1).

В умовах глобалізації та зростання конкуренції найреальнішим засобом функціонування готельного підприємства є реалізації стратегії сталого розвитку на основі комплексного, інтегрованого механізму реалізації

управління підприємством, що орієнтоване на побудову довгострокових взаємовідносин із своїми споживачами.

Таблиця 1.1

Рівні зв'язків у маркетингу відносин [1, с.104]

Рівень	Тип зв'язків	Ступень орієнтованості на споживача	Основний елемент маркетинг - мікс	Потенціал конкурентної переваги
1	Економічні (фінансові)	Низька	Ціна	Низький
2	Економічні, соціальні	Середня	Персональні зв'язки	Середній
3	Економічні, соціальні, структурні	Від середньої до високої	Набір послуг	Високий

Основним завданням на шляху побудови такого механізму є налагодження взаємодії управлінського потенціалу та усього персоналу в межах системи управління якістю послуг, метою такої побудови повинна стати вибудовування довготривалих відносин із споживачами.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ОЦІНКИ РІВНЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ У ГОТЕЛІ (НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ»)

2.1. Загальна характеристика господарської діяльності готелю

Об'єктом дослідження у даній курсовій роботі обрано готельне підприємство «Тернопіль-готель», який є багатоповерховою спорудою розташованою у історичному центрі м. Тернопіль. Повне найменування досліджуваного підприємства - Приватне акціонерне товариство «Тернопіль-готель» (надалі - ПрАТ «Тернопіль-готель»). Підприємство створено у вигляді акціонерного товариства, із ідентифікаційним кодом юридичної особи 14038383. Юридична адреса та місцезнаходження підприємства - м.Тернопіль, вул. Замкова 14.

У відповідності до КВЕДів основними різновидами діяльності підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» є: 55.10 - діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення; 79.11 - діяльність туристичних агентств; 56.10 - ресторанів, надання послуг мобільного харчування.

Досліджуване готельне підприємство досить стабільно та ефективно функціонує протягом останніх 51 років своєї історії. У 1962р. було створено готельне підприємство «Тернопіль», яке отримало назву «Тернопільське об'єднання готельного господарства», у відповідності до розпорядження Тернопільської міської ради № 292 від 25.08.1992р. Пізніше ОФГГ «Тернопіль» було реорганізовано у відкрите акціонерне товариство «Тернопіль-готель» на основі виданого наказу Фонду державного майна м. Тернопіль № 154 від 25.07.1997 р. У 2011 році на підставі Закону України «Про акціонерні товариства» та подальшого рішення загальних зборів власників (Протокол № 13 від 29.05.2011р.), ВАТ «Тернопіль-готель» перейменовано на ПрАТ «Тернопіль-готель» [16].

В подальшому у 2018 році на підставі наказу № 7 від 19.05.2018р.

досліджуване підприємство перейменоване на приватне акціонерне товариство «Тернопіль-готель» (наказ № 7 від 19.05.2018 р.).

Сьогодні досліджуване товариство об'єднує два досить відомих у м. Тернопіль готелі: «Тернопіль» та «Галичина». В сучасних умовах досліджуване підприємств є стабільно функціонуючим на ринку м. Тернополя через високу конкурентоспроможність та якість послуг, що дає можливість бути прибутковим та фінансово успішним. Середньооблікова чисельність працюючих складає 63 особи.

Основними цілями, котрі поставлені перед управлінськими персоналом досліджуваного підприємства є: збереження та розширення ринку реалізації готельних послуг підприємства, розробка та впровадження нових інноваційних послуг, реалізація нових методів роботи із наявними та потенційними клієнтами, покращення якості готельних послуг, оптимізація цінової політики та вироблення якісної маркетингової стратегії підприємства.

В готельному комплексі є одно, двох та чотирьохрічні номери із комфортабельними меблями, при цьому у кожному готельному номері є повноцінна ванна кімната. Чудовий номерний фонд, затишний інтер'єр, різновиди сервісу на різноманітних мовах дають можливість відпочити як україномовним споживачам готельних послуг, так і іноземцям. Центральний вхід у готель «Тернопіль-готель» обладнано автоматичними дверима, що значно полегшує відвідування закладу клієнтам із багажем. Окремо розташований службовий вхід для персоналу даного закладу [16].

На території даного закладу наявна відкрита стоянка для авто із цілодобовою охороною. Для більшої безпеки навколишня територія та сам готель освітлюються протягом усієї доби, при цьому особливо яскраве та святкове освітлення спостерігається у період новорічних свят.

У готелі «Тернопіль» наявна власна система водопостачання, а автономне опалення забезпечує наявність та цілодобову подачу гарячої води. Здійснюється кондиціонування повітря у номерному фонді та службових приміщеннях. Є внутрішнє радіомовлення у кожному номері готелю.

Якісне вертикальне сполучення забезпечується пасажирськими ліфтами, а також наявний вантажний ліфт для переміщення вантажів. До послуг клієнтів закладу (туристів та гостей міста) у готелі функціонує інформаційно-туристична агенція, котра пропонує реалізацію індивідуальних та групових поїздок по Карпатському регіоні та поза межами України. Також можливо замовити повноцінне екскурсійне обслуговування та послуги гіда.

Для реалізації транспортних послуг у готелі є власні транспортні засоби, обслуговування орендованим екскурсійним автобусом, замовлення квитків на транспорт. Для отримання готівкових коштів на фасаді банку розташований банкомат, а поряд є відділення банку.

Досліджуючи структуру управління необхідно відзначити функціональне підпорядкування працівників даного закладу (рис. 2.1).

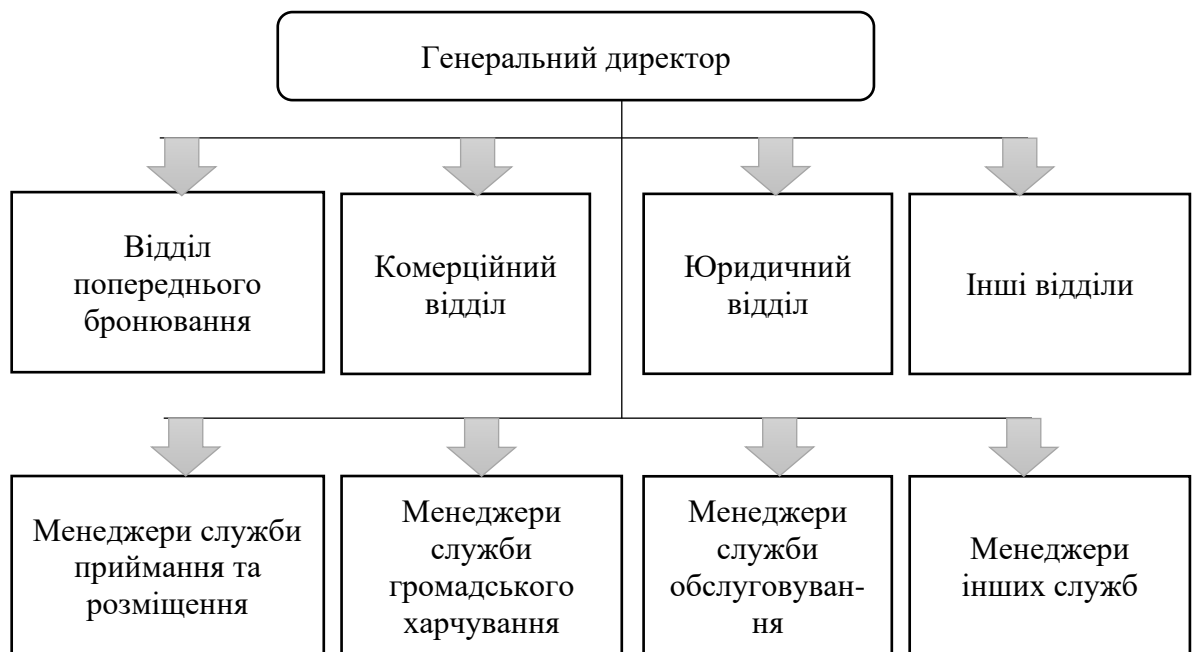


Рисунок 2.1. Структура управління готелем ПрАТ «Тернопіль-готель» [16]

Даний заклад є акціонерним товариством, керівником якого виступає голова правління. На даному підприємстві усі управлінські рішення обговорюються колективом, відповідно в управлінні підприємство превалює демократичний стиль, при цьому остаточне рішення приймають загальні збори акціонерів та генеральний директор готельного закладу.

Найвищими органами управління приймаються стратегічні рішення,

щодо розвитку підприємства, формування фінансової, інвестиційної, інноваційної політики підприємства, розширення послуг та штату персоналу. Кожен рік на зборах акціонерів даного підприємства затверджується план на поточний рік, а на довгострокову перспективу – стратегічні рішення. Оперативні рішення приймаються структурними підрозділами підприємства: відділ попереднього бронювання, комерційний відділ, кадрова служба юридичний відділ, менеджери служби приймання та розміщення, громадського харчування, обслуговування, маркетингу.

Важливими є відділи попереднього бронювання, приймання та розміщення, громадського харчування, обслуговування, які забезпечують процес обслуговування у даному закладі. Дані відділи забезпечують усі аспекти обслуговуючого процесу – бронювання, приймання та розміщення, обслуговування, харчування.

Для реалізації процесу просування готельних послуг існують комерційний відділ та відділ маркетингу, які визначають маркетинговий інструментарій просування готельних послуг. Для просування послуг використовуються різні види реклами (в ЗМІ, радіо, у соціальних мережах), заходи стимулювання збуту орієнтовані на власний торговий персонал та споживачів готельних послуг, заходи зв'язків із громадськістю.

Кадрова служба досліджуваного закладу реалізує кадрову політику підприємства, яка, в тому числі і пов'язана із стратегією розвитку підприємства, коригується у відповідності до економічної ситуації та операційного процесу.

Основне завдання кадрової політики готелю «Тернопіль-готель» – формування штату висококваліфікованого персоналу, котрий здатний задовільняти вимоги часу, використовувати новітні технології обслуговування. На підприємстві ретельно та зважено підходять до питання набору, добору та підготовки персоналу. Здійснено дослідження основних показників та результатів фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель» (таблиця 2.1)

Таблиця 2.1

Основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства

ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2021 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення (+;-)			Відносне відхилення (+;-)		
	2019	2020	2021	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2019	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2019
Активи	35488	35957	36532	469	575	1044	1,32%	1,60%	2,94%
Основні засоби	15323	20708	22846	5385	2138	7523	35,14%	10,32%	49,10%
Дебіторська заборгованість	13474	7773	6875	-5701	-898	-6599	-42,31%	-11,55%	-48,98%
Власний капітал	20484	22465	22585	1981	120	2101	9,67%	0,53%	10,26%
Поточні зобов'язання та забезпечення	14910	13255	13498	-1655	243	-1412	-11,10%	1,83%	-9,47%
Чистий дохід від реалізації послуг	16589	20346	21551	3757	1205	4962	22,65%	5,92%	29,91%
Операційні витрати	14363	17945	21000	3582	3055	6637	24,94%	17,02%	46,21%
Валовий прибуток	5595	5658	3885	63	-1773	-1710	1,13%	-31,34%	-30,56%
Чистий прибуток	1972	1981	120	9	-1861	-1852	0,46%	-93,94%	-93,91%

Здійснюючи дослідження показників фінансового стану (балансу) досліджуваного підприємства, слід відмітити зростання розміру активів на 1044 тис.грн. або на 2,94%, Зростання показника відбувається поступово, зокрема у 2019р. значення обсягу активів складало 35488 тис.грн. і зростає до рівня 36352 тис.грн. у 2021р.. Відповідна динаміка зростання на 35,14% за період 2019-2020 рр. та на 1,6% протягом 2020-2021 рр.

Зростання показника обумовлюється приростом основних засобів підприємства, відповідне значення показника збільшується із 15323 тис.грн. у 2019р. до значення показника 22846 тис.грн. у 2021 році. За досліджуваний період зростання показника становило 7523 тис.грн. або 49,1%. Зростання активів обумовлено модернізацію обслуговуючої інфраструктури даного готельного підприємства.

На жаль, на досить високому рівні залишається розмір дебіторської заборгованості підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель», відповідне значення показника знижується із 13474 тис.грн. у 2019р. до рівня 6875 тис.грн. у звітному 2021р.. Відповідний абсолютний показник зниження становив -6599 тис.грн. або на 48,98%.

Зниження показника обумовлює позитивні тенденції зменшення заборгованості перед підприємством та зростання оборотного капіталу для реалізації основних операційних процесів.

Про фінансову стійкість та незалежність від зовнішніх джерел засвідчує наявність власного капіталу і його зростання протягом досліджуваного періоду. Зокрема, показник у 2019р. становив 20484 тис.грн., а у звітному 2021р. збільшився до рівня 22585 тис.грн. Зростання власного капіталу у абсолютному вимірі становило 2101 тис.грн. або 10,26%.

Поряд із цим, знижується розмір поточних зобов'язань підприємства, якщо у 2019р. показник становив 14910 тис.грн., то у звітному 2021р. значення показника складало 13498 тис.грн., при цьому зниження показника складало

1412 тис.грн. або 9,47%. Зниження показника поточних зобов'язань за весь досліджуваний період обумовлено знижень зобов'язань пов'язаних із поточною кредиторською заборгованістю за товари, роботи та послуги.

Досліджуючи фінансові результати господарської діяльності підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» необхідно відмітити зростання розміру чистого доходу від реалізації послуг, при цьому значення показника збільшується із 16589 тис.грн. у 2019р. до рівня 21551 тис.грн. у 2021р., приріст показника становив 4962 тис.грн. або 29,91%. Зростання показника відбувається за рахунок збільшення попиту на асортимент ресторанної продукції та готельних послуг досліджуваного підприємства, зростанням цін на асортимент товару, введенням нових оплачуваних послуг у закладі.

Зростає розмір витрат пов'язаних із обслуговуванням поточних операційних процесів підприємства, зокрема значення показника у 2019 році становило 14363 тис.грн. та зростає до 21000 тис.грн. у 2021р.. У структурі витрат найбільша частка витрат на оплату праці і відповідних відрахувань, матеріальних та інших витрат. Зростання витрат становить 6637 тис.грн. або на 46,21% протягом усього періоду.

Аналізуючи узагальнюючий показник фінансово-господарської діяльності підприємства – чистий прибуток, необхідно відзначити, негативні тенденції зниження досліджуваного показника, якщо у 2019р. значення показника складало 1972 тис.грн., то у звітному 2021р. показник знизився до рівня 120 тис.грн. Протягом усього періоду зниження показника становило 1852 тис.грн. або 93,91%.

В цілому, узагальнюючи результати фінансово-господарської діяльності даного підприємства, необхідно відмітити позитивні тенденції зростання розміру активів, власного капіталу, чистого доходу від реалізації продукції (послуг), зниження розміру дебіторської та кредиторської заборгованостей підприємства.

Поряд із цим, необхідно відзначити і негативні тенденції зниження розміру валового та чистого прибутку підприємства, що обумовлено зростання розміру операційних витрат.

2.2 Дослідження стану та рівня якості обслуговування гостей у готелі

Наступним етапом аналізу стане визначення стану та рівня якості обслуговування споживачів готельних послуг у закладі. Необхідно відмітити, що зростання чистого доходу від реалізації послуг обумовлений високим рівнем сервісу та якістю наданих послуг у готелі «Тернопіль», а також індивідуальним підходом до кожного клієнта закладу. Даний принцип та підхід заложено в основі роботи досліджуваного готелю. Естетично оформлені практичні усі номери готелю «Тернопіль» (рис.2.2) із всіма необхідними зручностями, кваліфікований персонал закладу та асортимент послуг обумовлюють значну популярність даного закладу як у вітчизняних так і у іноземних відвідувачів.



Рисунок 2.2. Оформлення номерів у готелі «Тернопіль» [16]

Здійснюючи господарську діяльність готель «Тернопіль» надає досить широкий асортимент послуг, зокрема до основних послуг закладі необхідно віднести бронювання та проживання у комфортабельному номерному фонді, різноманітні екскурсійні по місту, регіону, за кордон, послуги прийому та розміщення гостей для проведення наукових заходів та інше.

Процес надання основних послуг у готелі «Тернопіль» чітко відлагоджений і нараховує ряд взаємопов'язаних етапів, що представлені на рис.2.3.

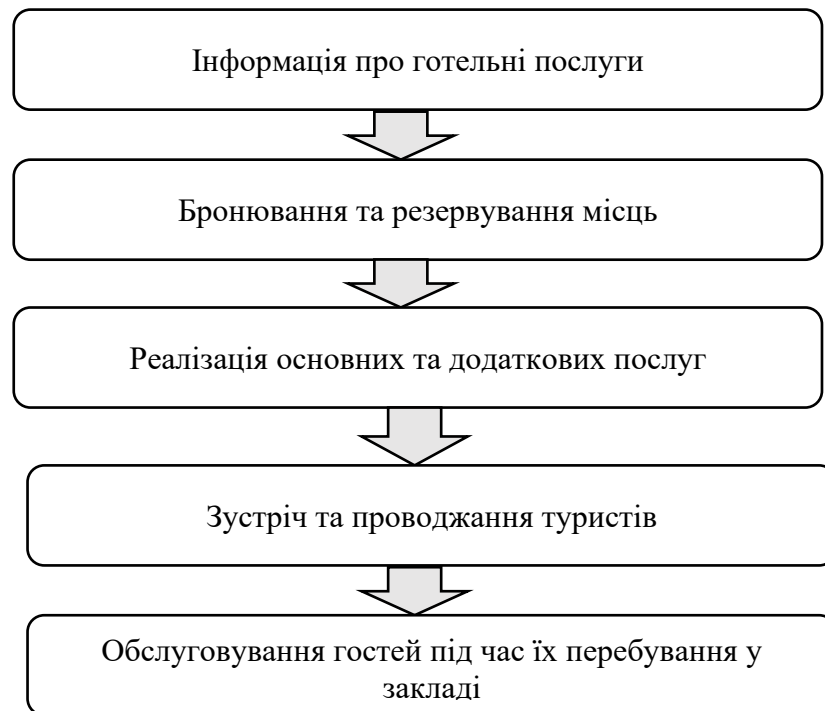


Рисунок 2.3. Етапність процесу надання основних послуг у готелі «Тернопіль»

Джерело: Розроблено самостійно

Розглянемо кожен із різновидів етапів даного закладу. Зокрема, інформацію про готельні послуги клієнт отримує із офіційного сайту готелю, інформації на відкритих Інтернет-ресурсах (Booking, Airbnb), проспектах закладу, які розміщені у торгових точках м. Тернополя, інформація із ЗМІ та від знайомих, котрі відвідували даний заклад.

Бронювання та резервування місць. Бронювання місць відбувається як

за телефоном, факсом, через офіційний сайт закладу, соціальні мережі, а також безпосередньо на стойці замовлень (Reception). Послуга бронювання включає закріплення визначеного номеру за клієнтом у визначений період часу. Час враховується від період, коли клієнт прийшов у заклад та до 11-00 наступного дня, коли реалізується виселення із закладу.

Реалізація основних послуг, тобто послуг проживання у комфортабельному номері готелю «Тернопіль», а також процес обслуговування у період проживання.

Поряд із основними необхідно відмітити і наявність додаткових послуг у готелі «Тернопіль», зокрема це надання послуг барів, ресторану, автостоянки, конференц-залу, кейтерингу та інше.

Важливо відзначити, наявний асортимент послуг пов'язаний із обслуговування туристів, зокрема можливе екскурсійне обслуговування власним автотранспортом, приймаються замовлення на ж/д квитки, квитки на культурно-масові заходи та авіа, надаються послуги гіда.

Важливим є те, що досить часто проводяться різноманітні наукові конференції та семінари. В разі, якщо слід організувати ділову зустріч, провести презентацію або конференцію, або ж обговорити досить важливі бізнесові питання із спонсорами або партнерами, пропонується скористатися різноманітними конференц-залами, котрі представлені у готелі. Конференц-зали є різноманітної місткості та різного апаратного забезпечення, що може задовольнити вимоги найбільш вимогливих клієнтів.

Також конференц-зал готелю «Тернопіль», котрий представлений на рис. 2.4., ідеально підходить для проведення брифінгів, локальних та регіональних семінарів, офіційний ділових зустрічей. В більшості випадків, конференц-зал має дві кімнати або ж складається із «Залу засідань» та «Бібліотеки».

Під час проведення офіційних заходів можливо замовлення послуг харчування та обслуговування під час даної процедури.

Конференц-зал (зал засідань) обумовлює можливість реалізовувати

різноманітні заходи, котрі проводяться із використанням мультимедії, а також стимулює оптимізації роботи із будь-якими наочними посібниками та презентаціями. Конференц-зал має наступні різновиди техніки, зокрема проектор, мультимедійну дошку, фліп-чат та відеодвійку.



Рисунок 2.4. Загальний вигляд конференц-залу у готелі «Тернопіль»
[16]

Також до додаткових послуг слід віднести: послуги інтернету та Wi-fi модуля, надання окремої кімнати для переговорів із мультимедійним інвентарем, автостоянка із охороною, послуги виклику таксі та ін.

«Бібліотека» може використовуватись як приміщення для проведення кава-брейків, а також у якості окремої зали для офіційних переговорів «за зачиненими дверима». Є можливість замовлення транспортного засобу: легкового автомобіля на прокат – 1000 грн. за добу, автобуса – 2500 грн. за добу, послуги трансферту до готелю та із готелю – додаткова оплата у відповідності від (до) точки замовлення.

Додатковими послугами є послуга замовлення квитків у Драматичний театр, музеї міста Тернопіль, відвідування різноманітних конкурсів та шоу в рамках різноманітних заходів, прання та прасування одягу, послуги юриста та

перекладача.

Зустріч та проводження туристів реалізується службою прийому та розміщення, разом із адміністратором закладу та швейцаром. При замовленні номеру надається чисту білизну та нові засоби гігієни. Перед приїздом гостей здійснюється генеральне прибирання у номерному фонді.

У готельному підприємстві «Тернопіль» виділяють наступні різновиди прибиральних робіт, зокрема: прибирання прилеглої території, прибирання центрального входу, вестибюлю, гардеробу та інших приміщень, прибирання сходів, коридорів, холу та інших місць загального користування, прибирання житлових номерів та вузлів індивідуального користування.

У відповідності до виду та призначення готельні приміщення закладу поділяються на кілька груп, зокрема: прибирання внутрішніх приміщень, санвузлів, житлових номерів, конференц-залу у готелі.

Прибиранням у даному готелі займаються наступні працівники: покоївки, котрі забезпечують чистоту та порядку у номерному фонді, прибиральники місць загального користування, прибиральники адміністративних приміщень та конференц залів, майстерня та технічна служба, котрі обслуговують прибиральників.

Протягом доби і у відповідності до графіку здійснення прибирання реалізуються наступні його види: щоденне, генеральне, проміжне, прибирання після виїзду гостей та заброньованих номерів.

Для початку процесу прибирання покоївка переодягається у фірмовий одяг та взуття, отримуючи при цьому основні настанови та завдання від старшої покоївки на прибирання номерного фонду, отримуючи ключі від номерів, потім здійснює перевірку наявності та стану інвентарю для реалізації прибирання.

Під час реалізації поточного прибирання номерного фонду, що зайняті гостями закладу реалізується проміжне прибирання, у разі якщо воно є необхідним.

Генеральне прибирання у закладі реалізується у відповідності до

планових заходів, тобто один раз протягом десяти днів. Досліджуваний план реалізації прибирання може змінюватися в разі, якщо визначено завданням управлінського персоналу або у відповідності до побажань гостей даного закладу.

Також може реалізовуватися проміжне прибирання номерного фонду на прохання гостей, при цьому воно реалізується за визначною прайсом послуг оплати. У роботи входять наступні складові, зокрема: виніс із номерного фонду сміття, миття та прибирання посуду, зміна постільної білизни, готування ванни до використання, зміна рушників у номерному фонді, миття підлоги та механізоване прибирання даного приміщення. Проміжне прибирання здійснюється у номерному фонді готелю «Тернопіль» у другій половині дня, якщо зазначений різновид прибирання визначено у рознарядці або якщо було прохання споживача готельних послуг. У комплексне прибирання готельного фонду включається реалізація ряду робіт: прибирання постелі, видалення із кошика сміття, упорядкування столу, миття посуду та склянок, миття ванни та інші послуги.

В узагальненні дослідимо основні показники котрі визначають якість готельних послуг у готелі «Тернопіль», результати дослідження представимо у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Показники якості готельних послуг у готелі «Тернопіль»
за період 2019-2021 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення (+;-)		
	2019	2020	2021	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2019
Чистий дохід від реалізації послуг	16589	20346	21551	3757	1205	4962
Кількість послуг прибирання	1015	1117	1074	102	-43	59
Повторне прибирання	102	116	94	14	-22	-8
Рейтинг готелю у Google Stat	4,2	4,4	4,3	0,2	-0,1	0,1
Рейтинг готелю у Booking	8,3	8,5	8,2	0,2	-0,3	-0,1
Чистий прибуток	1972	1981	120	9	-1861	-1852

Результати аналізу показників якості готельних послуг засвідчують зростання кількості реалізації послуг готелю «Тернопіль». Збільшується кількість прибирань та знижується кількості повторного прибирань. Аналізуючи рейтинг готелю необхідно відмітити зростання рейтингу готелю у Google Stat і незначне зниження рейтингу на платформі Booking.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ У ГОТЕЛІ ПРАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ»

Удосконалення підвищення рівня обслуговування у готелі «Тернопіль» лежить в площині реалізації маркетингових досліджень та систематичного вивчення інформації про стан та якість обслуговування в готелі. Маркетингові дослідження передбачають систематизований збір, накопичення, обробку та аналіз результатної інформації для прийняття обґрунтованих рішень у маркетинговій діяльності. Одним із поширених у світовій практиці методів дослідження ринку й попиту, ефективності реклами, споживацьких якостей товару є анкетування респондентів. Анкету для проведення опитування респондентів готелю «Тернопіль» представлено в додатку В.

Узагальнюючи основні результати проведеного маркетингового дослідження необхідно відмітити, що більшість респондентів, які перебували у готелі «Тернопіль» перебували із діловою та пізнавальною метою, про що повідомили 37% і 31% відповідно (рис.3.1).

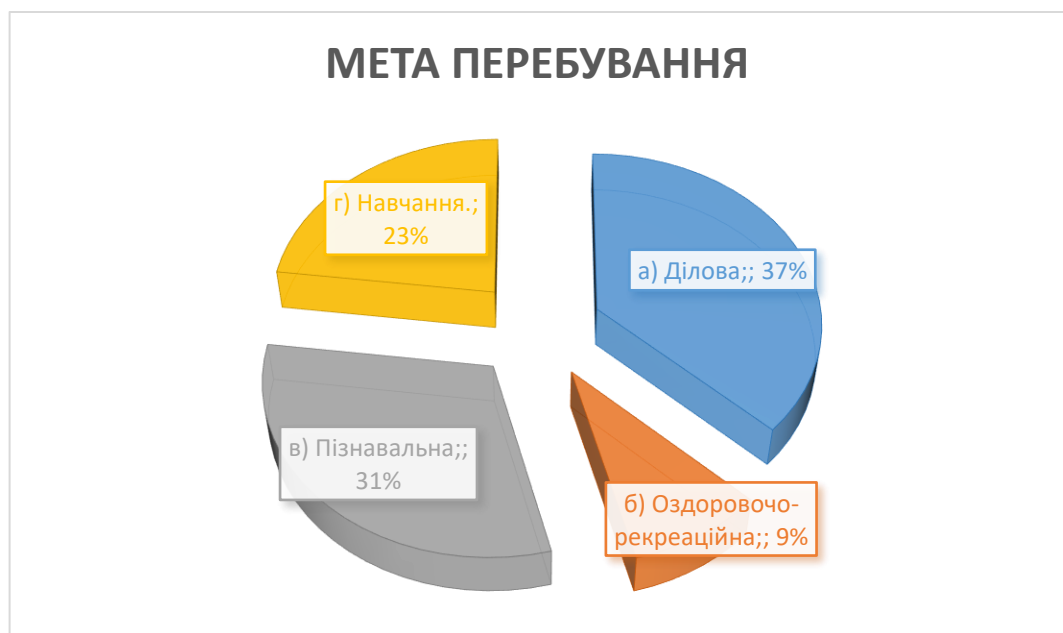


Рисунок 3.1. Результати анкетування на питання «Вкажіть будь-ласка мету Вашого перебування»

Джерело: Розроблено самостійно

Більшість респондентів повідомили про необхідність вдосконалення асортименту послуг (43%), зокрема розширювати технічні можливості готелю, солярій, СПА-салон, проведення екскурсій по місту (рис.3.2).

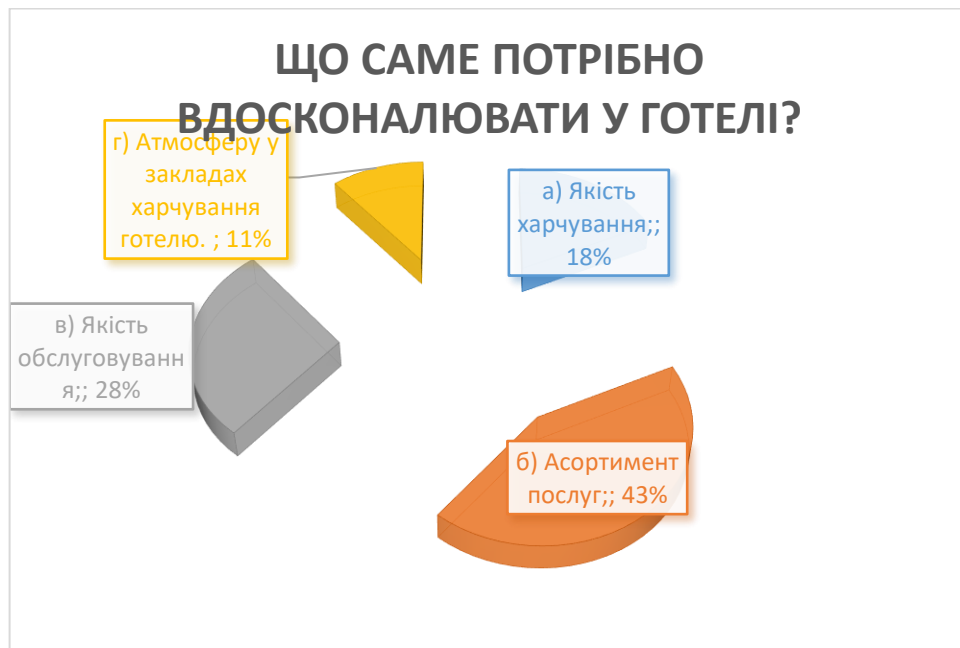


Рисунок 3.2. Результати анкетування на питання «Що саме, на Ваш погляд, потрібно вдосконалювати у вашому готелі?»

Джерело: Розроблено самостійно

Також потрібно вдосконалювати якість обслуговування та якість харчування у ресторані готелю «Тернопіль», про що повідомило 28% і 18% респондентів.

При цьому для підвищення якості харчування важливим є розширення асортименту страв (42%), швидкість обслуговування (19%), якість обслуговування (22%), атмосферу у закладах готелю (17%).

Оцінюючи якість номерного фонду, більшість респондентів відмічають хороший стан готельного номеру (48% респондентів поставили оцінку «4»), середній рівень обслуговування (45% респондентів поставили оцінку «3»), середній рівень диверсифікованості послуг у готелі (37% респондентів поставили оцінку «3»).

Поряд із цим більшість респондентів будуть в подальшому рекомендувати готель своїм друзям та колегам – 72% респондентів повідомили про це (рис.3.3).



Рисунок 3.3. Результати анкетування на питання «Чи будете рекомендувати готель своїм друзям/колегам?»

Джерело: Розроблено самостійно

Важливим є розвиток додаткових послуг у готелі, зокрема надання додаткових ліжок для дітей (про що повідомило 18% респондентів), відсутність номерів для людей з обмеженими можливостями (29% респондентів), номери для тих хто не палять (18%), інший варіант (35%) (рис.3.4).

Респонденти відмітити середній рівень обслуговування персоналом готелю «Тернопіль» клієнтів (58%), та дещо завищені ціни на основний асортимент послуг готелю (48%). Респонденти відмітили, те що використовували ряд додаткових послуг готелю, які були безкоштовними, зокрема використовували Інтернет (67% респондентів), електричні прибори (18%) та інші послуги (13%), а також два рази замовляли сніданок в номер (рис.3.5).

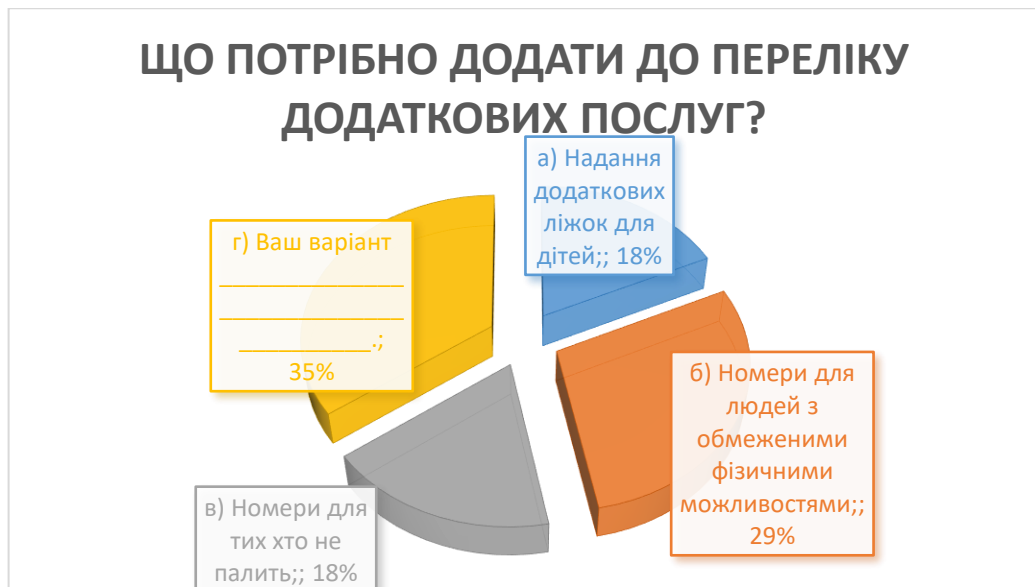


Рисунок 3.4. Результати анкетування на питання «Що на Ваш погляд, потрібно додати до переліку додаткових послуг?»

Джерело: Розроблено самостійно

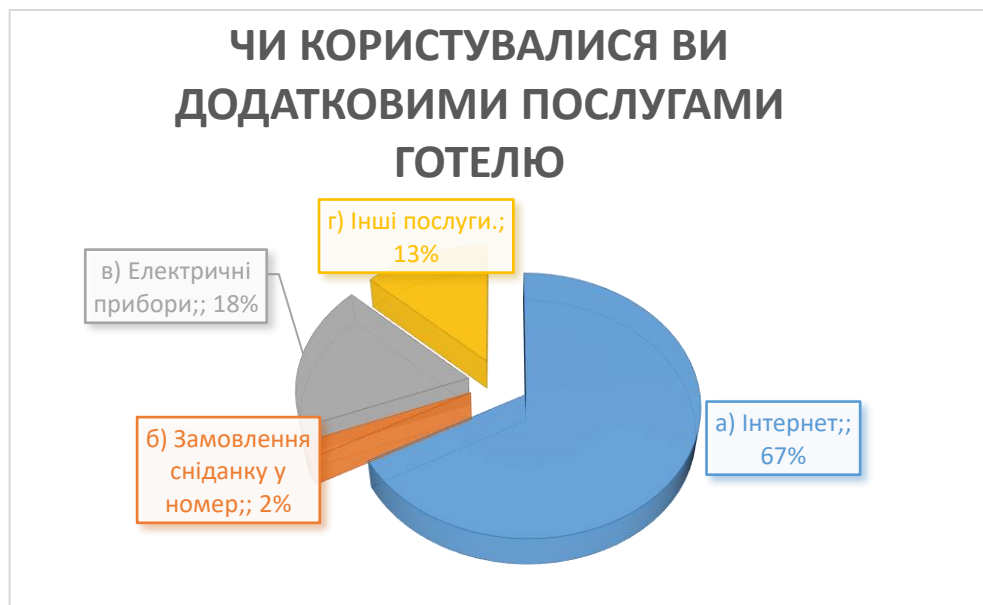


Рисунок 3.5. Результати анкетування на питання «Чи користувалися Ви додатковими послугами готелю?»

Джерело: Розроблено самостійно

Основними недоліками з якими зіткнулися клієнти – респонденти готелю це низька ефективність прибиральних робіт ат відсутність засобів

гігієни (27%), низький рівень та якість обслуговування у готелі (26%) та блочна система побудови готелю(29%). Зазначені недоліки слід коригувати та нівелювати.

В даному аспекті необхідно відзначити, що запорукою висококласного здійснення прибиральних робіт у готелі «Тернопіль» є висока кваліфікація працівників даної служби, досконала організація прибиральних робіт адміністрацією готелю та наявність досконалої та ефективної техніки, ефективних миючих та інших засобів для прибирання.

Важливо якісно та ефективно організувати роботу прибиральниць. При здійсненні розподілу часу необхідно організувати робочий графік таким чином, щоб прибирання реалізовувалося у максимально короткий час, оскільки обслуговуючий персонал, що розміщується на поверсі, повинен якнайменше потрапляти на очі гостю. Також важливо не перевантажувати обслуговуючий персонал, адже втома знижує продуктивність праці та значно впливає на якість виконуваних робіт.

В даному аспекті важливо розміщувати прибиральний інвентар та необхідні для прибирання інструменти на поверхах, для того щоб обслуговуючий персонал витрачав найменше часу та витрачених сил на його переміщення, а також щоб він не залишався на місцях загального користування.

При виконанні власних обов'язків покоївка або прибиральниця не повинна відволікатися на сторонні речі, зокрема читати пресу або займатися особистими справами. Рівень виконання обов'язків повинен бути орієнтований на повне задоволення запитів споживача, виконання його на високому рівні, оскільки зазначене виступає запорукою ефективності та прибутковості діяльності готельного підприємства [8, с.53].

Для правильного та ефективного забезпечення прибирання та максимальної частоти номерного фонду та приміщень у закладі, а також обладнання та предметів, що знаходяться у даних приміщеннях, при мінімальних витратах часу та сил повинна бути сформована чітка

послідовність виконання даного виду робіт. Адміністрація підприємства та управлінський персонал повинен вимагати від працівників чіткого дотримання трудового розпорядку.

Для покоївки, при цьому, важливо значити нормативи реалізації різновидів прибиральних робіт. Зазначене стимулюватиме виконувати достатній обсяг робіт із мінімальними нормативами та витратами робочого часу. Із метою покращення праці та зростання її продуктивності важливо рекомендувати прибираючому персоналу у готелі «Тернопіль» мати укомплектований візок, який повинен містити наступні прибиральні матеріали зокрема:

- миючі засоби;
- дезинфікуючі засоби;
- засоби для відмивання усіх видів поверхонь;
- засіб для підлог з будь-яким видом покриття;
- восковмісні засоби для натирання; жиророзчинні засоби;
- засоби для чищення пластикових поверхонь;
- засіб для обробки дерев'яних меблів;
- засоби, що дезодорують;
- прогумований фартух;
- пристрій для миття вікон;
- знімні насадки для миття і дезінфекції;
- бавовняні знімні насадки для прибирання;
- паперові рушники; рідке мило;
- туалетне мило;
- чиста білизна;
- прибиральний інвентар: пиросос, швабру, совок;
- два відра;
- мішок для брудної білизни;
- мішок для сміття;

- щітки;
- ганчір'я;
- набір рекламних матеріалів;
- гумові рукавички.

Для більш глибокого розуміння та володіння навичками прибирання важливо для покоївки проходити тестові та тренінгові заняття. Важливо спостерігати за тим, як службовці виконують власні зобов'язання, роблячи висновки про те, яке із тренувань максимально необхідне для удосконалення їх професійних навичок. Провівши зазначене тренування, важливо зробити висновок про їх ефективність та розробити основні завдання для підвищення рівня прибиральних робіт у готелі «Тернопіль».

На жаль, також слід констатувати, що для готелю «Тернопіль» під час організації прибирального процесу властивий значний рівень невизначеності, що, перш за все ставить клієнта у не надто вигідне становище, а готельному підприємству значно ускладнює надавання та просування власних готельних та ресторанних послуг на локальному ринку. Відповідно, найбільш важливим чинником готельного господарства є побудова ефективної системи якості реалізації обслуговування, котра передбачає розробку та впровадження відповідних стандартів якості, глибокого навчання персоналу, контролювання та подальше коригування обслуговуючих дій на різноманітних ділянках діяльності готелю «Тернопіль».

Під час дослідження якості обслуговування та надання готельних послуг у службі прийому та розміщення було виявлено ряд недоліків, котрі негативно впливають на рівень обслуговування. Зокрема, досить високими є показники звернення із претензіями, щодо роботи персоналу, а також засвідчують невміння опрацювання скарг. В даному контексті, важливо розробити стандарт розгляду скарг до процесу обслуговування.

Із скаргами та побажаннями гостей закладу важливо поводитися професійно та вирішувати їх оперативно, адже від даного факту залежить загальна задоволеність споживача готельних послуг. Гість повинен покинути

готель повністю задоволеним отриманим сервісом і з бажанням зупиниться в цьому готелі «Тернопіль» ще не один раз. Тому будь-які скарги, зауваження, рекомендації та запити гостя повинні вітатися, заохочуватися і ретельно аналізуватися.

Усі проблеми та скарги гостя повинні бути вирішені на протязі 15 хвилин робочого часу, при цьому якщо усунення недоліків займатиме більше 15 хвилин, то необхідно обов'язково зв'язатися із гостем та пояснити йому, що проблема вирішується або буде вирішена найближчим часом і знадобиться трошки більше часу.

Гість повинен завжди відчувати себе головною людиною в готелі. Для цього співробітник готелю зобов'язаний враховувати безліч нюансів, в тому числі таких як привітність завжди усміхненого персоналу, вітання клієнта готелю в певний, адекватний час доби, охайний зовнішній вигляд персоналу, виконання послуги «ранкового дзвінка» з точністю до трьох хвилин, чітке збереження місця розташування особистих речей гостя при проведенні поточного збирання номера, швидкість обслуговування (табл.3.1).

Для реалізації процесу обслуговування важливим є впровадження та контроль виконання стандартів обслуговування, що забезпечить чіткість дій та формуватиме системність у процесі обслуговування.

Для підготовки персоналу із служби прийому та розміщення важливо також проводити заходи підготовки та підвищення кваліфікації. Для здійснення таких заходів пропонується провести тренінг «Стандарти обслуговування для співробітників служби прийому та розміщення готелю».

Під час такого тренінгу працівники отримають навички якісної комунікації із гостем, що необхідні адміністратору готелю. Мета реалізації програми розвитку – прививати співробітникам навички, котрі необхідні для якісного та ефективного спілкування із гостями та ознайомити їх із стандартами ділового спілкування в індустрії гостинності, етикетом та етикою реалізації готельного бізнесу, проводити кейси для підготовки працівників до різноманітних

нестандартних та проблемних ситуацій, котрі виникають у роботі служби прийому та розміщення гостей.

У програму занять увійде лекційний матеріал про важливість клієнтоорієнтованого підходу у готельному бізнесі, про правила встановлення першого контакту із гостем, про стандарти охайності у зовнішньому вигляді співробітників служби прийому та розміщення, про основи етики та етикету.

Таблиця 3.1

Пропоновані стандарти обслуговування клієнтів в службі прийому і розміщення у готелі «Тернопіль»

№ п/п	Назва стандарту	Зміст стандарту
1	Стандарт привітання	Співробітник служби прийому і розміщення вітає гостя посмішкою і фразою: «Добрий день (посада, ім'я співробітника)»
2	Стандарт надання інформації	Інформація надається тільки після уточнення та перевірки, при можливості супроводжується друкованими матеріалами, інструкціями і схемами. При наявності черги на реєстрацію гостям ввічливо пропонують самостійно ознайомитися з інформаційними матеріалами на стендах і в буклетах
3	Стандарт управління чергою	Якщо в черзі до адміністратора збирається більше двох осіб, до роботи по реєстрації гостей та видачі інформації підключається старший адміністратор, більше 5-ти осіб - порт'є.
4	Стандарт пунктуальності	Всі документи гостя повинні бути готові до оформлення в день виїзду за 20 хвилин до розрахункової години. Послуга «ранковий дзвінок» повинна бути виконана з точністю до трьох хвилин
5	Стандарт телефонних переговорів	Відповісти на виклик потрібно не пізніше 3 дзвінка. «Готель Київ/Глухомань Добрий день!» - стандартний початок розмови. Якщо абонент не говорить українською, повторити вітання англійською чи іншою іноземною мовою.
6	Стандарт розгляду скарг	Всі скарги та проблеми гостя повинні бути вирішені протягом 15 хвилин. Якщо усунення проблеми займає більше 15 хвилин, то потрібно обов'язково зв'язатися з гостем, пояснити йому, що його проблема вирішується і буде вирішена, але на це знадобиться трохи більше часу.
7	Стандарт прощання	Якщо гість ще проживає в готелі: «Приємного перебування в нашому готелі!». Якщо гість виїжджає: «До побачення, всього доброго!»

Джерело: Розроблено готелем «Тернопіль»

Окрім цього варто удосконалити системи стимулювання обслуговуючого персоналу у готелі «Тернопіль» за результатами праці та досягнення високої якості обслуговування. Для цього пропонується організувати проведення акцій та виплата грошових премій «співробітник місяця». Нами пропонується, при виписці гостя із номеру заповнювати міні – анкету, у відповідності до якої він зможе здійснити оцінювання якості обслуговування і залишити власні відгуки про роботу співробітників.

В кінці звітнього періоду начальник служби, здійснивши аналіз думок клієнтів вибирає обслуговуючого працівника із максимальною кількістю позитивних відгуків. Портер працівника буде опубліковано на інформаційному стенді, а також надається грошова винагорода у вигляді премії.

ВИСНОВКИ

Об'єктом дослідження у даній курсовій роботі обрано готельне підприємство «Тернопіль-готель», який є багатоповерховою спорудою розташованою у історичному центрі м. Тернопіль. В сучасних умовах досліджуване підприємств є стабільно функціонуючим на ринку м.Тернополя через високу конкурентоспроможність та якість послуг, що дає можливість бути прибутковим та фінансово успішним. Середньооблікова чисельність працюючих складає 63 особи.

Основними цілями, котрі поставлені перед управлінськими персоналом досліджуваного підприємства є: збереження та розширення ринку реалізації готельних послуг підприємства, розробка та впровадження нових інноваційних послуг, реалізація нових методів роботи із наявними та потенційними клієнтами, покращення якості готельних послуг, оптимізація цінової політики та вироблення якісної маркетингової стратегії підприємства.

Узагальнюючи результати фінансово-господарської діяльності підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель», необхідно відмітити позитивні тенденції зростання розміру активів, власного капіталу, чистого доходу від реалізації продукції (послуг), зниження розміру дебіторської та кредиторської заборгованостей підприємства. Поряд із цим, необхідно відзначити і негативні тенденції зниження розміру валового та чистого прибутку підприємства, що обумовлено зростання розміру операційних витрат.

Процес надання основних послуг у готелі «Тернопіль» чітко відлагоджений і нараховує ряд взаємопов'язаних етапів: інформація про готельні послуги, бронювання та резервування місць, реалізація основних та додаткових послуг, зустріч та проводження туристів, обслуговування гостей під час їх перебування у закладі. Реалізація основних послуг, тобто послуг проживання у комфортабельному номері готелю «Тернопіль», а також процес обслуговування у період проживання.

Поряд із основними необхідно відмітити і наявність додаткових послуг у готелі «Тернопіль», зокрема це надання послуг барів, ресторану, автостоянки, конференц-залу, кейтерингу та інше.

Важливо відзначити, наявний асортимент послуг пов'язаний із обслуговування туристів, зокрема можливе екскурсійне обслуговування власним автотранспортом, приймаються замовлення на ж/д квитки, квитки на культурно-масові заходи та авіа, надаються послуги гіда.

Результати аналізу показників якості готельних послуг засвідчують зростання кількості реалізації послуг готелю «Тернопіль». Збільшується кількість прибирань та знижується кількості повторного прибирань. Аналізуючи рейтинг готелю необхідно відмітити зростання рейтингу готелю у Google Stat і незначне зниження рейтингу на платформі Booking.

Основними недоліками з якими зіткнулися клієнти – респонденти готелю це низька ефективність прибиральних робіт та відсутність засобів гігієни (27%), низький рівень та якість обслуговування у готелі (26%) та блочна система побудови готелю (29%). Зазначені недоліки слід коригувати та нівелювати.

Отже, в роботі пропонується підвищити ефективність прибиральних робіт та надавати у номер усі необхідні засоби гігієни. В даному аспекті необхідно відзначити, що запорукою висококласного здійснення прибиральних робіт у готелі «Тернопіль» є висока кваліфікація працівників даної служби, досконала організація прибиральних робіт адміністрацією готелю та наявність досконалої та ефективної техніки, ефективних миючих та інших засобів для прибирання.

Для правильного та ефективного забезпечення прибирання та максимальної частоти номерного фонду та приміщень у закладі, а також обладнання та предметів, що знаходяться у даних приміщеннях, при мінімальних витратах часу та сил повинна бути сформована чітка послідовність виконання даного виду робіт. Адміністрація підприємства та управлінський персонал повинен вимагати від працівників чіткого

дотримання трудового розпорядку.

Для підготовки персоналу із служби прийому та розміщення важливо також проводити заходи підготовки та підвищення кваліфікації. Для здійснення таких заходів пропонується провести тренінг «Стандарти обслуговування для співробітників служби прийому та розміщення готелю».

Під час такого тренінгу працівники отримають навички якісної комунікації із гостем, що необхідні адміністратору готелю. Мета реалізації програми розвитку – прививати співробітникам навички, котрі необхідні для якісного та ефективного спілкування із гостями та ознайомити їх із стандартами ділового спілкування в індустрії гостинності, етикетом та етикою реалізації готельного бізнесу, проводити кейси для підготовки працівників до різноманітних нестандартних та проблемних ситуацій, котрі виникають у роботі служби прийому та розміщення гостей.

Окрім цього варто удосконалити системи стимулювання обслуговуючого персоналу у готелі «Тернопіль» за результатами праці та досягнення високої якості обслуговування. Для цього пропонується організувати проведення акцій та виплата грошових премій «співробітник місяця». Нами пропонується, при виписці гостя із номеру заповнювати міні – анкету, у відповідності до якої він зможе здійснити оцінювання якості обслуговування і залишити власні відгуки про роботу співробітників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Березін О.В., Міценко Н.Г., Дуда С.Т. Управління потенціалом підприємства: навч. посіб. Львів : Магнолія. 2019. 308 с.
2. Белоусова О.С., Афанас'єва О.С. Актуальні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах підготовки до Євро 2012 *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту* 2017. №2. С.53-60.
3. Гірняк П.П. Менеджмент. Підручник. Львів : Магнолія. 2019. 352 с.
4. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : навч. посіб. Харків : ХНАМГ, 2016. 414 с.
5. Данилюк Л.П. Сутність управління якості готельних послуг. *Вісник Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2016. №12 С.78-83.
6. ДСТУ 180 9004-2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності. Вимоги : чин. від 10.01.2001 р. Київ : Держстандарт України, 2001. 44 с.
7. Дубодєлова А.В. Система управління якістю готельних послуг: методологічні аспекти. Проблеми економіки та управління. Львів: Вид-во Нац. ун-ту Львів. Політехніка», 2018. №611. С.130-134.
8. Іванова Л.О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства. Львів : Магнолія. 2019. 216 с.
9. Іванова Л.О., Музика О.М. Моніторинг світового ринку готельних і ресторанних послуг: навч. посіб. Львів : Магнолія. 2019. 227 с.
10. Круль Г.Я. Основи готельної справи: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 280 с.
11. Кудла Н.Є. Управління якістю в туризмі: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 28 с.
12. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 472 с.
13. Мальська М.П. Управління сферою готельного господарства: теорія

та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 336 с.

14. Мельниченко С. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах. *Вісник КНТЕУ*. 2016. №1. С. 73 – 78.

15. Оробейко Е.С. Шредер Н.Г. Організація обслуговування: ресторани і бари: посібник. Миколаїв : Альфа-М, 2016. 320 с.

16. Офіційний сайт готелю «Тернопіль». URL: <http://www.hotelternopil.com/> (дата звернення: 06.04.2023).

17. Панченко М. О. Управління якістю: теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 228 с.

18. Сахно Є.Ю., Дорош М.С., Ребенок А.В. Менеджмент сервісу: теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 328с.

19. Томаля Т.С., Щипанова Я.І. Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. №2 (12). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_56. (дата звернення: 31.03.2023).

20. Топольник В. Г. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві : навч. посіб. Донецьк : Національний університет економіки і торгівлі імені М.Тугана-Барановського, 2016. 328 с.

21. Усіна А.І., Давидова О.Ю., Сегеда І.В., Кононенко Т.П. Організація послуг харчування: підручник. Харків : ХНУМГ, 2014. 183 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Загальний вигляд готелю «Тернопіль»



Фінансова звітність підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель»

		Дата	КОДИ
		за ЄДРПОУ	01.01.2022
Підприємство	Приватне акціонерне товариство "Тернопіль-готель"	за КОАТУУ	14038383
Територія	Тернопільська область, м.Тернопіль	за КОПФГ	6110100000
Організаційно-правова форма господарювання	Відкрите акціонерне товариство	за КВЕД	231
Вид економічної діяльності	Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування		55.10
Середня кількість працівників: 64			
Адреса, телефон: 46001 м.Тернопіль, вул.Замкова 14, (0352) 430051			
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку		<input type="checkbox"/>	
за міжнародними стандартами фінансової звітності		<input checked="" type="checkbox"/>	v

Баланс
(Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2021 р.
Форма №1

		Код за ДКУД	1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	0	0
первісна вартість	1001	0	0
накопичена амортизація	1002	(0)	(0)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	5 317	5 124
Основні засоби	1010	20 708	22 846
первісна вартість	1011	34 658	39 351
знос	1012	(13 950)	(16 505)
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	(0)	(0)
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	(0)	(0)
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	231	231
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	26 256	28 201

II. Оборотні активи			
Запаси	1100	379	308
Виробничі запаси	1101	249	171
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	130	137
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	7 057	6 197
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	608	677
з бюджетом	1135	602	750
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	108	1
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	939	394
Готівка	1166	209	223
Рахунки в банках	1167	730	171
Витрати майбутніх періодів	1170	8	4
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0
Усього за розділом II	1195	9 701	8 331
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	35 957	36 532

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 461	1 461
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	5 884	5 884
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	15 120	15 240
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	22 465	22 585

II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	237	449
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	237	449
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	237	449
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	12 076	13 239
розрахунками з бюджетом	1620	143	20
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	0	6
розрахунками з оплати праці	1630	114	136
одержаними авансами	1635	180	91
розрахунками з учасниками	1640	742	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	0	6
Усього за розділом III	1695	13 255	13 498
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	35 957	36 532

Керівник

Головко Станіслав Миколайович

Головний бухгалтер

Мельник Олександр Євгенійович

Підприємство Приватне акціонерне товариство
"Тернопіль-готель"

Дата
за ЄДРПОУ

КОДИ
01.01.2022
14038383

**Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід)**

за 2021 рік

Форма №2

I. Фінансові результати

Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	21 551	20 346
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	(0)	(0)
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(17 666)	(14 688)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий:			
прибуток	2090	3 885	5 658
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	0	0
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(2 629)	(2 343)
Витрати на збут	2150	(396)	(395)
Інші операційні витрати	2180	(198)	(192)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	662	2 728
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0

Інші доходи	2240	7	2
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(294)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(111)	(33)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	558	2 403
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-438	-422
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	120	1 981
збиток	2355	(0)	(0)

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(0)	(0)
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	120	1 981

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	6 257	5 302
Витрати на оплату праці	2505	3 463	3 105
Відрахування на соціальні заходи	2510	725	612
Амортизація	2515	3 145	1 898
Інші операційні витрати	2520	7 410	7 028
Разом	2550	21 000	17 945

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	5 842 908	5 842 908
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	5 842 908	5 842 908
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,020540	0,339040

Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0,020540	0,339040
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

Керівник

Головко Станіслав Миколайович

Головний бухгалтер

Мельник Олександр Євгенійович

		КОДИ	
		Дата	01.01.2021
Підприємство	Приватне акціонерне товариство "Тернопіль-готель"	за ЄДРПОУ	14038383
Територія	Тернопільська область, м.Тернопіль	за КОАТУУ	6110100000
Організаційно-правова форма господарювання	Відкрите акціонерне товариство	за КОПФГ	231
Вид економічної діяльності	Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування	за КВЕД	55.10
Середня кількість працівників: 64			
Адреса, телефон: 46001 м.Тернопіль, вул.Замкова 14, (0352) 430051			
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку		<input type="checkbox"/>	
за міжнародними стандартами фінансової звітності		<input checked="" type="checkbox"/>	v

Баланс
(Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2020 р.
Форма №1

		Код за ДКУД	1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	0	0
первісна вартість	1001	0	0
накопичена амортизація	1002	(0)	(0)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	5 179	5 317
Основні засоби	1010	15 323	20 708
первісна вартість	1011	27 880	34 658
знос	1012	(12 557)	(13 950)
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	(0)	(0)
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	(0)	(0)
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	231	231
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	20 733	26 256

II. Оборотні активи			
Запаси	1100	183	379
Виробничі запаси	1101	100	249
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	83	130
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	12 296	7 057
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	1 005	608
з бюджетом	1135	143	602
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	446	108
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	680	939
Готівка	1166	0	209
Рахунки в банках	1167	680	730
Витрати майбутніх періодів	1170	2	8
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0
Усього за розділом II	1195	14 755	9 701
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	35 488	35 957

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 461	1 461
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	5 884	5 884
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	13 139	15 120
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	20 484	22 465

II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	94	237
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	94	237
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	94	237
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	3 138	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	9 867	12 076
розрахунками з бюджетом	1620	861	143
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	0	0
розрахунками з оплати праці	1630	84	114
одержаними авансами	1635	174	180
розрахунками з учасниками	1640	742	742
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	44	0
Усього за розділом III	1695	14 910	13 255
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	35 488	35 957

Керівник

Головко Станіслав Миколайович

Головний бухгалтер

Мельник Олександр Євгенійович

Підприємство Приватне акціонерне товариство
"Тернопіль-готель"

Дата
за ЄДРПОУ

КОДИ
01.01.2021
14038383

Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід)
за 2020 рік
Форма №2
I. Фінансові результати

		Код за ДКУД 1801003	
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	20 346	16 589
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	(0)	(0)
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(14 688)	(10 994)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий:			
прибуток	2090	5 658	5 595
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	0	4
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(2 343)	(1 927)
Витрати на збут	2150	(395)	(301)
Інші операційні витрати	2180	(192)	(172)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	2 728	3 199
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0

Інші доходи	2240	2	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(294)	(848)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(33)	(121)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	2 403	2 230
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-422	-258
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1 981	1 972
збиток	2355	(0)	(0)

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(0)	(0)
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1 981	1 972

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	5 302	1 756
Витрати на оплату праці	2505	3 105	2 446
Відрахування на соціальні заходи	2510	612	508
Амортизація	2515	1 898	1 313
Інші операційні витрати	2520	7 028	8 340
Разом	2550	17 945	14 363

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	5 842 908	5 842 908
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	5 842 908	5 842 908
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,339040	0,337500

Результати анкетування

Питання анкетування	Кількість відповідей	Частка у загальній структурі
1.Вкажіть будь ласка мету Вашого перебування:		
а) Ділова;	37	37%
б) Оздоровчо-рекреаційна;	9	9%
в) Пізнавальна;	31	31%
г) Навчання.	23	23%
Всього	100	100%
2.Що саме, на Ваш погляд, потрібно вдосконалювати у вашому готелі?		
а) Якість харчування;	18	18%
б) Асортимент послуг;	43	43%
в) Якість обслуговування;	28	28%
г) Атмосферу у закладах харчування готелю.	11	11%
Всього	100	100%
3. Що саме, На ваш погляд, потрібно вдосконалювати для підвищення якості харчування:		
а) Асортимент страв;	42	42%
б) Швидкість обслуговування;	19	19%
в) Якість обслуговування;	22	22%
г) Атмосферу у закладах харчування готелю.	17	17%
Всього	100	100%
4. Оцініть за 5-ти бальною шкалою Ваші враження від нашого номерного фонду (1 – дуже погано 5 – дуже добре):		
Бали	MAX	
Готельний номер 1 2 3 <u>4</u> 5	48	48%
Рівень обслуговування 1 2 <u>3</u> 4 5	45	45%
Набір послуг 1 2 <u>3</u> 4 5	37	37%
Всього	100	100%
5. Чи будете рекомендувати готель своїм друзям/колегам?		
а) Так;	72	72%
б) Ні.	28	28%
Всього	100	100%

6. Що на Ваш погляд, потрібно додати до переліку додаткових послуг?		
а) Надання додаткових ліжок для дітей;	18	18%
б) Номери для людей з обмеженими фізичними можливостями;	29	29%
в) Номери для тих хто не палить;	18	18%
г) Ваш варіант _____.	35	35%
Всього	100	100%
7. Рівень професійності обслуговування персоналу:		
а) Високий;	16	16%
б) Середній;	58	58%
в) Низький.	26	26%
Всього	100	100%
8. Рівень професійності обслуговування персоналу:		
а) Зависокі ціни, які не відповідають якості обслуговування та умови проживання;	48	48%
б) Середні;	17	17%
в) Низькі.	35	35%
Всього	100	100%
9. Чи користувалися Ви додатковими послугами готелю:		
а) Інтернет;	67	67%
б) Замовлення сніданку у номер;	2	2%
в) Електричні прибори;	18	18%
г) Інші послуги.	13	13%
Всього	100	100%
10. Вкажіть недоліки, з якими Ви зіткнулися під час перебування у нашому готелі:		
а) Відсутність засобів гігієни;	27	27%
б) Забрудненість у номері;	18	18%
в) Низький рівень обслуговування;	26	26%
г) Блочна система.	29	29%
Всього	100	100%