

**ГАЛИЦЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА  
Відділення сфери послуг**

Циклова комісія дисциплін  
готельно-ресторанної справи та туризму

**КУРСОВА РОБОТА  
на тему: «МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ  
СПОЖИВАЧІВ У ТРЬОХЗІРКОВОМУ ГОТЕЛІ»**

Виконав (ла): ст. гр. ГР-286

Ліщинський Назар Васильович

Науковий керівник: к.е.н.,  
викладач

Муха Роксолана Андріївна

Кількість балів \_\_\_\_\_

Національна шкала \_\_\_\_\_

ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії

\_\_\_\_\_  
(підпис)(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_  
(підпис)(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_  
(підпис)(прізвище та ініціали)

**Тернопіль 2024**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ТРЬОХЗІРКОВОМУ ГОТЕЛІ.....	5
1.1. Сервісна діяльність як основа продуктивної активності готелю.....	5
1.2. Особливості організації обслуговування споживачів у готельному комплексі.....	12
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ТРЬОХЗІРКОВОМУ ГОТЕЛІ (НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ»).....	19
2.1. Організаційно-економічна характеристика готельного підприємства.....	19
2.2. Практика реалізації та оцінка ефективності обслуговування споживачів у готелі.....	26
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ГОТЕЛІ ПрАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ».....	35
ВИСНОВКИ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42
ДОДАТКИ.....	44

## ВСТУП

**Актуальність теми** дослідження обумовлюється тим, що готельний бізнес є одним із найбільш прибуткових векторів розвитку економіки кожної країни. Обрана тема дослідження є перспективною і для України, проте існують проблеми, що суттєво стримують динаміку відтворення цього сектора економіки та його конкурентоспроможність, порівняно з розвинутими країнами світу (повільні тенденції розвитку цієї сфери діяльності; наявний готельний фонд не відповідає світовим стандартам; низькі темпи будівництва сучасних комфортабельних готелів за рахунок іноземних компаній, низька купівельна спроможність населення тощо). Стан готельного бізнесу впливає на розвиток індустрії туризму, загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки - транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю та ін.

Готельний бізнес в Україні потребує удосконалення процесу обслуговування для збереження конкурентних позицій на ринку, підвищення рівня задоволення попиту споживачів на послуги, які за асортиментом та якістю відповідають світовим стандартам. Вищезазначена проблематика потребує системних досліджень напрямів і тенденцій розвитку процесу обслуговування готельних комплексів на засадах ефективного менеджменту, розробки стратегій і планів розвитку на рівні керівників і фахівців готельних підприємств, а також залучення у практику методичних підходів за оцінкою ефективності прийнятих управлінських рішень.

Сьогодні тема дослідження особливостей обслуговування в готельному бізнесі є дуже актуальною, адже Україна, яка розташована в центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, має для подальшого розвитку своєї туристичної сфери сприятливі природно-кліматичні умови, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси, проте значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку туристичних послуг.

Вивченню основних положень теорії та практики організації обслуговування на підприємствах готельного бізнесу приділено велику увагу

такими вітчизняними науковцями та фахівцями: Белоусова О.С., Афанас'єва О.С., Дубодєлова А.В., Мальська М.П., Муха Р.А., Мельниченко С., Томаля Т.С., Щипанова Я.І., Топольник В. Г. та ін. У роботах цих авторів розглядаються організація обслуговування, сучасний стан і подальший розвиток готельного бізнесу, аналізуються чинники, що впливають на підвищення ефективності організації обслуговування в готельному господарстві в Україні.

**Метою даного дослідження** є з'ясування теоретичних підходів та практичних аспектів реалізації моделі організації обслуговування споживачів у трьохзірковому готелі.

**Завданнями курсової роботи** є вивчення таких питань:

- визначення сервісної діяльності як основи продуктивної активності готелю;
- дослідження сутності та особливостей готельних послуг;
- визначення особливостей організації обслуговування споживачів у готельному комплексі;
- організаційно-економічна характеристика готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль-Готель»;
- практика реалізації обслуговування споживачів у готелі;
- оцінка ефективності здійснення обслуговування гостей у готельному підприємстві;
- удосконалення моделі організації обслуговування споживачів у готелі ПрАТ «Тернопіль-готель».

**Об'єктом дослідження** виступає господарська діяльність підприємства ПрАТ «Тернопіль-Готель», а **предметом написання роботи** є взаємозв'язки в процесі реалізації обслуговування споживачів на готельному підприємстві.

В роботі використано **методи дослідження** – синтезу, аналізу, порівняння, узагальнення, статистичні, планування та прогнозування.

**Структура роботи.** Курсова робота складається з вступу, трьох розділів основної частини, висновків, списку використаної літератури, який налічує 25 джерел.

## **РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ТРЬОХЗІРКОВОМУ ГОТЕЛІ**

### **1.1. Сервісна діяльність як основа продуктивної активності готелю**

Готельне господарство як елемент інфраструктури виступає показником облаштованості соціального простору в рамках міста, способом зміцнення зв'язків, перетворення їх на систему інтеграційних процесів, де реалізується соціально-культурний обмін, розвивається культура пізнання.

Головна риса готельного господарства полягає в розширенні власної затребуваності через створення клієнтських стосунків, в яких визначальними стають функціональні якості гостинності.

Функціональні якості гостинності виражаються через розвиток сервісних структур, відносин суб'єктів і об'єктів, а також через відтворення стійкого соціально-культурного настрою людей [10, с.104].

Суб'єктом сервісу в готельному господарстві є професійний організатор з реалізацією функціональної сервісної спрямованості. Об'єктом виступає відвідувач, що тимчасово мешкає в номері готелю. Суб'єкти перетворюють тимчасове проживання об'єкту на надійний, ефективний спосіб подолання втоми. Створений комфорт в готелі виступає системою гарантій культурно-психологічної стійкості, що спрямована на зміцнення життєдайних якостей відвідувача.

Крім того, готельне господарство як самостійний елемент інфраструктури вирішує одне з протиріч між індивідуальними потребами людини та відчуженням соціального середовища (самотність, безвихідне становище, незахищеність). І тут саме сервіс в готельному господарстві формує у відвідувачів стійке соціально-психологічне самопочуття та надійний захист, які досягаються комплексом заходів (матеріальні умови готелю, ефективна сервісна діяльність), що носить назву «продуктивна активність готелю». В основі продуктивної активності готелю лежить філософія бізнесу. В свою чергу філософія реалізується на основі

темоцентричної акції.

Темоцентрична взаємна акція – це метод встановлення балансу стану індивідуума, його відносин з іншими та загальною задачею (модель групової роботи «Інтеракція (взаємодія), сконцентрована на темах (TZI)» розроблена швейцарською психоаналітиком Рут Кон). Розвиток темоцентричної акції в системі продуктивної активності готелю – явище тонкої дипломатії, яка визначає цінність гостинності, а саме: формування психотерапевтичного ефекту [14, с.62].

В готельній сфері темоцентрична акція – метод встановлення балансу між ступенем комфортності гостя та основними функціональними задачами готелю. Даний метод передбачає пріоритет в подоланні перепон, виправленні порушень, що пов'язані з комфортним перебуванням гостя в готелі. Тому розвиток темоцентричної акції – це явище тонкої дипломатії, яке визначає цінність гостинності – формування психотерапевтичного ефекту, захищає практичну суть готельного господарства і визначає його конкурентоспроможність (рис. 1.1).

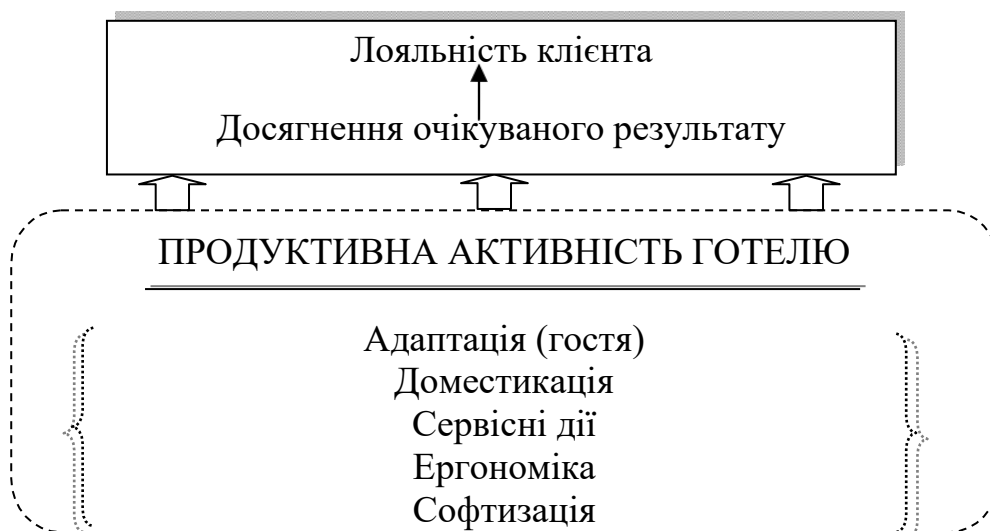


Рисунок 1.1. Система забезпечення лояльності клієнта в готелі [21]

Отже, філософія готельного бізнесу ґрунтується на прагненні сформувати певні темоцентричні ефекти, щоб забезпечити стійке соціально-психологічне самопочуття та надійний захист (досягти продуктивної

активності) у гостей, які досягаються комплексом заходів. Здійснити це можна за рахунок [11, с.128]:

- 1) адаптації – процесу пристосування до змін середовища;
- 2) доместикації (від лат. Domesticus – «домашній») наближення умов перебування гостя в готелі до домашніх;
- 3) сервісних дій, серед яких пріоритет залишається за технологією гостинності;
- 4) ергономіки (від давньогрецької ергос (дія, робота), номос (закон, порядок)) – дій щодо організації простору, оснований на дотриманні комфорту, зручності, екології, безпечності речей, що оточують людину, та спрямовані на досягнення очікуваного нею результату. Завдяки ергономіці успішно ведеться робота з профілактики «професійних» захворювань, підвищується емоційний стан, продуктивність праці;
- 5) софтизації – процесу перетворення нематеріальних засобів (послуг, інтелектуального потенціалу, рівня підготовки персоналу) на важливий фактор економічного розвитку готелю.

Розглянемо ці складові більш детально.

Адаптація. Прибуття гостя в готель супроводжується потребою в задоволенні його багаточисельних бажань. Він прагне швидше відпочити, відчувати очікуваний результат від задуманих планів, відчувати безпомилковість вибору, побачити оригінальність нового місця, привітну гостинність. За зустрічню відвідувачів слідує: надання номерів, характеристика умов для мешкання; режим роботи готелю.

У такій ситуації будь-яке відхилення від очікуваного результату – це вибух емоцій, виникнення неминучого конфлікту. І, як результат, втома активізує агресивність в його характері. До адаптаційних ознак слід віднести: блиск предметів санітарно-гігієнічного призначення; забезпеченість аксесуарним приладдям; свіжість порт'єр; безшумність роботи дверей; чистоту вікон та інше. «Родзинкою» аксесуарів може бути: свіжа квітка у вазі, мінеральні напої; інформація про готель, про місто; про розташування

готелю, про інші культурні об'єкти. Аксесуарне оформлення номера створює піднесений емоційний настрій, зміцнює асоціації того, що тут ретельно готувалися до прийому гостей.

Домістикація. Поселення в номер готелю – подія об'ємного характеру. Темоцентрична акція, усуваючи «дрібниці», формує домістикацію, яка враховує як соціально-психологічний чинник, так і національно-культурну особливість відвідувачів. Як відомо, використання деталей в облаштуванні готельного номера може підсилити відчуження, а може оперативно його усунути.

Головною умовою домістикації є сервісні дії, серед яких пріоритет надається технології гостинності. В усіх технологічних аспектах матеріальної основи гостинності реалізується тактика «невидимих процесів». Збалансований в такий спосіб номер готується до розкриття сервісних стосунків. Він стає об'єктом бізнесу, відмітні якості якого припускають:

- 1) відповідність рівня умов розміщення фінансовим витратам;
- 2) створену базу для обслуговування клієнта;
- 3) формування умов для відновлення сил відвідувачів;
- 4) виконання заявленої оферти (обіцяних умов) нормативним вимогам.

Ергономіка. Порядок в ергономіці – це система дій, спрямованих на досягнення очікуваного результату. У готелі очікуваним результатом вважається стійке самопочуття клієнтів, в якому переважають:

- увага до прохань клієнта;
- доступність послуг;
- яскравість вражень від місця перебування.

Чистота в системі ергономіки підтримує мажорну життєдіяльність, примножуючи чинник оздоровлення і безпеки. Реалізація даного показника передбачає: свіже повітря, безвідмовну роботу санітарно-гігієнічного устаткування, справні меблі, аромат свіжості постільної білизни. Порядок, що гарантує безпеку і зберігання сил, стає основою соціального настрою. На практиці це розкривається як турбота про споживачів, про їхнє фізичне і



моральне самопочуття, позитивне емоційне враження.

Стійкість соціально-психологічних вражень виключають негативні оцінки. А якщо такі виявляються, то вони збільшують підґрунтя для конфлікту. У зв'язку з цим негативні оцінки обслуговування можуть викликати хвилю обурення щодо невідповідності фінансових витрат рівню послуг.

Софтизація. Розвиток софтизації в готельному господарстві допомагає забезпечити значний організаційно-технологічний комплекс заходів, що передбачає:

- формування цінності обслуговуючої праці як чинника відновлення і зберігання здоров'я людей;
- проведення своєчасної ротації персоналу (уникати звичних дій в роботі персоналу з метою підвищення відповідальності виконавців за доручену справу);
- винагороду «за працю» адекватну «ставленням до справи».

В умовах конкурентного ринку послуг гостинності прагнення підприємств до максимізації прибутку спонукає готель забезпечити не лише проживання та харчування, а й розширювати асортимент і обсяг додаткових послуг. Це збагачує зміст поняття «готельний бізнес», розширює сферу діяльності готельних підприємств. Економічна сутність готельного бізнесу як сфери послуг, полягає у нематеріальному характері її діяльності.

Особливістю послуг гостинності є те, що вони є головним продуктом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів, створюються й реалізуються в межах одного підприємства. Отже, процес обслуговування, де поєднуються виробництво та споживання послуг, називається «наданням послуг».

Готельна послуга – це дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням.

Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що

надаються споживачу при розміщенні та проживанні в готелі [5, с.79]:

- основні послуги – обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що входить до ціни номера (місця) і надається споживачу згідно з укладеним договором;

- додаткові послуги – обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором.

Результатом господарської діяльності, що підкреслює комплексний характер готельних послуг, є готельний продукт. Він може бути трьох типів:

- основний (послуги розміщення та обслуговування);
- супутній (комплекс послуг і товарів, необхідних клієнтам для використання основного продукту, наприклад, надання телефонного зв'язку, побутових послуг);

- додатковий продукт (послуги, що виділяють готель серед конкурентних аналогічних продуктів, наприклад, послуги сауни, SPA-центру).

Слід зазначити, що всі вищезазначені послуги взаємодоповнюються і сприймаються клієнтами як єдине ціле. Крім того, послуги, що виступають на одному ринку супутнім продуктом, на іншому можуть бути додатковими.

Серед особливостей готельних послуг, що відрізняють їх від товару, можна виділити такі: нематеріальний характер; обмежені можливості зберігання послуги; терміновий характер послуг; сезонний характер послуг; неоднорідність якості надання послуги (неповторність) (табл. 1.1).

Для забезпечення якості послуг, їх уніфікації (приведення послуг до однотипності – можливості їх однакової повторюваності) в готелях розробляються стандарти обслуговування.

Стандарт обслуговування – це комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, який має гарантувати встановлений рівень якості всіх виробничих операцій.

Таблиця 1.1

## Характерні особливості готельних послуг [7, с.132]

Ознака послуги	Прояви ознаки	Заходи активізації продажу послуги
Нематеріальний характер	<ul style="list-style-type: none"> <li>- невідчутність послуги;</li> <li>-неможливість в повному обсязі оцінити послугу до моменту її придбання;</li> <li>- складність презентації послуги клієнтові;</li> <li>- складність в обґрунтуванні цін на послуги.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-заходи, що підвищують довіру до готельного підприємства;</li> <li>-підкреслення вигоди від придбання послуги;</li> <li>-підвищення відчутності послуги;</li> <li>- використання реклами;</li> <li>-проведення акцій зі зміни тарифів, залучення до готелю відомих клієнтів.</li> </ul>
Обмежені можливості зберігання	<ul style="list-style-type: none"> <li>- послуга не може зберігатися для подальшого продажу;</li> <li>-втрачені доходи готелю.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-необхідно розробити стратегію, що забезпечить оптимальне співвідношення попиту і пропозиції;</li> <li>ефективна цінова політика, система тарифів, оптимізація асортименту послуг коригування попиту за сезонними завантаженнями готелю;</li> <li>- введення системи попередніх замовлень, використання реклами.</li> </ul>
Терміновий характер	Через погану організацію роботи поснути можуть надаватися повільно. Зокрема, послуги на поселення в більшості готелів тривають 10-15 хв. тоді як в Токіо - 45 сек.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-введення стандартів обслуговування;</li> <li>-наявність кваліфікованого персоналу;</li> <li>-автоматизація процесів обслуговування.</li> </ul>
Сезонний характер попиту	Низьке завантаження готелів для ділових центрів ППК попиту припадає на осінь та весну, у курортних готелів – на літо. Нестабільність доходів.	Оптимізація асортименту послуг; Ефективна цінова політика.
Неоднорідність якості надання послуг	Якість одній послуги важко повторити через різний рівень кваліфікації працівників. їх психофізичних особливостей, різне розуміння якості послуги споживачем.	Застосування стандартів обслуговування: організація виробничого процесу: підтримка позитивної атмосфери в колективі; управління поведінкою споживачів: дослідження факторів впливу на поведінку споживачів.

Стандарт обслуговування є ідеальною послугою (абстрактна теоретична модель сервісної діяльності), яка визначає формальні критерії оцінювання якості технології обслуговування в готелі, що оснований на

маркетингових дослідженнях вимог споживачів до їх якості.

Враховуючи спеціалізацію готелів, їх територіальну сегментацію, концепцію діяльності, неможливо встановити єдині стандарти технологічних процесів. Тому кожний готель розробляє власну систему стандартів обслуговування, яка вивіряється роками, або використовує стандарти відомих готелів. В даному контексті, важливо здійснити дослідження особливостей та специфіки організації процесу обслуговування споживачів у готельному комплексі.

## **1.2. Особливості організації обслуговування споживачів у готельному комплексі**

Організація технологічного процесу сервісного обслуговування в готелях є стандартною, при цьому в кожному підприємстві згідно структури організації, типу (орієнтації на ринковий сегмент), її категорії та розміру готелю технологічний процес визначається характерною унікальністю.

Технологія обслуговування в засобах розміщення характеризується циклічністю - послідовним повторенням процесу обслуговування відвідувача від часу його прибуття в готель, або залишеної заявки на бронювання, до кінцевого від'їзду з готелю. Схематичне зображення готельного циклу наведено на рис. 1.2. З представленого рис. 1.2 слідує, що гостьовий цикл можна розділити на чотири основні етапи, що відрізняються один від одного сукупністю технологічних процесів, пов'язаних з наданням послуг і обліку відвідувачів [12, с.183].

Перша фаза полягає в тому, що гість вибирає готель під час попереднього етапу прибуття гостьового циклу.

Вибір готельного підприємства може залежати від багатьох факторів, в тому числі попередній досвід взаємодії гостя в даному готелі, рекламна кампанія підприємства, рекомендації від друзів і колег, розташування, бронювання туристичного агентства, репутація готелю та інше.

Бронюванням номерів займаються співробітники служби прийому і

розміщення і відділу бронювання. Заявки на бронювання надходять в дані служби. Існує кілька способів забронювати номер в готелі: усний по телефону, письмовий, по факсу, і через Інтернет.



Рисунок 1.2. Технологічний цикл в готелі [21]

Факсом або поштою клієнт відправляє в готель заявку у вигляді листа. Аналогічну заявку можна оформити у відділі бронювання готелю.

Заявка на бронювання номерів передбачають наступні відомості:

1. ПІБ;
2. Категорія номерів та їх кількість;
3. Терміни проживання в готелі;
4. Форма оплати (безготівковий / готівковий розрахунок, банківські реквізити організації).

Далі заявку реєструють і підтверджують або відмовляють тим же чином, яким вона була отримана. У тому випадку, якщо це телефонне бронювання варто приділити пильну увагу до прохань клієнтів, так як враження, отримані під час розмови, визначають відношення до готелю в цілому [22, с.81-82].

Відповідати на телефонні дзвінки повинен співробітник, що знає і володіє інформацією про готель, про категорії номерів, про відмінності в номерах, і найголовніше про завантаження готелю. Існують спеціальні розроблені бланки, в яких необхідно робити позначки в потрібних графах, а не фіксувати заявку повністю, тим самим скорочуючи час телефонної розмови.

В ході першої взаємодії з працівниками готелю потенційний споживач готельних послуг отримує інформацію про комплекс послуг, розташування готелю щодо визначних об'єктів, транспортної доступності, тарифах та інших необхідних відомостях. Успішне спілкування з клієнтом завершується внесенням співробітником відділу бронювання заявки клієнта в журнал реєстрації календарного бронювання номерів. Якщо номер успішно заброньовано, то настає офіційний початок гостьового циклу сервісного обслуговування гостя в готелі.

Протягом першої фази технологічного циклу «до прибуття» проводиться остаточна підготовка номерів до зустрічі і прийому гостей: до приїзду гостя - підтверджується фактом його приїзду, допускається часткова зміна термінів прибуття, уточнюється потреба трансферу (якщо передбачений в послугах готелю). Напередодні заселення здійснюється остаточна санітарна підготовка номера і перевірка чистоти [3, с.117].

Друга фаза технологічного циклу готельного обслуговування пов'язана із зустріччю гостей в аеропорту, на вокзалі, здійснюється трансфер до місця прибуття, проходить процес реєстрації і розміщення постояльців в готелі. Зустріч гостей і трансфер в готель виконують важливу психологічну та анімаційну функцію: це створює перші враження про персонал, готелі і місті, в цілому. Зустріч і трансфер до готелю менше стомлюють гостей, і дозволяють з перших контактів проявити турботу про своїх постояльців.

Варто відзначити, що втомлений, незадоволений гість в готельному підприємстві - це втрачені кошти від невикористання ним додаткових послуг готелю. Тому необхідно бути акуратними і проявляти по відношенню до гостя ненав'язливий сервіс. Під час трансферу до готелю, важливим моментом є

надання інформації гостю про розташування готелю щодо важливих об'єктів соціально-культурної, ділової інфраструктури міста, про можливі додаткові послуги готелю, якими гість може скористатися [20, с.109].

З прибуттям до готелю друга фаза технологічного циклу переходить на стадію організації поселення гостей. Реєстрації в готелях різних категорій відрізняються за якістю обслуговування і тривалості цього процесу, проте, основна інформація в процесі реєстрації скрізь однакова. У готелях, які користуються автоматизованими системами, процес реєстрації гостя проходить досить швидко.

Існують два типи гостей, які прибувають в готель для реєстрації. У одних вже є існуюча бронь на номер, інші номер в готелі не бронювали. Це так само відбивається на швидкості роботи адміністратора.

Поселення гостей, які забронювали номер готелі, проходить швидше, ніж ті, хто приїхав без попередньої броні. Якщо гість заздалегідь забронював номер, то дані про нього вже збережені в заявці на бронювання. Адміністратору служби прийому і розміщення варто уточнити номер заявки, вибрати необхідний модуль у комп'ютерній системі і здійснити реєстрацію. Далі гість лише підписує реєстраційну карту [13, с.193].

Гості, що заїхали в готель без попереднього бронювання, проходять процес реєстрації протягом більшого часу. В такому випадку, співробітник враховує побажання гостя про засоби розміщення, при цьому вибирає відповідний номер з вільних номерів.

При підтвердженні на розміщення в номері готелю, гість заповнює реєстраційну картку (анкету), яка являє собою договір між Виконавцем (готель) і Споживачем (гість). В анкеті гість вказує адресу свого постійного місця проживання, адресу організації, яка оплачує проживання (якщо оплата здійснюється третьою особою) і вид платежу (готівка, кредитна картка або чек).

Необхідно правильно і акуратно заповнювати анкету, в зв'язку з тим, що інформація про клієнта і його дані можуть бути використані для запрошення

знову відвідати готель. Якщо записана адреса неправильна, то це може стати причиною марності розсилки рекламних матеріалів, або розробленої системи лояльності з її акціями, знижками постійним клієнтам і т.д. [20, с.92].

Також на підставі реєстраційної картки (анкети) гостя стає можливим повернення забутих в номері речей, якщо допущені помилки в адресі, контактних даних постояльця, то виникають труднощі при поверненні забутого майна.

При реєстрації гостеві виписують рахунок за проживання, що включає тариф номера (або місця), помножений на число діб, оплату бронювання, оплату додаткових послуг, які гість замовляє при реєстрації. Після оплати проживання гість отримує другий примірник рахунку.

Адміністратор заповнює візитну картку (картку гостя) - документ на право входу в готель і одержання ключа від номера. Карта гостя завжди виписується в одному примірнику і має містити такі дані: прізвище гостя, номер кімнати і терміни проживання, а також дані, куди співробітники готелю повинні заносити його речі, багаж, майно. При розпізнаванні багажу зарекомендували себе талони, на яких записані прізвище власника, а після реєстрації і номер кімнати [5, с.81].

Подібний талон видається швейцаром при вході клієнта в готель. Якщо талона немає, то гість показує свій багаж, показує дозвіл на поселення, де записаний номер кімнати, і порт'є відносить багаж до номера. В номері він показує гостеві, як користуватися обладнанням і інформує про правила користування. Таким чином, у другій фазі клієнт купує інформацію про послуги, особливості організації роботи готелю, плануванні будинку.

На другому етапі оформляються необхідні документи, відбувається попередня оплата проживання і заздалегідь обумовлюються додаткові і супутні послуги готелю. Дана фаза відіграє одночасно інформаційну, адаптаційну та комунікаційну функцію.

Третя фаза гостьового циклу пов'язана з обслуговуванням гостей під час проживання в готелі. Щоб забезпечити комфортне проживання в готелі,



необхідно пропонувати не тільки добре обладнані номери, а й надавати згідно категорії готелю, спеціалізації і розмірам і т. д., певний перелік додаткових послуг. Незалежно від категорії готелю, будь-яке підприємство, що надає послуги проживання і розміщення повинно орієнтуватися на ключову мету - протягом усього терміну перебування гостя наблизити умови проживання клієнта до максимально комфортних для нього, створити необхідні умови для робочої обстановки, відпочинку та розваг [1, с.193].

У готелях з високим рівнем обслуговування обов'язкові такі об'єкти, як бізнес-центр, оздоровчий центр, послуги конференц-залу, послуги пропозиції трансферу, та ін. додаткові послуги, що є важливою складовою в забезпеченні доходів готелю. Правильно побудована організація обслуговування гостей і професіоналізм співробітників готелі - це типові вкладення на перспективу в готельному бізнесі, саме такі інвестиції окупляться фінансово під час повторних заїздів вже постійних гостей, можливо, заселення їх родичів, знайомих.

На даному етапі черговий адміністратор, починаючи роботу, повинен переглядати журнал із записами попередньої зміни. В такому журналі фіксується інформація про події, що відбуваються за минулий зміну, про потреби і побажаннях гостей, які звернулися в службу в цей проміжок часу, але не задоволені з різних причин.

Перед початком роботи чергового адміністратора слід переглянути інформацію про наявність вільних місць і заявок на поточну добу. В обов'язки співробітника служби прийому і розміщення також входить і облік використання номерного фонду [22, с.105].

До обов'язків чергового адміністратора входить збереження і видача ключів від номерів по картці гостя, також він повинен консультувати і допомагати гостям у вирішенні проблемних ситуацій.

Черговий адміністратор служби прийому та розміщення контролює своєчасну оплату послуг, отримує плату за проживання при готівковому розрахунку. Він також перевіряє паспортні дані, правильність внесення їх до

реєстраційної картки, контролює терміни дії візи.

Четверта фаза гостьового циклу «від'їзд» пов'язана з повним розрахунком гостя за проживання і надані додаткових платних послуг.

При кінцевому розрахунку необхідно перевірити точність підрахунку, переглянути разом з гостем співвідношення всіх нарахувань за термін його присутності в готелі. На даній стадії здійснюється оформлення виїзду, проводиться повний розрахунок з клієнтом за проживання та додаткові послуги і оплата рахунків.

Завершальна фаза гостьового циклу в окремих готелях зв'язується з трансфером гостей на вокзал або аеропорт. Впровадження даної послуги в готельному бізнесі передбачає, що це вплине на повторне розміщення в готелі, і гостю захочеться побувати в готелі знову, завдяки комфортності, в процесі надання послуг [15, с.202].

Таким чином, можна зробити висновок, про те, що організація обслуговування в готелях представляє технологічний цикл з послідовним виконанням певних етапів (фаз). Технологія процесу гостьового циклу являє собою сукупність методик, прийомів, режимів роботи, послідовність операцій і процедур в поєднанні з впровадженням засобів, обладнання, матеріалів, інструментів координованих процесом управління та організації готелем. Безпосередньо дослідження практичних аспектів організації обслуговування споживачів у трьохзірковому готелі є важливим аспектом в контексті розгляду специфіки та характерних особливостей діяльності готелю ПрАТ «Тернопіль-готель».

## **РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ТРЬОХЗІРКОВОМУ ГОТЕЛІ (НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ»)**

### **2.1. Організаційно-економічна характеристика готельного підприємства**

Об'єктом дослідження виступає процес організації обслуговування у трьохзірковому готелі «Тернопіль-готель». Назва підприємства – Приватне акціонерне товариство «Тернопіль-готель». Організаційно-правова форма: Приватне акціонерне товариство Ідентифікаційний код юридичної особи: 14038383. Місцезнаходження: 46001, Україна, Тернопільська обл., м.Тернопіль, вул.Замкова 14. Міжміський код, телефон та факс: (0352) 430051, (0352) 430051.

Приватне акціонерне товариство «Тернопіль-готель» представляє собою стабільно функціонуюче підприємство, яке налічує понад 60 років історії. Початок свого існування компанія визначає у 1962 р., коли було утворено готель «Тернопіль». Згодом, цю структуру перетворено на Тернопільське об'єднання готельного господарства згідно з рішенням Тернопільської міської ради № 292 від 25.08.1992 року. Подальша реорганізація здійснена шляхом перетворення об'єднання у відкрите акціонерне товариство «Тернопіль-готель» на підставі наказу Фонду державного та комунального майна м. Тернопіль № 154 від 25.07.1997 року.

Відповідно до приписів Закону України «Про акціонерні товариства» і рішення загальних зборів акціонерів, зафіксованого в Протоколі № 13 від 29.05.2011 р., відкрите акціонерне товариство «Тернопіль-готель» зазнало перетворень у публічне акціонерне товариство «Тернопіль-готель». Надалі, слід відзначити те, що публічне акціонерне товариство «Тернопіль-готель» було перейменовано на приватне акціонерне товариство «Тернопіль-готель» відповідно до наказу № 7 від 19.05.2017 р.

На поточний момент варто відзначити, що дана корпорація об'єднує два готелі: готель «Тернопіль» та готель «Галичина».

Основні види діяльності із зазначенням найменування виду діяльності та коду за КВЕД 55.10 – діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення 68.20 – надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна 56.10 – ресторанів, надання послуг мобільного харчування.

Досліджуючи особливості побудови системи управління даного готельного підприємства необхідно відзначити наявність двох систем управління: керуюча, яка визначає специфіку управління та основні органи, котрі забезпечують процес управління на готельному підприємстві; керована – визначає специфіку побудови функціональних служб та підрозділів, організацію взаємодії між структурними частинами підприємства.

Досліджуючи особливості управління керуючої підсистеми підприємства важливо відзначити наявність наглядової ради, загальних зборів акціонерів, основних членів правління; керована система має наступні структурні підрозділи, зокрема, відділ кадрів, планово-економічний відділ, служба бронювання та обслуговування номерного фонду, юрисконсульт, відділ постачання та матеріально-технічного забезпечення, технічний відділ та допоміжні відділи та служби [18].

Структуру управління підприємством ПрАТ «Тернопіль-готель» представлено на рис. 2.1.

Організаційна структура досліджуваного приватного акціонерного товариства «Тернопіль-готель» визначається як лінійно-функціональна, що дозволяє компанії зосередитися на орієнтуванні на кінцевого споживача, забезпечувати послуги стабільної якості, ефективно задовольняти попит та відповідати потребам клієнтів.

Зазначена структура управління сприяє утриманню низького рівня міграції персоналу, що позитивно впливає на якість бізнес-процесів та сприяє виконанню корпоративних стандартів на високому рівні.

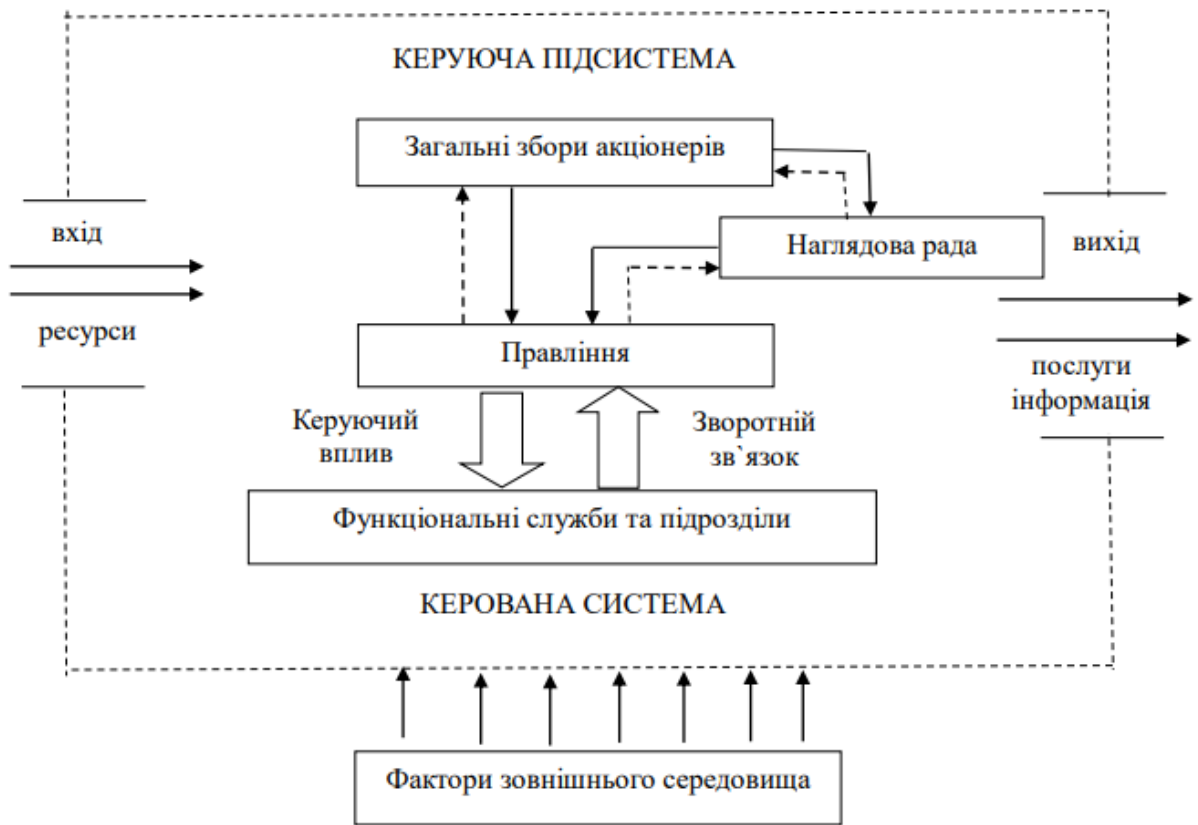


Рис. 2.1. Організаційна структура управління підприємством  
ПрАТ «Тернопіль-готель» [18]

Серед позитивних аспектів лінійно-функціональної організаційної структури, характерної для приватного акціонерного товариства (скорочена назва - ПрАТ) «Тернопіль-готель», можна визначити швидку реакцію на директиви та вказівки від моменту постановки завдання до його виконання. Також важливо відзначити оперативність у прийнятті управлінських рішень, що впливає з раціонального поєднання лінійної та функціональної моделей, сприяючи стійким взаємозв'язкам та їх ефективності. Високий рівень відповідальності керівництва та лінійних працівників даного готелю, а також єдність і чіткість у системі управління, також виступають основними перевагами вказаної організаційної структури.

Далі здійснимо дослідження фінансово-економічних показників функціонування та розвитку готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2020-2022 рр., результати аналізу представимо у табл. 2.1.

Основні фінансово-економічні показники готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель»  
за період 2020-2022 рр.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення			Відносне відхилення		
	2020	2021	2022	2021-2020	2022-2021	2022-2020	2021-2020	2022-2021	2022-2020
Активи, в тому числі	35961	38124	45415	2163	7291	9454	6,01%	19,12%	26,29%
Необоротні активи	28321	27388	29771	-933	2383	1450	-3,29%	8,70%	5,12%
Основні засоби	22472	21186	22808	-1286	1622	336	-5,72%	7,66%	1,50%
Оборотні активи	7640	10736	15644	3096	4908	8004	40,52%	45,72%	104,76%
Запаси	298	431	1455	133	1024	1157	44,63%	237,59%	388,26%
Дебіторська заборгованість	7207	9353	10989	2146	1636	3782	29,78%	17,49%	52,48%
Гроші та їх еквіваленти	135	952	3200	817	2248	3065	605,19%	236,13%	2270,37%
Власний капітал	22634	24007	31588	1373	7581	8954	6,07%	31,58%	39,56%
Позиковий капітал	13327	14117	13827	790	-290	500	5,93%	-2,05%	3,75%
Кредиторська заборгованість	12689	13540	13279	851	-261	590	6,71%	-1,93%	4,65%
Дохід від реалізації послуг	8481	20338	26800	11857	6462	18319	139,81%	31,77%	216,00%
Собівартість реалізації послуг	10814	14357	16353	3543	1996	5539	32,76%	13,90%	51,22%
Валовий прибуток	-2333	5981	10447	8314	4466	12780	-356,37%	74,67%	-547,79%
Чистий прибуток	49	1373	7581	1324	6208	7532	2702,04%	452,15%	15371,43%
Рентабельність активів	0,14%	3,6%	16,69%	3,47%	13,09%	16,56%	2543,06%	363,51%	12150,76%
Рентабельність реалізації	0,58%	6,75%	28,29%	6,17%	21,54%	27,71%	1068,46%	319,01%	4796,01%

Аналізуючи результати дослідження представлені у табл. 2.1. необхідно відзначити збільшення розміру активів підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» на 9454 тис.грн. у абсолютних показниках та на 26,29% у відносних показниках протягом досліджуваного періоду. Зростання показника активів обумовлено приростом необоротних та оборотних активів підприємства, що засвідчує зростання основного та оборотного капіталу підприємства. Збільшується загальний обсяг необоротних активів на 1450 тис.грн. або на 5,12%, при цьому зростає розмір оборотних активів на 8004 тис.грн. або на 104,76%.

Зростання необоротних активів обумовлено приростом основних засобів на 336 тис.грн., поряд із цим зростання оборотного капіталу обумовлено приростом запасів (на 1157 тис.грн. або на 388,26%), зростанням рівня дебіторської заборгованості (на 3782 тис.грн. або на 52,48%), зростанням рівня грошових засобів та їх еквівалентів (на 3065 тис.грн. або на 2270,37%). Динаміка зростання основного та оборотного капіталу підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2020-2022 рр. представлено на рис. 2.2.



Рисунок 2.2. Динаміка зростання основного та оборотного капіталу підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2020-2022 рр.\*

\*Джерело: Розроблено автором самостійно

Аналізуючи структуру джерел формування активів досліджуваного підприємства необхідно відзначити зростання розміру власного капіталу (на

8954 тис.грн. або на 39,56%), при цьому також зростає і величина позикового капіталу на 500 тис.грн. або на 3,75%. Зростання власного капіталу обумовлено приростом нерозподіленого прибутку на даному підприємстві. Про позитивні тенденції та фінансову незалежність свідчить переважання власного капіталу над позиковим, зокрема власний капітал переважає позиковий у 2,28 разів. Відповідно, за рахунок власного капіталу підприємство спроможне погасити усі зобов'язання. Динаміку власного та позикового капіталу підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2020-2022 рр. представимо на рис. 2.3.

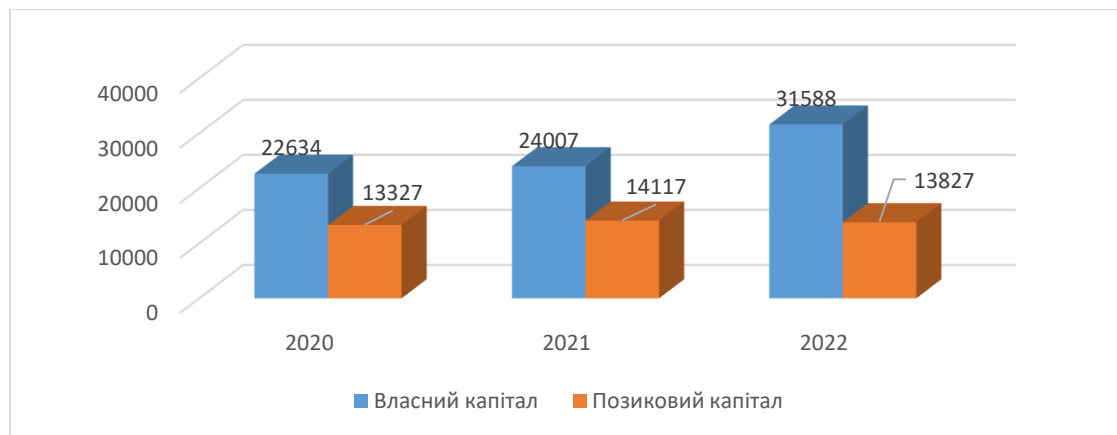


Рис. 2.3. Динаміка зростання власного та позикового капіталу підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2020-2022 рр.\*

\*Джерело: Розроблено автором самостійно

Про комерційну ефективність господарської діяльності даного підприємства свідчить зростання розміру доходів від реалізації продукції та послуг підприємства, відповідно у 2020 р. значення показника становило 8481 тис.грн., а у звітному 2022 р. показник зростає до рівня 26800 тис.грн., при цьому значення показника зростає на 18319 тис.грн. або на 216%. Спостерігається приріст показника собівартості реалізації продукції та послуг даного підприємства, відповідний показник зростає із 10814 тис.грн. у 2020 р. до рівня 16353 тис.грн. у 2022 р. Приріст показника становив 5539 тис.грн. або на 51,22%. Слід відмітити, позитивні моменти зростання більшими темпами доходів від реалізації послуг ніж собівартості реалізації, що обумовлює



приріст показника валового прибутку підприємства, зокрема показник зростає із -2333 тис.грн. у 2020 р. до рівня 10447 тис.грн. у 2022 р. Також зростає і чистий прибуток підприємства із 49 тис.грн. у 2020 р. до рівня 7581 тис.грн. у 2022 р., приріст узагальнюючого показника засвідчує ефективність реалізації комерційної діяльності даного підприємства. Зростання чистого прибутку засвідчує приріст показників рентабельності активів та рентабельності реалізації, при цьому рентабельність активів зростає із 0,14% у 2020 р. до рівня 16,69% у 2022 році, при цьому зростає рентабельність реалізації із 0,58% у 2020 р. до рівня 28,29% у 2022 р. Приріст показників засвідчує ефективність використання наявних активів та комерційну ефективність збутової діяльності підприємства. Динаміку рентабельності активів та реалізації представлено на рис. 2.4.

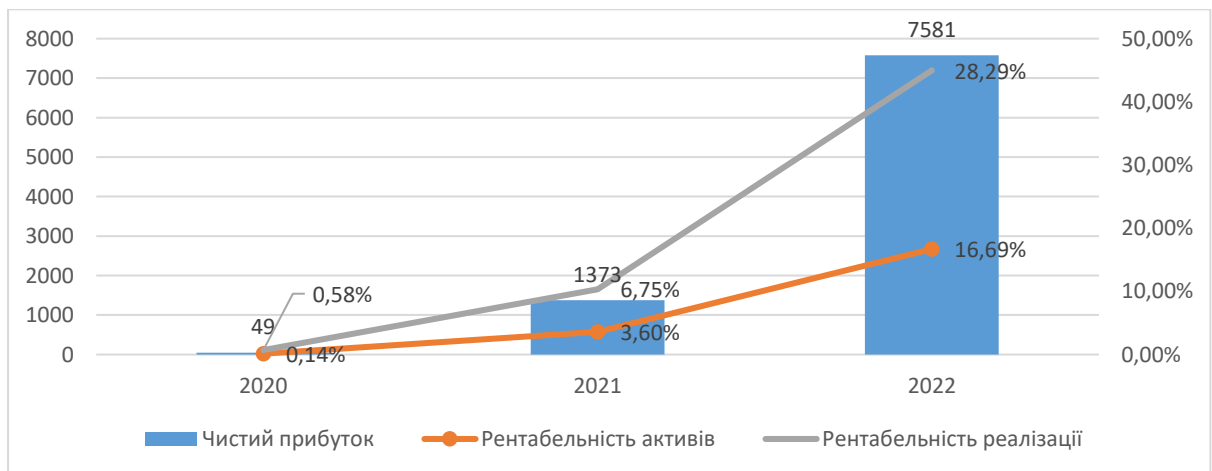


Рис.2.4. Динаміка зростання чистого прибутку та показників рентабельності підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель»\* за період 2020-2022 рр.

\*Джерело: Розроблено автором самостійно

Узагальнюючи результати дослідження основних фінансово-економічних показників діяльності підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2020-2022 рр. відзначено приріст загального обсягу оборотних та необоротних активів, зростання власного капіталу та формування фінансової автономії підприємства, зростання показників чистого доходу від реалізації продукції і

послуг та зростання загального розміру чистого прибутку даного підприємства. Негативними моментами є приріст розміру дебіторської та кредиторської заборгованостей, зростання рівня собівартості реалізації продукції і послуг підприємства. Наступним етапом стане визначення специфіки реалізації обслуговування та оцінювання ефективності реалізації готельних послуг у досліджуваного готельному підприємстві.

## 2.2. Практика реалізації та оцінка ефективності обслуговування споживачів у готелі

Яким би широким не було коло послуг, що надає готельне підприємство ПрАТ «Тернопіль-готель», головною його послугою залишається надання проживання – ночівлі та супроводжуючих її побутових зручностей.

Якість проживання – стан номеру та обслуговування гостя в номері – головний критерій, на підставі якого оцінюються комфортність готельного підприємства, його категорія, формується загальне уявлення про нього.

Проживання гостей організовується у житловій частині ПрАТ «Тернопіль-готель».

Організація проживання у ПрАТ «Тернопіль-готель» є основною ланкою технологічного процесу прийому та обслуговування в готелі і в свою чергу теж складається з низки послідовних етапів, що можуть бути подані як наступний технологічний ланцюг (рис. 2.5).

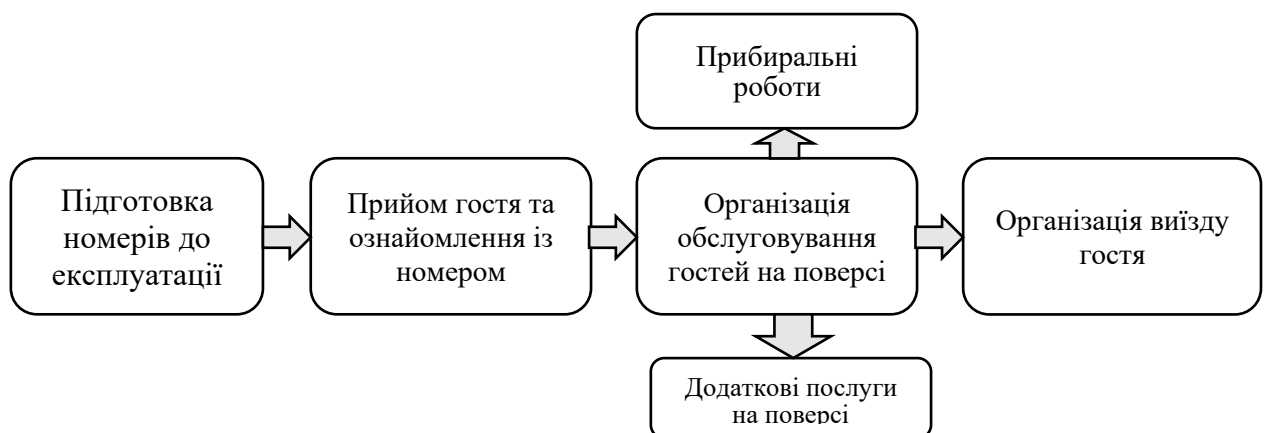


Рис.2.5. Технологічний процес обслуговування у готелі «Тернопіль-готель» [18]

Розглянемо особливості кожного із етапів технологічного процесу обслуговування гостей у готелі «Тернопіль-готель». Зокрема, на першому етапі технологічного процесу обслуговування гостей у готелі «Тернопіль-готель» здійснюється підготовка номерів до експлуатації. Зазначений етап включає в себе ряд важливих завдань та дій, зокрема:

1. Реалізується початкове прибирання та санітарний стан. Персонал готелю «Тернопіль-готель» реалізується повне прибирання номерів, забезпечити належний санітарний стан та видалити будь-які сліди попереднього перебування гостей. Зазначене включає у себе прибирання ліжка, заміну рушників, виведення сміття та інші санітарні процедури;

2. В подальшому реалізується перевірка технічного обладнання. Зокрема, персонал готелю забезпечує перевірку технічне обладнання в номері, таке як кондиціонери, телевізори, електронні замки та інші пристрої, щоб переконатися в їхній правильній роботі.

3. Забезпечення комфорту та безпеки. Персонал готелю «Тернопіль-готель» повинен впевнитися, що всі необхідні зручності, такі як гаряча вода, постільна білизна та гігієнічні засоби, доступні для гостей. Також важливо переконатися, що номер відповідає стандартам безпеки, включаючи працездатність пожежної системи та екстрених виходів.

4. Підготовка ласощів та листа з вітанням. Деякі готелі «Тернопіль-готель» можуть включати в себе приємні додаткові дотики, такі як фрукти, цукерки чи листи з вітанням, що робить перебування гостя більш приємним та комфортним.

5. Підготовка готельних номерів «Тернопіль-готель» до експлуатації є ключовим етапом, оскільки від неї залежить перший враження гостя від готелю та його готовність повернутися в майбутньому.

На другому етапі прийому гостя та ознайомлення із номером здійснюється визначення індивідуальних потреб та побажань гостя, а також надання необхідної інформації про готель та його сервіси. Дослідження етап включає в себе наступні аспекти:

1. Реєстрація та пред'явлення документів, при цьому гість реєструється при прибутті, пред'являючи необхідні документи для реєстрації. Зазначене може включати паспорт, візу та інші документи, які можуть вимагатися адміністрацією готелю.

2. Визначення індивідуальних побажань, під час якого персонал готелю «Тернопіль-готель» взнає в гостя закладу про його індивідуальні побажання та потреби, такі як поверх проживання, вид на місто, тип ліжка, наявність додаткових послуг (наприклад, додаткових рушників чи косметичних засобів).

3. Надаючи інформацію про готель та послуги клієнту закладу розповідається про основні сервіси та зручності готелю, такі як ресторани, фітнес-центр, конференц-зали, Wi-Fi та інші. Також гість отримує повну інформацію про правила розміщення і проживання у готелі та процедури безпеки.

4. Забезпечуючи вручення ключів та ознайомлення із номером відвідувачу готелю «Тернопіль-готель» видаються ключі від номера, і його супроводжують до номеру. Персонал розповідає про особливості номеру, робить зазначення щодо роботи техніки, дверей, а також пояснює доступ до інших важливих зручностей.

5. Привітання та створення комфортного враження для відвідувачів готелю виступає важливою складовою його функціонування та розвитку, при цьому обслуговуючий персонал створює атмосферу привітності та гостинності, щоб гість відчував себе важливим та комфортно. Зазначене може включати особисте привітання, надання ласощів або подарунків, які додають приємність перебуванню.

6. Визначення індивідуальних потреб гостя на цьому етапі є ключовим для забезпечення якісного обслуговування та задоволення від перебування в готелі.

Найбільш важливим етапом виступає безпосередньо організація обслуговування гостей готелю «Тернопіль-готель» на поверсі, яка включає прибиральні роботи, а також реалізація додаткових послуг на поверсі.

На цьому етапі організації обслуговування гостей готелю «Тернопіль-готель» виникає велика відповідальність, оскільки забезпечення чистоти та надання додаткових послуг є важливою складовою задоволення гостя готельного підприємства. Нижче подані основні аспекти даного етапу, котрі представлені на рис.2.6.

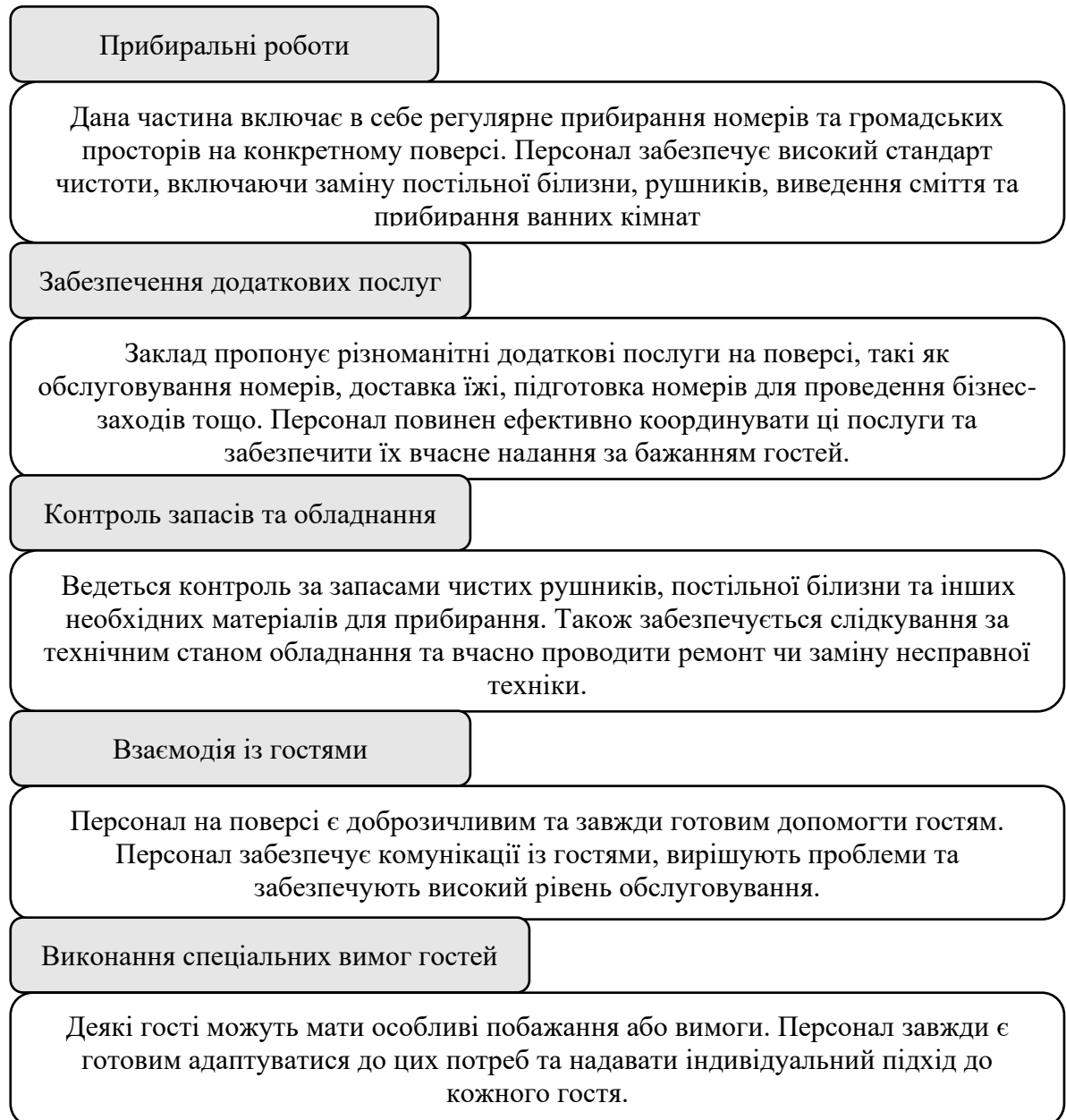


Рисунок 2.6. Організація обслуговування гостей  
у готелі «Тернопіль-готель» [18]

В цілому, організація обслуговування гостей на поверсі відіграє ключову роль у створенні позитивного враження та комфортного перебування гостей

готелю. Високий стандарт обслуговування на цьому етапі може значно вплинути на задоволення гостя та його готовність повернутися у цей готель у майбутньому.

Завершальним етапом є організація виїзду гостя готельного підприємства «Тернопіль-готель». Цей етап включає в себе кілька ключових аспектів, спрямованих на забезпечення зручного та позитивного завершення перебування гостя в готелі.

Перед виїздом гостя готель формує рахунок за надані послуги. Це може включати витрати на проживання, додаткові послуги, ресторани, трансфери та інші елементи вартості. Персонал рецепції забезпечує чіткий та правильний розрахунок, а також надати гостеві можливість розрахуватися з рахунку.

Далі гість отримує всі необхідні документи, такі як рахунок та квитанції за додаткові послуги. Також повинна бути проведена реєстрація виїзду для внесення відповідних записів та врахування витрат.

При необхідності персонал готелю «Тернопіль-готель» надає допомогу із багажем гостя, який вирушає в подальшу подорож. Це включає в себе перевезення багажу до лобі та до таксі або іншого транспортного засобу.

Гостя зазвичай просять залишити відгук або заповнити опитувальник щодо його вражень від перебування в готелі «Тернопіль-готель». Це дозволяє отримати зворотний зв'язок та виявити можливості для поліпшення обслуговування.

Персонал рецепції «Тернопіль-готель» надає інформацію гостю про місцеві цікавинки, ресторани, транспортні засоби та події, щоб допомогти йому з плануванням подальших кроків свого мандрівництва.

Важливим є висловлення подяки гостеві за вибір готелю та виразити надію на те, що він повернеться знову. Приємне прощання та позитивне враження в останні миті суттєво впливають на загальний враження гостя від перебування у готельному підприємстві.

Організація виїзду гостя готелю - це ключовий момент в процесі обслуговування, оскільки від нього залежить кінцеве враження та задоволення

гостя, що, у свою чергу, може визначити його подальше ставлення до готелю та його рекомендації іншим.

Таким чином, реалізація процесу обслуговування гостей у готелі «Тернопіль-готель» відбувається через реалізацію ряду взаємопов'язаних етапів, зокрема підготовка номерів до експлуатації, прийом гостя та ознайомлення із номером, організація обслуговування гостей на поверсі, організація виїзду гостя.

Кожен із етапів є досить важливим в контексті організації та реалізації обслуговування та залишення позитивних відгуків про діяльність та розвиток готельного закладу, що дасть можливість, у перспективі, залучення ще більшої кількості споживачів готельних послуг.

Досліджуючи ефективність та якість реалізації обслуговування у готелі «Тернопіль-готель» визначимо основні показники, які її характеризують, зокрема кількість відвідувачів готелю, середній чек за проживання та обслуговування, обсяг надання інших додаткових послуг, показники фінансового стану (фінансова автономія, рентабельність господарської діяльності, оборотність оборотного капіталу), загальний рейтинг закладу серед споживачів.

Здійснимо дослідження основних показників ефективності та якості реалізації обслуговування у готелі «Тернопіль-готель», котрі представлено у табл. 2.2.

Аналізуючи динаміку відвідувачів готелю необхідно відмітити зростання кількості відвідувачів готелю на 7131 особу, що обумовлено зростанням рівня сервісу, доступністю цін та урізноманітненням основних та додаткових послуг готелю. Зростання кількості відвідувачів готелю у 2022 році також зумовлено військовою агресією з боку РФ.

Збільшується середній чек відвідувачів готелю зростає із 790 грн. за одного відвідувача у 2020 році до рівня 1044 грн. у 2022 році. Приріст показника становив 254 грн. протягом досліджуваного періоду.

Таблиця 2.2

Оцінка ефективності обслуговування у готелі «Тернопіль-готель» за  
період 2020-2022 рр.\*

Показник	Роки			Відхилення (+;-)		
	2020	2021	2022	2021- 2020	2022- 2021	2022- 2020
Кількість відвідувачів готелю	8819	14207	15950	5388	1743	7131
Середній чек за проживання та обслуговування	790	902	1044	112	142	254
Обсяг надання інших послуг	1514	7523	10148	6009	2625	8634
Чистий дохід від реалізації продукції та послуг	8481	20338	26800	11857	6462	18319
Фінансова автономія	0,629	0,630	0,696	0,000	0,066	0,066
Рентабельність господарської діяльності	-21,57%	41,66%	63,88%	63,23%	22,23%	85,46%
Оборотність оборотного капіталу	1,110	1,894	1,713	0,784	-0,181	0,603
Загальний рейтинг готелю на Booking	8,5	8,7	8,7	0,2	0	0,2

\*Джерело: Розроблено автором самостійно

Значно збільшується розмір наданих інших послуг даного підприємства, відповідне значення показника у 2020 році становило 1514 тис.грн., то у звітному 2022 році значення показника складало 10148 тис.грн., при цьому приріст показника за весь досліджуваний період становив 8634 тис.грн., а за останні два роки значення показника зростало на 2625 тис.грн. Збільшення розміру надання основних послуг, зростання середнього чеку за надання послуг проживання та обслуговування, зростання надання інших послуг даного підприємства стимулювало зростання чистого доходу від реалізації послуг даного підприємства на 18319 тис.грн. за весь досліджуваний період.

Приріст фінансових результатів вплинув на фінансову автономію підприємства, тобто незалежність від зовнішнього фінансування, при цьому



значення показника фінансової автономії зростає із 0,629 пункти у 2020 році до рівня 0,696 пункти у 2022 році, приріст показника становив 0,066 пункти. Зростання фінансової автономії орієнтує підприємство на використання власного капіталу для фінансування фінансово-господарської діяльності даного підприємства.

Протягом досліджуваного періоду спостерігається зростання рентабельності господарської діяльності підприємства, зокрема значення показника у 2020 році становило -21,57% через від'ємне значення показника валового прибутку підприємства, проте у 2021 році показник зростає до рівня 41,66%, а у 2022 році значення показника становило 63,88%, приріст показника за весь досліджуваний період становив 85,46%, а за останні два роки значення показника збільшувалося на 22,23%. Приріст показника рентабельності господарської діяльності засвідчує ефективність її реалізації, що обумовлено підвищенням якості сервісу, наданням додаткових послуг, зростання рівня оплати за проживання та обслуговування, зростання іміджу готельного підприємства на локальному ринку.

Протягом досліджуваного періоду збільшується показник ділової активності підприємства – оборотність оборотного капіталу, відповідне значення показника зростає із 1,11 пунктів у 2020 році до рівня 1,713 пунктів у 2022 році, приріст показника становив 0,603 пункти. Зростання оборотності оборотного капіталу засвідчує приріст господарської діяльності та зростання якості обслуговування та збільшення кількості відвідувачів даного готелю.

Зростання ділової (ринкової) активності готельного підприємства має важливе значення в контексті забезпечення стабільного фінансового успіху та конкурентоспроможності на ринку готельних підприємств. Це дозволяє привертати нових клієнтів, розширювати партнерські зв'язки, вдосконалювати якість обслуговування та розвивати унікальні пропозиції для привертання уваги клієнтів. Підвищення ділової активності також сприяє ефективному управлінню ресурсами, вдосконаленню маркетингових стратегій та адаптації до змін в економічному середовищі, що в свою чергу сприяє росту прибутковості та стійкості готельного підприємства.

Зростає також загальний рейтинг готелю «Тернопіль-готель» на популярному сайті бронювання готельних номерів Booking, при цьому значення показника зростає із 8,5 балів у 2020 р. до рівня 8,7 балів у 2022 р., відповідний приріст показника засвідчує зростання задоволеності споживачів готельних послуг даного готельного підприємства [18]. В цілому, результати проведеного дослідження засвідчують зростання ефективності надання готельних послуг, підвищення якості обслуговування, надання нових додаткових послуг, що впливає на зростання доходів від реалізації готельних послуг та приріст основних показників фінансового стану готельного підприємства.

Проведене практичне дослідження підтверджує, що підвищення ефективності надання готельних послуг у готелі «Тернопіль» супроводжується спостережними позитивними змінами у рівні якості обслуговування. Підвищення якості обслуговування забезпечує підвищення рівня задоволеності клієнтів, що, в свою чергу, призводить до сприятливого впливу на репутацію готельного підприємства та зменшення відтоку постійних клієнтів.

Надання нових додаткових послуг також розширює спектр обслуговування та дозволяє готельному підприємству відзначитися на ринку конкуренції. Це може включати різноманітні розваги, ексклюзивні пакети обслуговування, або інші інноваційні послуги, які привертають увагу клієнтів. Зростання доходів від реалізації готельних послуг відображає позитивні тенденції у фінансовому стані підприємства.

Збільшення обсягу продажів і вдосконалення стратегій ціноутворення можуть сприяти підвищенню прибутковості. Приріст основних показників фінансового стану готельного підприємства свідчить про його стійкість та успішність в конкурентному середовищі, що відкриває нові можливості для розвитку та реалізації стратегій розширення.

В подальшому важливо удосконалювати модель організації та підвищувати якість обслуговування споживачів готельних послуг, що впливатиме на ефективність та фінансові результати діяльності даного підприємства, що буде представлено у розділі 3.

### **РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ГОТЕЛІ ПрАТ «ТЕРНОПІЛЬ- ГОТЕЛЬ»**

У системі менеджменту готельного підприємства «Тернопіль-готель» розглядаються кілька бізнес-планів щодо організації діяльності товариства на найближчу перспективу. За результатами минулого 2023 року проведено планування доходів і витрат, зроблено аналіз кожного напрямку формування прибутків і збитків. Такі дії дозволяють збільшити «запас міцності» готельного підприємства в майбутньому.

В контексті дослідження особливостей функціонування та розвитку готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» здійснимо SWOT-аналіз діяльності підприємства, результати представимо у табл. 3.1.

Досліджуючи сильні сторони діяльності готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» необхідно відзначити вигідне місце розташування готельного підприємства, сформований позитивний імідж даного закладу, досвідчений персонал та відпрацьована система обслуговування споживачів готельних послуг підприємства, сприятливе співвідношення ціна / якість в контексті реалізації готельних послуг.

Поряд із цим, існують негативні моменти в діяльності даного закладу, які вимагають врахування та посилення, зокрема виникає потреба в оновленні матеріально-технічної бази готельного підприємства, обмежені маркетингові бюджети, значна залежність від традиційних клієнтських сегментів, відсутність сучасних технологій в контексті автоматизації та уніфікації процесів готельного обслуговування.

Пропоновані заходи вирішення проблем в організації обслуговування клієнтів готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель»

1. Оновлення матеріально-технічної бази готельного підприємства. Для вирішення цієї проблеми необхідно провести ретельний аналіз стану матеріально-технічної бази готелю та розробити план її оновлення.

Таблиця 3.1

## SWOT-аналіз діяльності підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель»

<b>Сильні сторони (Strengths):</b>	<b>Слабкі сторони (Weaknesses):</b>
<p>Вигідне розташування: готель знаходиться в центрі Тернополя, поблизу важливих об'єктів інфраструктури та туристичних пам'яток. Це забезпечує зручність для гостей та потенціал для залучення різних клієнтських сегментів.</p> <p>Сформований імідж та позитивна репутація: довготривала присутність на ринку та стабільна робота дозволили «Тернопіль-готель» завоювати довіру клієнтів.</p> <p>Досвідчений персонал та високий рівень обслуговування: професійна команда спеціалістів позитивно впливає на комфорт та задоволення гостей.</p> <p>Широкий спектр послуг: готель пропонує різноманітні послуги розміщення, харчування, конференц-зал, розважальні заходи, що відповідає потребам різних категорій клієнтів.</p> <p>Сприятливе співвідношення ціна/якість: порівняно з конкурентами, «Тернопіль-готель» пропонує помірні ціни за високий рівень обслуговування.</p>	<p>Потреба в оновленні матеріально-технічної бази: деякі номери та внутрішні приміщення потребують ремонту та модернізації, щоб відповідати сучасним стандартам.</p> <p>Обмежені маркетингові бюджети: порівняно з великими мережами готелів, «Тернопіль-готель» має менші можливості для активного просування бренду та залучення туристів.</p> <p>Залежність від традиційних клієнтських сегментів: готель переважно орієнтований на бізнес-туристів та відряджених осіб, що обмежує диверсифікацію джерел доходу.</p> <p>Відсутність сучасних технологій: деякі готелі-конкуренти вже впровадили системи автоматизації реєстрації, онлайн-бронювання, інтелектуальні системи керування будівлею, що може покращувати сервіс та знижувати витрати.</p>
<b>Можливості (Opportunities):</b>	<b>Загрози (Threats):</b>
<p>Розвиток туристичного потенціалу Тернополя: місто стає все більш популярним туристичним напрямком, що відкриває можливості для залучення нових клієнтів, організації тематичних турів та спеціальних пропозицій.</p> <p>Розширення сфери послуг: готель може запровадити додаткові послуги, як СПА-центр, дитячі кімнати, організація екскурсій, що збільшить привабливість для різних клієнтських сегментів.</p> <p>Вихід на міжнародний ринок: співпраця з онлайн-платформами бронювання, участь у міжнародних туристичних виставках може відкрити шлях до залучення іноземних туристів.</p> <p>Впровадження цифрових технологій: використання онлайн-маркетингу, автоматизації внутрішніх процесів, мобільних додатків для клієнтів може покращити ефективність роботи та лояльність гостей.</p>	<p>Політична та економічна нестабільність: економічні кризи, коливання курсу валют можуть впливати на платоспроможність клієнтів та зменшення попиту на готельні послуги.</p> <p>Конкуренція на ринку гостинності: зростання кількості готелів, в тому числі міжнародних мереж, може призвести до зниження частки ринку та тиску на ціни.</p> <p>Посилення державного регулювання: зміни в законодавстві, підвищення податків можуть збільшити витрати готелю та знизити рентабельність.</p> <p>Зовнішні фактори: пандемії, природні катаклізми, політична нестабільність можуть різко знизити туристичний потік та завантаженість готелів.</p>

План повинен включати в себе перелік необхідних робіт, терміни виконання та кошторис.

Оновлення матеріально-технічної бази дозволить підвищити комфортабельність номерів, поліпшити якість обслуговування та відповідати сучасним стандартам готельного бізнесу.

В даному контексті, слід відзначити, що у прогнозованому періоді 2024 року досліджуване готельне підприємство буде продовжувати інтенсивність діяльності з удосконалення якості наданих послуг, зосереджуючись на проведенні капітального ремонту гостьових номерів. Також планується розширення обсягів товарообігу через збільшення готельного фонду, виконуючи переоснащення офісних приміщень для комерційного використання в якості гостьових номерів.

Удосконалення готельного середовища планується за допомогою завершення робіт з організації вхідної групи готельного комплексу «Тернопіль». Окрім того, передбачається реалізація проекту благоустрою парковки, спрямованого на покращення естетичного вигляду готельного комплексу та забезпечення зручного доступу для гостей. Оцінюється, що ці заходи сприятимуть підвищенню екстер'єру готелю і покращать загальний стандарт обслуговування.

2. Збільшення маркетингових бюджетів та удосконалення маркетингової стратегії підприємства. Для підвищення ефективності маркетингової діяльності необхідно збільшити маркетингові бюджети. Це дозволить готелю проводити більш масштабні маркетингові кампанії, які будуть спрямовані на залучення нових клієнтів і просування бренду[24].

Протягом наступних фінансових періодів приватне акціонерне товариство «Тернопіль-готель» націлюється на послідовне втілення своїх довгострокових та короткострокових стратегічних планів. Ці напрямки включають в себе вдосконалення якості надання готельних послуг, розширення сегментів ринків збуту, а також розробку і впровадження новітніх маркетингових стратегій та стратегій ціноутворення.

Попередня акцентуація орієнтована на виконання капітального ремонту та розширенні готельного фонду свідчить про визначену орієнтацію на підвищення конкурентоспроможності підприємства через поліпшення якісних характеристик надання готельних послуг.

Нова маркетингова стратегія та стратегія ціноутворення готельного підприємства «Тернопіль-готель» мають на меті сприяти не лише розширенню ринкової присутності, але й оптимізації цінової політики з урахуванням конкурентного середовища та попиту на ринку готельних послуг.

3. Розширення клієнтських сегментів. З метою зменшення залежності від традиційних клієнтських сегментів та диверсифікації портфелю послуг, важливо стратегічно розширити спектр готельних послуг, котрі пропонуються підприємством.

Зазначене включає в себе реалізацію нових сервісів, таких як СПА-центр для забезпечення рекреаційних та оздоровчих можливостей, а також введення дитячих кімнат для гостей з сім'ями. Крім того, рекомендується організація різноманітних екскурсій, що додатково сприятиме розширенню спектру надання готельних послуг.

Впровадження зазначених ініціатив спрямоване на значне розширення бази клієнтів, оскільки нові послуги привернуть різноманітні аудиторії. Такий підхід не лише розширить покриття ринку, але й сприятиме витісненню конкурентів та підвищенню загальної прибутковості готельного підприємства.

4. Впровадження сучасних інноваційних технологій в готельній індустрії. Безперечно, впровадження сучасних інноваційних технологій у готельну справу може значно поліпшити роботу готелю та забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів. Пропонуємо впровадити наступні ідеї та технології, які можна розглядати для подальшого розвитку готельного підприємства: системи автоматизації реєстрації, зокрема електронна реєстрація через застосування мобільних додатків або терміналів для швидкої і безпечної реєстрації гостей без черг; самообслуговування - встановлення кіосків для самостійної реєстрації та отримання ключів;

Створення системи онлайн-бронювання через мобільні додатки, зокрема розробка зручного мобільного додатку для бронювання номерів, замовлення додаткових послуг та отримання спеціальних пропозицій, а також широка інтеграція з онлайн-платформами через підключення готелю до популярних туристичних веб-сайтів для максимального охоплення аудиторії [25].

Важливим використовувати інтелектуальні системи керування готельним підприємством (BMS). Використання BMS важливим є для автоматичного керування освітленням, кондиціонуванням повітря та іншими системами для зменшення споживання енергії.

Аналітичне дослідження є важливим аспектом в контексті вивчення зворотного зв'язку. Використання аналітики для вивчення відгуків гостей та впровадження необхідних змін. Важливим також є використання персоналізованого обслуговування, при цьому використання аналітики для розуміння індивідуальних потреб клієнтів та надання персоналізованого обслуговування.

Використання інтерактивних інноваційних технологій. Створення віртуальних турів по досліджуваному готелю для підвищення інтересу та залучення нових клієнтів, а також встановлення сучасних екранів для надання інформації про події у готелі та місцевому районі.

Інновації в готельному обладнанні. Системи «розумного» номеру: Використання технологій (Internet of things - Інтернету-речей) для забезпечення зручності гостей, таких як автоматизоване керування освітленням, температурою та іншими зручностями через мобільний додаток. Впровадження даних технологій може допомогти «Тернопіль-готелю» стати більш конкурентоспроможним та привертати нових клієнтів за рахунок покращення якості обслуговування та ефективності управління.

В цілому, реалізація цих заходів дозволить ПрАТ «Тернопіль-готель» підвищити конкурентоспроможність і забезпечити подальший розвиток.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, готельне господарство виступає не лише як елемент інфраструктури, але й як показник облаштованості соціального простору в рамках міста, що свідчить про рівень розвитку і культурну динаміку. Воно є не лише способом зміцнення зв'язків у місті, але і засобом перетворення цих зв'язків на систему інтеграційних процесів, де активно реалізується соціально-культурний обмін та сприяє розвитку культури пізнання. Найважливішою рисою готельного господарства є його здатність розширювати власну затребуваність шляхом налагодження та підтримки клієнтських відносин, де ключовими стають функціональні аспекти гостинності, що відображаються у високому рівні обслуговування та задоволення потреб гостей.

Об'єктом дослідження виступав процес організації обслуговування у трьох зірковому готелі «Тернопіль-готель». Виявлено те, що організація проживання у ПрАТ «Тернопіль-готель» складається із ряду етапів, котрі подано як технологічний ланцюг, зокрема: підготовка номерів до експлуатації, прийом гостя та ознайомлення із номером, організація обслуговування гостей на поверсі, організація виїзду гостя. Результати проведеного дослідження засвідчують зростання ефективності надання готельних послуг, підвищення якості обслуговування, надання нових додаткових послуг, що впливає на зростання доходів від реалізації готельних послуг та приріст основних показників фінансового стану готельного підприємства.

Досліджено сильні сторони діяльності готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» і відзначено вигідне місце розташування готельного підприємства, сформований позитивний імідж даного закладу, досвідчений персонал та відпрацьована система обслуговування споживачів готельних послуг підприємства, сприятливе співвідношення ціна / якість в контексті реалізації готельних послуг.

Визначено те, що існують негативні моменти в діяльності даного закладу, які вимагають врахування та посилення, зокрема виникає потреба в оновленні матеріально-технічної бази готельного підприємства, обмежені маркетингові



бюджети, значна залежність від традиційних клієнтських сегментів, відсутність сучасних технологій в контексті автоматизації та уніфікації процесів готельного обслуговування.

Пропоновано наступні заходи для вирішення проблем в організації обслуговування клієнтів готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель»:

А. Оновлення матеріально-технічної бази готельного підприємства. Оновлення матеріально-технічної бази дозволить підвищити комфортабельність номерів, поліпшити якість обслуговування та відповідати сучасним стандартам готельного бізнесу.

Б. Збільшення маркетингового бюджету, оновлення маркетингового інструментарію та удосконалення маркетингової стратегії підприємства. Для підвищення ефективності маркетингової діяльності необхідно збільшити маркетингові бюджети. Це дозволить готелю проводити більш масштабні маркетингові кампанії, які будуть спрямовані на залучення нових клієнтів і просування бренду.

В. Розширення клієнтських сегментів. З метою зменшення залежності від традиційних клієнтських сегментів та диверсифікації портфелю послуг, важливо стратегічно розширити спектр готельних послуг, котрі пропонуються підприємством. Зазначене включає в себе реалізацію нових сервісів, таких як СПА-центр для забезпечення рекреаційних та оздоровчих можливостей, а також введення дитячих кімнат для гостей з сім'ями. Крім того, рекомендується організація різноманітних екскурсій, що додатково сприятиме розширенню спектру надання готельних послуг.

Г. Впровадження сучасних інноваційних технологій в готельній індустрії. Безперечно, впровадження сучасних інноваційних технологій у готельну справу може значно поліпшити роботу готелю та забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів. Впровадження даних технологій може допомогти «Тернопіль-готелю» стати більш конкурентоспроможним та привертати нових клієнтів за рахунок покращення якості обслуговування та ефективності управління.

## 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. *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. Кравець С. Г., Камінська Н. П., Оліферчук О. Г. Організація і техніка обслуговування (для учнів ПТНЗ галузі ресторанного господарства): навч. посіб. К.: Інститут професійно-технічної освіти НАПН України, 2015. 202 с.
11. Круль Г., Заячук О. Організація і технологія надання послуг гостинності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
12. Круль Г.Я. Основи готельної справи: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 280 с.

13. Кудла Н.Є. Управління якістю в туризмі: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 28 с.
14. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 472 с.
15. Мальська М.П. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 336 с.
16. Мельниченко С. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах. *Вісник КНТЕУ*. 2016. №1. С. 73 – 78.
17. Оробейко Е.С. Шредер Н.Г. Організація обслуговування: ресторани і бари: посібник. Миколаїв : Альфа-М, 2016. 320 с.
18. Офіційний сайт готелю «Тернопіль». URL: <http://www.hotelternopil.com/> (дата звернення: 06.01.2024).
19. Панченко М. О. Управління якістю: теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 228 с.
20. Сахно Є.Ю., Дорош М.С., Ребенок А.В. Менеджмент сервісу: теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 328 с.
21. 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](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_56). (дата звернення: 5.01.2024).
22. 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.
23. Усіна А.І., Давидова О.Ю., Сегеда І.В., Кононенко Т.П. Організація послуг харчування: підручник. Харків : ХНУМГ, 2014. 183 с.
24. Муха Р.А. Особливості здійснення маркетингової діяльності підприємствами. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6315>
25. Муха Р.А., Макаревич Д.М. Удосконалення процесу обслуговування гостей в закладах готельної індустрії. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/19299/1/conf2023.pdf#page=464>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Фінансова звітність підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за 2022 рік

<div>Підприємство</div> <div>Територія</div> <div>Організаційно-правова форма господарювання</div> <div>Вид економічної діяльності</div> <div>Середня кількість працівників: 46</div> <div>Адреса, телефон: 46001 м.Тернопіль, вул.Замкова 14, (0352) 430051</div> <div>Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака</div> <div>Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):</div> <div>за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку</div> <div>за міжнародними стандартами фінансової звітності</div>	<div>Приватне акціонерне товариство "Тернопіль-готель"</div> <div>Тернопільська обл.</div> <div>Акціонерне товариство</div> <div>Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування</div>	<div>Дата</div> <div>за ЄДРПОУ</div> <div>за КАТОТТГ</div> <div>за КОПФГ</div> <div>за КВЕД</div>	КОДИ
			01.01.2023
			14038383
			UA61040490010069060
			230
			55.10
			v

**Баланс**  
**(Звіт про фінансовий стан)**  
на 31.12.2022 р.  
Форма №1

		Код за ДКУД		1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи	1000	0	0	
первісна вартість	1001	0	0	
накопичена амортизація	1002	( 0 )	( 0 )	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	5 971	6 732	
Основні засоби	1010	21 186	22 808	
первісна вартість	1011	41 829	44 585	
знос	1012	( 20 643 )	( 21 777 )	
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	27 388	29 771
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	431	1 455
Виробничі запаси	1101	358	1 390
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	73	65
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	7 514	9 374
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	508	1 282
з бюджетом	1135	1 301	263
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	30	70
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	952	3 200
Готівка	1166	84	379
Рахунки в банках	1167	868	2 821
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
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	10 736	15 644
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	38 124	45 415

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного 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	16 662	24 243
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 0 )	( 0 )
Інші резерви	1435	0	0

Усього за розділом I	1495	24 007	31 588
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	577	548
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	577	548
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	577	548
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	12 228	11 961
розрахунками з бюджетом	1620	55	171
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	16	11
розрахунками з оплати праці	1630	149	130
одержаними авансами	1635	1 087	1 006
розрахунками з учасниками	1640	0	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	5	0
Усього за розділом III	1695	13 540	13 279
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	38 124	45 415

Примітки: д/н

Керівник

Головко Станіслав Миколайович

Головний бухгалтер

Куземська Г.С.

Підприємство Приватне акціонерне товариство  
"Тернопіль-готель"

Дата  
за ЄДРПОУ

КОДИ
01.01.2023
14038383

**Звіт про фінансові результати**  
**(Звіт про сукупний дохід)**  
за 2022 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	26 800	20 338
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	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	( 16 353 )	( 14 357 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )
<b>Валовий:</b>			
прибуток	2090	10 447	5 981
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	6
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	( 3 620 )	( 3 116 )
Витрати на збут	2150	( 128 )	( 691 )
Інші операційні витрати	2180	( 104 )	( 185 )
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
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
прибуток	2190	6 595	1 995
збиток	2195	( 0 )	( 0 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1 976	1



Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 0 )	( 338 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 424 )	( 245 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	8 147	1 413
збиток	2295	( 0 )	( 0 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-566	-40
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	7 581	1 373
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	7 581	1 373

## III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	7 412	6 558
Витрати на оплату праці	2505	3 692	3 538
Відрахування на соціальні заходи	2510	722	735
Амортизація	2515	2 226	2 290
Інші операційні витрати	2520	6 577	5 811
Разом	2550	20 629	18 932

## 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	1,297470	0,234990

Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	1,297470	0,234990
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

Примітки: д/н

Керівник

Головко Станіслав Миколайович

Головний бухгалтер

Куземська Г.С.



## Додаток Б

## Фінансова звітність підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за 2021 рік

<div>Підприємство</div> <div>Територія</div> <div>Організаційно-правова форма господарювання</div> <div>Вид економічної діяльності</div> <div>Середня кількість працівників: 55</div> <div>Адреса, телефон: 46001 м.Тернопіль, вул.Замкова 14, (0352) 430051</div> <div>Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака</div> <div>Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):</div> <div>за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку</div> <div>за міжнародними стандартами фінансової звітності</div>	<div>Приватне акціонерне товариство "Тернопіль-готель"</div> <div>Акціонерне товариство</div> <div>Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування</div>	<div>Дата</div> <div>за ЄДРПОУ</div> <div>за КАТОТТГ</div> <div>за КОПФГ</div> <div>за КВЕД</div>	КОДИ
			01.01.2022
			14038383
			UA61040490010069060
			230
			55.10

**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	
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи	1000	0	0	
первісна вартість	1001	0	0	
накопичена амортизація	1002	( 0 )	( 0 )	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	5 618	5 971	
Основні засоби	1010	22 472	21 186	
первісна вартість	1011	41 172	41 829	
знос	1012	( 18 700 )	( 20 643 )	
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	28 321	27 388
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	298	431
Виробничі запаси	1101	153	358
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	145	73
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	6 084	7 514
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	180	508
з бюджетом	1135	941	1 301
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	2	30
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	135	952
Готівка	1166	96	84
Рахунки в банках	1167	39	868
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
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	7 640	10 736
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	35 961	38 124

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	15 289	16 662
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 0 )	( 0 )
Інші резерви	1435	0	0

Усього за розділом I	1495	22 634	24 007
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	638	577
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	638	577
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	638	577
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	2 795	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	8 987	12 228
розрахунками з бюджетом	1620	345	55
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	30	16
розрахунками з оплати праці	1630	129	149
одержаними авансами	1635	394	1 087
розрахунками з учасниками	1640	0	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	9	5
Усього за розділом III	1695	12 689	13 540
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	35 961	38 124

Примітки: д/н

Керівник

Головко Станіслав Миколайович

Головний бухгалтер

Куземська Г.С.

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	20 338	8 481
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	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	( 14 357 )	( 10 814 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )
<b>Валовий:</b> прибуток	2090	5 981	0
збиток	2095	( 0 )	( 2 333 )
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	6	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	( 3 116 )	( 2 339 )
Витрати на збут	2150	( 691 )	( 239 )
Інші операційні витрати	2180	( 185 )	( 128 )
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
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b> прибуток	2190	1 995	0
збиток	2195	( 0 )	( 5 039 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1	0

Інші доходи	2240	0	5 756
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 338 )	( 490 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 245 )	( 57 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	1 413	170
збиток	2295	( 0 )	( 0 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-40	-121
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	1 373	49
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	1 373	49

## III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	6 558	4 116
Витрати на оплату праці	2505	3 538	2 688
Відрахування на соціальні заходи	2510	735	588
Амортизація	2515	2 290	2 258
Інші операційні витрати	2520	5 811	4 417
Разом	2550	18 932	14 067

## 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	0,234990	0,008390

Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0,234990	0,008390
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

Примітки: д/н

Керівник

Головко Станіслав Миколайович

Головний бухгалтер

Куземська Г.С.