

Міністерство освіти і науки України  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана  
Пулюя

Факультет економіки та менеджменту

(повна назва факультету)

Кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

(повна назва кафедри)

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

бакалавр

(назва освітнього ступеня)

на тему:	Формування та розвиток ринку готельно-ресторанних послуг в Україні на прикладі ПрАТ «Тернопіль-Готель»
----------	--

Виконав(ла): студент(ка) \_\_\_\_\_ курс \_\_\_\_\_ групи БР-  
IV у, \_\_\_\_\_ 41

спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа \_\_\_\_\_

(шифр і назва  
спеціальності)

	_____	<u>Іваник</u>
	<u>Н.М.</u>	_____
	(підпис)	(прізвище та ініціали)
Керівник	_____	<u>Дудкін П.</u>
	<u>Д.</u>	_____
	(підпис)	(прізвище та ініціали)
Нормоконтроль	_____	<u>Стойко І.</u>
	<u>І.</u>	_____
	(підпис)	(прізвище та ініціали)
Завідувач кафедри	_____	<u>Шерстюк Р.</u>
	_____	<u>П.</u>
	(підпис)	(прізвище та ініціали)
Рецензент	_____	_____
	(підпис)	(прізвище та ініціали)

Тернопіль - 2022

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
Факультет економіки та менеджменту  
Кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри управління  
інноваційною діяльністю та сферою  
послуг

\_\_\_\_\_ Р.П. Шерстюк

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 року

**З А В Д А Н Н Я  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

на здобуття освітнього ступеня \_\_\_\_\_ “Бакалавр”

за спеціальністю \_\_\_\_\_ 241 “Готельно-ресторанна справа”

Студенту \_\_\_\_\_ Іваник Наталії Михайлівни  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Формування та розвиток ринку готельно-ресторанних послуг в Україні (на прикладі ПрАТ «Тернопіль-готель»)

Керівник роботи к.е.н., доцент Дудкін П. Д.

( прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ректора від 04.04.2022 № 4/7-209

2. Строк подання студентом проекту (роботи)  
05.06.2022

3. Вихідні дані до проекту (роботи) Матеріали фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель»

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Анотація. Вступ. Теоретико-методичний розділ. Аналітично-розрахунковий розділ. Проектно-рекомендаційний розділ. Безпека життєдіяльності. Основи охорони праці. Висновки. Перелік використаних джерел.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)  
Ілюстративні матеріали за змістом кваліфікаційної роботи бакалавра у кількості од.

## 6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
<i>Безпека життєдіяльності, основи охорони праці</i>	<i>доц. Окіпний І.Б.</i>		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_ 24.01.2022 \_\_\_\_\_

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту ( роботи )	Примітка
1	Вступ		
2	Розділ 1.Теоретико-методичний	03.03.2022	
3	Розділ 2.Аналітично-розрахунковий	15.03.2022	
4	Розділ 3. Проектно-рекомендаційний	15.04.2022	
5	Безпека життєдіяльності, основи охорони праці	30.04.2022	
	Висновки	05.05.2022	
6	Перелік використаних джерел	15.05.2022	
	Графічна частина (ілюстративні матеріали)	25.05.2022	

Студент \_\_\_\_\_ Іваник Н.М.  
( підпис ) ( прізвище та ініціали )

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Дудкін П.Д.  
( підпис ) ( прізвище та ініціали )

## АНОТАЦІЯ

Іваник Н.М. Формування та розвиток ринку готельно-ресторанних послуг в Україні (на прикладі ПрАТ «Тернопіль-Готель»).

Кваліфікаційна робота бакалавра ( 70 с., 8 рис., 11 табл., 42 літ. джерел) за спеціальністю 241 “Готельно-ресторанна справа”. – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. Факультет економіки та менеджменту. – Тернопіль, 2022.

Дана кваліфікаційна робота присвячена розгляду питань забезпечення ефективного формування та розвитку ринку готельно ресторанних послуг в Україні в умовах його функціонування. У процесі дослідження розглянуто питання щодо особливостей формування та функціонування ринку готельно-ресторанної сфери країни. У роботі проаналізовано організаційно-управлінську та фінансову діяльність ПрАТ «Тернопіль-Готель».

Ключові слова: готель, формування та розвиток ринку, інноваційні заходи розвитку, ресурси, технології, фінансові показники.

Практична значимість роботи. Результати проведеного дослідження створюють основу для подальших досліджень й практичного вирішення проблеми забезпечення ефективного формування та розвитку підприємства готельно-ресторанного бізнесу.

## **ABSTRACT**

Ivanyk N.M. Formation and development of the market of hotel and restaurant services in Ukraine (on the example of "Ternopil-Hotel").

Qualifying work of the bachelor (70 p., 8 fig., 11 tab., 42 lit.) on a specialty 241 "Hotel-restaurant business". – Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University. Faculty of Economics and Management. – Ternopil, 2022.

This qualification work is devoted to the issues of ensuring the effective formation and development of the market of hotel and restaurant services in Ukraine in the conditions of its functioning. In the course of the research the question of the peculiarities of the formation and functioning of the market of hotel and restaurant sphere of the country is considered. The paper analyzes the organizational, managerial and financial activities of "Ternopil-Hotel".

**Keywords:** hotel, market formation and development, innovative development measures, resources, technologies, financial indicators.

**Practical significance of the work.** The results of the study provide a basis for further research and practical solutions to the problem of ensuring the effective formation and development of the hotel and restaurant business.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ .....	11
1.1. Економічна сутність діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.....	11
1.2. Основні фактори впливу на функціонування ринку готельно-ресторанних послуг.....	15
1.3. Сучасні тенденції функціонування і розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні .....	20
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ ПрАТ ГОТЕЛЬ ТЕРНОПІЛЬ .....	28
2.1. Характеристика готельного закладу "Тернопіль-Готель" .....	28
2.2. Аналізування фінансових результатів діяльності ПрАТ Готель Тернопіль .....	32
2.3. Коефіцієнтний аналіз рентабельності підприємства .....	38
РОЗДІЛ 3 ПРОЄКТНІ ПРОПОЗИЦІЇ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ .....	43
3.1. Проблематика та перспективи інноваційної діяльності готельного бізнесу України .....	43
3.2. Розробка інновації для удосконалення діяльності готельного підприємства .....	46
3.3. Заходи щодо підвищення фінансового результату від операційної діяльності та підвищення рентабельності досліджуваного підприємства .....	52
РОЗДІЛ 4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ .....	56
4.1. Організація проведення інструктажів з питань охорони праці .....	56
4.2. Пожежна безпека.....	59
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	67
ДОДАТКИ .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** На сьогоднішній день готельно-ресторанний ринок України перебуває у стані активного відновлення. Економічна і політична кризи в останні роки сильно вплинули на структуру готельної та ресторанної галузей в Україні. Також, ринок втратив важливий туристичний регіон: півострів Крим. При цьому світовий ринок активно розвивається, частка сфери послуг у світовому ВВП збільшується, індустрія туризму надає все більше можливостей для працевлаштування. Тому аналіз розвитку українського готельного господарства є невід'ємною частиною розуміння сучасної туристичної ситуації. Основною частиною аналізу є економічні показники ефективності як галузі в цілому, так і окремих підприємств. Показники ефективності відображають поточну та достовірну інформацію, вказуючи на стан галузі, наявні проблеми та допомагаючи планувати подальший розвиток та розвиток економічних стратегій. Важливо розуміти, що ефективність діяльності галузі в цілому залежить від ефективності окремих регіонів і окремих підприємств. Тому пропонується аналізувати ефективність господарської діяльності в Україні та ефективність окремих підприємств як складової туристичного механізму країни. Тому дослідження та аналіз показників економічної ефективності є актуальними для всієї готельної індустрії, особливо для різних етапів розвитку готельного господарства.

**Метою даної кваліфікаційної роботи** є дослідження формування і розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні, діяльності готельних підприємств, аналіз чинників формування, особливостей сучасного стану та поглиблене вивчення стратегічних напрямків розвитку готельного- ресторанного господарства та аналіз показників ефективності готелів та ресторанів на прикладі готельно-ресторанної галузі України, готельних підприємств Тернопільської області, а також на прикладі окремого підприємства ПрАТ Готель Тернопіль.

Враховуючи актуальність дослідження та основну мету **завданнями даної кваліфікаційної роботи** є вивчення наступних питань:



- визначення готельного та ресторанного господарства, як об'єкту дослідження;
- дослідження особливостей функціонування готельного господарства в Україні;
- окреслення загальної характеристики діяльності підприємств готельного господарства;
- визначення особливостей діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель»
- оцінка показників фінансового стану і фінансових результатів підприємства;
- розробка проєкту діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель» в сучасних умовах;
- дослідження очікуваних фінансових результатів реалізації проєкту.

**Об'єктом дослідження** є діяльність суб'єкта господарювання ПрАТ «Тернопіль-готель», а **предметом дослідження** є формування ринку готельно-ресторанних послуг та їх розвиток в Україні на прикладі ПрАТ «Тернопіль-готель».

**Інформаційну базу дослідження** становлять законодавчі та нормативно-правові акти з питань формування та розвитку ринку фінансових послуг, статистичні матеріали Державної служби статистики України, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних вчених з досліджуваної проблеми, ресурси світової інформаційної мережі Internet. Також базою дослідження є фінансова та статистична звітність діяльності підприємства ПАТ «Тернопіль-готель».

**Наукова новизна** написання кваліфікаційної роботи полягає в тому, що основні висновки та пропозиції, висунуті в даній роботі, можуть бути використані в практиці підприємств готельного господарства та громадського харчування для підвищення рівня управління їх розвитком. Обґрунтовані теоретичні положення та практичні рекомендації щодо покращення становлення та розвитку ринку послуг України можуть бути використані органами влади для формування законодавчих планів та стратегій соціально-економічного розвитку.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота містить такі частини: вступ, три розділи, спеціальна частина, висновки, список використаних джерел, який

містить 42 джерел та 3 додатки.

# РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

## 1.1. Економічна сутність діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Готельно-ресторанний бізнес є важливою ланкою сфери послуг, що передбачає господарську діяльність спеціалізованих підприємств, які надають на комерційній основі власні послуги та надають послуги розміщення та харчування. В сучасних умовах ведення бізнесу впровадження передових організаційно-управлінських прийомів у готельно-готельний бізнес призводить до перегляду теоретичних основ діяльності підприємств з метою їх ефективного функціонування.

Питання економічної суті діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства розглядали у своїх роботах: С.І. Байлик [1], Н.М. Гоблик-Маркович [2], К.В. Каленік [3], М.О. Корнілевська [4], Ю.А. Маначинська [5], Л.І. Нечаюк, П.Р. Пуцентейло [6], А.Е. Саак [7], Н.О. Телеш, М.В. Якименко [8] та ін. Втім проблемні аспекти, пов'язані з діяльністю підприємств готельного та ресторанного господарства в умовах сучасності розвитку економічних відносин, потребують подальшого дослідження.

У сучасному бізнесі оперативне та якісне обслуговування відіграє дедалі зростаючу роль, активно задіяна готельно-ресторанна індустрія. Колись поняття «гостинність» асоціювалося з господарською діяльністю, яка включала надання платних послуг із розміщення в готелях. Пізніше, оскільки попит на туристичні послуги продовжував зростати, а готелі хотіли розширити комплекс своїх послуг, послуги з розміщення почали сильно пов'язуватись з реалізацією додаткових послуг. Це породило визначення «готелі та ресторани», яке включає харчування, розміщення, та різні додаткові послуги.

За О.М.Головком, підприємства готельно-ресторанного господарства - заклади визначеної категорії, які забезпечують організацію розміщення та харчування за межами місця постійного проживання споживачів послуг [4]. На

думку Н. М. Гоблик-Марковича, ринок готельно-ресторанних послуг являється синтетичною категорією за допомогою якої визначаються різноманітні за змістом і параметрами явища [3, С.247]. Це пов'язано з певним методом організації економічного життя, що характеризується незалежністю учасників на основі ділового співробітництва.

На нашу думку, діяльність готельно-ресторанного господарства полягає в здійсненні фінансово-господарської діяльності суб'єктів бізнесу, яка передбачає створення та реалізацію послуг з метою отримання деяких економічних вигод.

Економічна природа готельно-ресторанного господарства полягає в нематеріальному характері її діяльності. Тому що, результатом діяльності є не кінцевий продукт, а надання спеціальної послуги.

Готельно-ресторанна послуга - це господарська операція підприємства з метою задоволення вимог споживача, що пропонується при розміщенні та тимчасовому проживанні й харчуванні [9].

В готельному господарстві послуги поділяються на основні та додаткові, які надаються клієнтам під час їхнього розміщення та проживання. Основні послуги можна розділити на декілька етапів їх надання.

- інформація про надання послуг;
- бронювання місць;
- надання послуг (проживання, харчування тощо);
- зустріч гостей, на надання їм послуги транспорту;
- надання різних послуг під час проживання в готелі.

Початкова інформація про основні послуги, які надає готель, міститься у назві та інформації про місце розташування та категорії фірми. Інша інформація, така як: кількість номерів та їх наявність; близькість до туристичних точок і моря тощо, майбутні клієнти можуть отримати з рекламних довідників.

Додаткові послуги це ті послуги, що не входять до основних. Споживачі їх замовляють та оплачують додатково. (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Додаткові послуги підприємств готельно-ресторанного господарства

Назва послуги	Характеристика
---------------	----------------

Інформаційна	Інформація про культурні та історичні пам'ятки і установи інформація про придбання різних типів товару, інформування про послуги, які цікавлять гостя, послуги транспорту,
Комунально-побутова	Прасування, прання і чищення одягу, ремонт взуття, годинників, одягу тощо
Посередницька	Замовлення квитків на театральні вистави, резервування різних типів номерів в інших місцях перебування резервування місць у розважальних на культурних установах
Автотранспортна	Автостоянка, мийка машин, дрібний ремонт транспорту
Торговельна	Продаж різних типів товару, продаж ЗМІ, сувенірів тощо
Інші	Прокат різного типу інвентарю та обладнання по потребі клієнтів.

Примітка. Узагальнено автором.

За результатами дослідження можна стверджувати, що додаткові послуги підприємства залежать від його рівня, категорії та виду. Але, готельно-ресторанні комплекси категорії "Люкс" або "5 зірок" повинні надавати всі додаткові послуги самостійно [2]. Для цього вони мають мати велику мережу підрозділів, що виробляють і виконують значну кількість додаткових послуг (магазини, кіоски, бари, кафе, ресторани, перукарні, хімчистку, відділення банку тощо).

Підприємства, які не в змозі надавати весь комплекс додаткових послуг, складають договори із закладами культури, транспортними, комунальними, торговими та банківськими закладами тощо.

Зростання кількості основних і додаткових послуг, що пропонує готельний та ресторанний бізнес, залежно класу обслуговування, розмірів і структури, призвело до утворення різних організаційних структур. З огляду на це, правильна класифікація є запорукою налагодження надійної системи обліку та контролю.

Виділення ознак класифікації для готельного господарства та громадського харчування - це згрупування за ознаками, які надають змогу відповідати за якість обслуговування, характеризують умови розміщення та харчування клієнтів, визначають центри витрат і відповідальності.

Різноманітність послуг ринку готельного бізнесу та громадського харчування потребує систематизації за критеріями попиту. М.Г. Бойко до таких критеріїв відзначає відповідність обсягу та якості послуг їх ціні [2]. Тому класифікація досліджуваних компаній базується на рівні їх комфорту.

У кожній країні з урахуванням соціально-економічних та історичних особливостей розвитку існує своя методика відбору класифікаційних характеристик досліджуваних підприємств. В Європі, у більшості країн найпоширенішою системою класифікації готелів є зірковий рейтинг. Однак за півстоліття, що існує така система, не було єдиного правила присвоєння певної категорії.

В Україні в більшості випадків підприємства готельного та ресторанного господарства класифікуються за категоріями відповідно до загальними ознак. Ці категорії визначаються рядом вимог щодо: стану матеріалів і технічного обладнання; переліком послуг, що надаються, кваліфікацією працівників та рівня їхнього обслуговування.

Погоджуємось з думкою О.М. Головка, про те, що значну частину питань з організації діяльності досліджуваних підприємств слід розглядати поряд з технологією, яка складається з послідовно виконаних процесів надання основних і додаткових послуг, якість виконання яких залежить від організаційної структури, типу і категорії підприємства, від організації системи управління тощо [4, С.9].

Також погоджуємось з думкою О.М. Головка, що значну частину питань з організації діяльності досліджуваних підприємств слід розглядати поряд з технологією, яка складається з послідовно виконаних процесів надання основних і додаткових послуг, якість виконання яких залежить від організаційної структури, типу і категорії підприємства, від організації системи управління тощо [4, С.9].

Отримані результати свідчать про те, що економічне зростання українського готельного та ресторанного господарства стримується низкою причин. Це: економічна криза, недоліки у фінансовій та банківській системі, обмеження можливості платоспроможності людей, податкова система, яка не є ідеальною. Ще одним недоліком є відсутність логічно взаємопов'язаних і не суперечливих інструкцій і настанов. Крім того, необхідно враховувати відсутність необхідної інфраструктури, відповідних сервісів, що своєю чергою відбивається на рівні обслуговування споживачів цих послуг.

Чинне законодавство України нечітко визначає готельно-ресторанне підприємство, його належність до сфери туристичних послуг та відомчого підпорядкування [6]. З метою вивчення розвитку суб'єктів господарювання, їх нормального функціонування на ринку послуг необхідно прийняти законодавчі акти щодо забезпечення інвестицій у готельно-ресторанну сферу, що своєю чергою стимулюватиме розвиток туризму в країні.

## **1.2. Основні фактори впливу на функціонування ринку готельно-ресторанних послуг**

Готельно-ресторанний бізнес є частиною туристичної індустрії країни, його діяльність має тенденцію до зростання і падіння. Зміни в стані галузі зумовлені багатьма факторами, властивими всім економічним галузям, в тому числі і для вказаної. Вивчення складу цих факторів та характеру їх впливу необхідно для аналітичної оцінки готельно-ресторанної індустрії та прогнозування можливих переходів у її подальшому функціонуванні, що визначає актуальність і важливість вивчення даного питання.

По-перше, автори поділяють фактори, що впливають на розвиток готельно-ресторанної галузі на зовнішні та внутрішні. Цей підхід є досить широковідомим та узагальнюючим.

Розширення ролі України на світовому ринку слугує підвищенню потоку

в'їзних туристичних потоків та підвищенню інтересу до країни на міжнародному ринку. Зростаючі показники населення країни сприяють підвищенню рівня внутрішнього туризму та оптимізації пропозиції трудових ресурсів у досліджуваній сфері. Водночас важливо підкреслити актуальність рівномірної демографії регіонів тому, що за її відсутності необхідно залучати кадри з інших регіонів та з-за кордону. Розвиток соціокультурних факторів є важливим для розвитку туристичної галузі в цілому, адже вони гарантують потенціал галузі.

На нашу думку, такий метод формулювання зовнішніх чинників впливу потрібно розширити за рахунок ринкових чинників, посеред яких вплив постачальників, конкурентів ринку та звісно споживачів. Крім того, на думку інших авторів [11], список має включати такі важливі чинники, як природні (природні та рекреаційні) умови. Цей фактор утворює туристичну цікавість областей держави, всієї країни, впливає на унікальність окремих туристичних об'єктів України. Розміщення готельно-ресторанних об'єктів багато в чому визначається привабливістю природно-рекреаційних умов місцевості для туристів. При цьому регіони України можна ранжувати за рівнем забезпеченості природно-рекреаційними ресурсами. Цю проблему вивчали дослідники Н.П. Турло, С.М. Мархонос. Вони зосередились на лісових та водних ресурсах території країни (табл. 1.2).

Проаналізувавши таблицю 1.2, можна зробити висновок, що на даному етапі сформовано чотири типи регіонів, Україна має високий природньо-ресурсний потенціал.

Таблиця 1.2

№ п/п	Назва типу регіонів	Характеристика
1	Найвищий рівень забезпеченості природно-рекреаційними ресурсами	Херсонська область (велика площа акваторії моря) та Автономна Республіка Крим (тимчасово анексована) (гори). Вінницька область (високий показник річок), Івано-Франківська, Чернівецька Закарпатська, Львівська, (гори, багато річок, розташованих по всій території).



2	Рівень забезпеченості природно- рекреаційними ресурсами вище середнього	Тернопільська, Рівненська, Житомирська, Волинська, Чернігівська області (високе значення протяжності по території річок), Одеська область (площа рекреаційних акваторій морів)
3	Середній рівень забезпеченості природно- рекреаційними ресурсами	Черкаська, Київська, Сумська, Харківська області (протяжність по всій території річок та багато лісів)
4	Рівень забезпеченості природно- рекреаційними ресурсами нижче середнього	Донецька, Кіровоградська, Дніпропетровська, Миколаївська, Луганська, Запорізька, Полтавська, Хмельницька області та м. Київ (має певний вид природно-рекреаційних ресурсів, але їх кількість незначна в порівнянні з іншими регіонами)

При дослідженні внутрішніх факторів впливу більшість авторів виділили ті фактори, які залежали від діяльності досліджуваних суб'єктів галузі. Це особливо організаційно-технічні, фінансово-економічні. У рамках розвитку галузі (на макрорівні), на думку О.О. Лупича [10], ключовим фактором розвитку всередині галузі є фактор інфраструктури. Автор у рамках розвитку:

1) Готельно-ресторанний сектор розрізняє такі складові факторів внутрішньої інфраструктури: місткість готелів та подібних місць розміщення; місткість туристичних баз, притулків, студентських літніх таборів; кількість структурних підрозділів у сфері послуг; кількість закладів ресторанного господарства; кількість місця в ресторанах;

## 2) Сектор туризму: Кількість суб'єктів туристичної діяльності.

Згідно з аналітичним дослідженням [10], найвищий рівень розвитку готельно-ресторанного бізнесу: за місткістю готелів та подібних засобів розміщення на 1 січня 2021 р. припадає на Закарпатську область та м. Київ; за місткістю баз туризму, гірських баз, літніх таборів займають Одеська та Запорізька області; за кількістю структурних підрозділів сфери обслуговування; кількість об'єктів громадського харчування - Львівська область; за кількістю об'єктів ресторанного господарства — Волинська та Тернопільська області; за кількістю посадкових місць в закладах гесторанного господарства — Волинська область та м. Київ.

По-друге, існує науковий метод, який передбачає виділення позитивних і негативних факторів, що впливають на розвиток готельно-ресторанної індустрії України. У рамках цього підходу О.О. Комліченко [13] відзначає:

— позитивні фактори впливу: зростання ВВП і рівня реального доходу, інноваційні впровадження, політична сталість, інфраструктурний розвиток, збільшення інвестицій;

— негативні фактори впливу: криза економіки, підвищення цін, інфляція, економічна милітаризація, нестабільність політики, погіршення стану навколишнього середовища.

По-третє, є наукові підходи, в яких автори вказують, що конкурентоспроможність є одним з ключових факторів впливу на функціонування готельно-ресторанної [14]. При цьому дослідники [14] правильно відзначають, що цей фактор може мати як позитивний, так і негативний вплив. У свою чергу, фактори конкурентоспроможності можна віднести до зовнішніх факторів розвитку досліджуваної області. В контексті дослідження впливу вказаного фактору Л.Ю. Матвійчук [14] вказував на те, що конкурентний розвиток вітчизняних готельно-ресторанних комплексів не має покращення характеристик, в основному через політичні та економічні чинники. З точки зору останніх економічних тенденцій, ми бачимо скрутне становище надзвичайно високих тарифів на житлово-комунальні послуги, що стало значним тягарем для економічного становища галузі, а також політичні та військові

фактори становлять загрозу для готельної та ресторанної промисловості України. Останній фактор особливо важливий для країни після початку військової агресії на сході України та анексії російською федерацією Автономної Республіки Крим та місто Севастополь. Після цих подій українська туристична галузь втратила туристичну привабливість через тимчасове скорочення інфраструктури, підвищився рівень небезпеки і таким чином це все вплинуло на зменшення вхідних туристичних потоків. Це підтверджується динамікою скорочення вхідних туристичних потоків в Україні за період з 2013—2017 рр. (рис. 1.1). Аналізування рис. 1 свідчить, що в 2014 р. цей показник зменшився на 48,5%, в 2015 р. порівняно з 2014 р. продовжується тенденція зменшення — скоротився на 2,23%, а в 2016 р. та 2017 р. відбулось збільшення за рахунок популярних міжнародних подій в Україні (зокрема Євробачення в 2017 р.). Але цей показник у 2017 р. все одно був нижчим у порівнянні з 2013 р. на 42,3%. Це вказує на велику дію політично-військових факторів впливу.

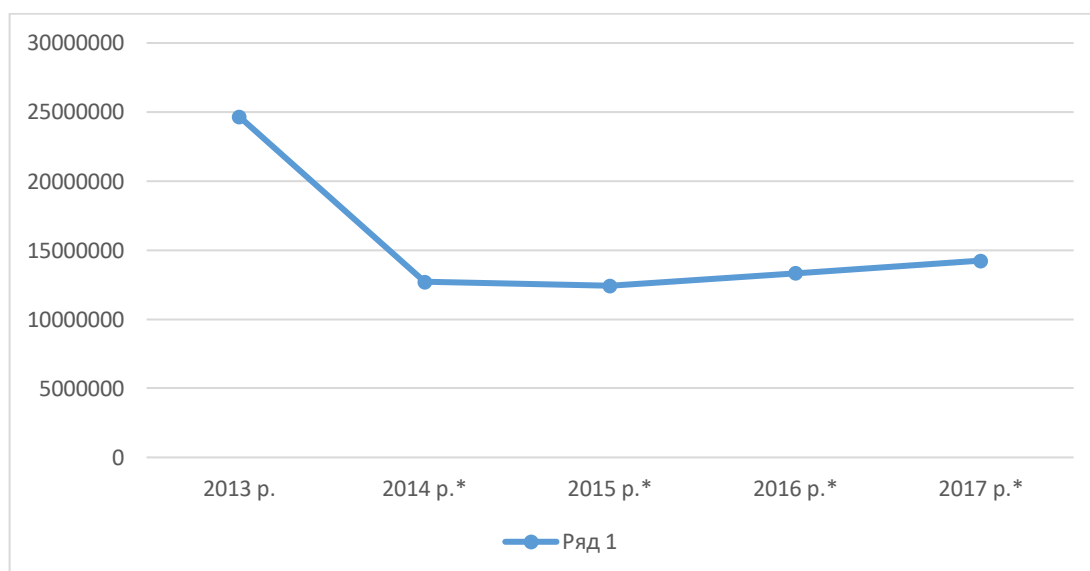


Рис. 1.1. Кількість іноземців, які відвідали Україну за період з 2013—2017 рр. (вхідні туристичні потоки)

Примітка: Де \* кількість іноземців, що відвідали Україну без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

По-четверте, в наукових колах висуваються твердження, що основні фактори розвитку досліджуваної індустрії можна поділити на статичні та

динамічні. Як зазначають Д.В. Довгаль, Н.І. Данько [15]:

— до переліку статичних факторів впливу досліджуваної галузі входять: природно-кліматичні, історико-культурні, географічні фактори. Ці фактори впливають на рівень відвідуваності суб'єктів туристичної діяльності та готельно-ресторанного господарства.

— перелік динамічних факторів, що містять соціальні, демографічні, економічні, культурні, міжнародні фактори і науково-технічний прогрес.

По-п'яте, у науковому середовищі можна виділити методи комплексної класифікації факторів впливу на розвиток досліджуваної індустрії. Такий підхід продемонстровано О.О. Комліченко [13, с. 77]. Згідно методики автора основні фактори, які відбиваються на розвитку готельно-ресторанної сфери, можна поділити за ознаками:

1. Напрямок впливу – внутрішні та зовнішні;
2. Територіальна ознака – регіональні, загальнодержавні;
3. Географічна ознака – суспільно-географічні, геополітичні, історико-культурні, фізико-географічні;
4. Механізм впливу – регулюючий та об'єктивний;
5. Дієвість впливу – ті, що генерують і ті, що реалізують;
6. Ступінь впливу – динамічні та статичні;
7. Характер впливу – інтенсивний, екстенсивний та гальмуючий;
8. За змістом – природно-географічні, соціально-економічні, демографічні, соціально-психологічні;
9. Результати впливу – позитивні і негативні.

На нашу думку, такий комплексний підхід дає можливість визначити цілісну картину факторів впливу на розвиток галузі, цей перелік не є стабільним, тому що готельна та ресторанна галузі в Україні постійно трансформуються, через що, враховуючи контекст розширення методологічного інструментарію, є можливість зростання зазначених ознак.

### **1.3. Сучасні тенденції функціонування і розвитку готельно-**

## ресторанного бізнесу в Україні

Функціонування та розвиток готельного господарства в Україні має велике економіко-соціальне значення, тому на даному етапі рекомендується розрізняти соціально-економічні функції готельного та ресторанного господарства. Використовуючи науковий підхід, економічну функцію туризму і готельно-ресторанного господарства доцільно розглядати як єдиний комплексний механізм виробництва й обігу продукції та послуг, що забезпечує йому певні переваги порівняно з іншими галузями економіки [17].

Суб'єкти готельно-ресторанної сфери виконують соціальну функцію, її слід розглядати комплексно. Реалізація цієї функції передбачає не тільки задоволення необхідності споживачів у послугах та товарах, а і зниження соціальної напруги через створення робочих місць, виплат заробітної плати тощо. Крім того, раціональним буде виділення рекреаційної, культурної та комунікативної функцій. Культурні функції, а конкретно їхня реалізація, передбачає вплив на формування світогляду та збагачення духовних потреб споживачів. Надаючи послуги з відпочинку та оздоровчі послуги, суб'єктами готельно-ресторанного бізнесу, створюються умови для виконання рекреаційної функції. Комунікативна функція зумовлює поширення різних інформаційних потоків.

В умовах сучасності повноцінне функціонування суб'єктів готельно-ресторанної галузі в Україні сильно ускладнюється і зазнає змін під впливом різних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Дослідженню різноманітних аспектів розвитку готельно-ресторанного бізнесу присвячені праці українських вчених: Л. Нечаюк, В. Архіпова, А. Мазаракі, П. Пуцентейла, В. Карсекіна, І. Кочерги та ін. Водночас, мало вивченими лишаються окремі питання аналізу нинішнього стану індустрії готельно-ресторанного господарства в Україні.

Що стосується функціонування готельно-ресторанного господарства слід зауважити, аналіз їхніх основних показників підтвердив кількісне зростання деяких з них. Дані таблиці 1.3 показують збільшення чисельності суб'єктів господарювання досліджуваної галузі, кількості зайнятих та обсягу збуту послуг

чи продукції.

Таким же чином збільшився обсяг роздрібного товарообороту проводячи розрахунків на один об'єкт. Водночас потрібно зробити акцент уваги на тому, що серед суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу збільшились темпи розвитку показників діяльності фізичних осіб підприємців протягом 2016-2018рр. Вони були більшими в порівнянні з іншими організаційно-правовими формами. Аналіз показав те, що найбільша питома вага суб'єктів ресторанного бізнесу представлена закладами типу кафе. В структурі пропозиції готельної нерухомості в період 2016-2018 років переважали бюджетні готелі і готелі середнього класу, на них припадало близько 75% [18].

Таблиця 1.3 – Основні показники функціонування готельно-ресторанного господарства України [19].

Показник	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2018 р. до 2016 р., %
Кількість суб'єктів господарювання, з них	46384,9	44085	52007	112,2
підприємств	9880	9495	10096	102,1
фізичних осіб-підприємців	36504,9	34590	41981	115
Чисельність зайнятих, тис. осіб, з них:	242,2	264,3	267,5	110,4
підприємств	128,7	137	132,6	103
фізичних осіб-підприємців	113,5	127,3	134,9	118,8
Обсяг реалізованої продукції, млн грн, з них:	18213,7	23906,6	30322,4	166,4
підприємств	12940,7	16519,3	16726,9	129,2
фізичних осіб-підприємців	5273,0	7387,3	13595,5	257,8

Вищевказана інформація показує, що мале підприємництво у сфері готельно-ресторанного господарства має конкурентні переваги перед іншими організаційними формами. До них буде доцільним віднести [20]:

- гнучкість і мобільність в управлінні та організації виробництва;
- більш ефективний рівень використання робочої сили та устаткування;
- швидка адаптація до кон'юнктури ринку, місцевих умов, запитів споживачів, оперативне оновлення асортименту продукції/послуг;
- швидке впровадження нових ідей, проєктів;
- невисокі експлуатаційні витрати;
- можливість зменшення витрат виробництва за рахунок вузької спеціалізації, економії на управлінських витратах тощо.

Заразом в короткостроковій перспективі найімовірнішим є виконання негативного сценарію розвитку галузі. Це можна пояснити тим, що з 2014 р. через подальше погіршення політичної та соціально-економічної ситуації в країні, спостерігалось: скорочення обсягів туристичних потоків та значний спад ділової активності, під яким впливом розвиток суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу значно уповільнився.

Зниження життєвого рівня населення теж погано вплинуло на показники функціонування суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу (Рис. 1.2.)



Рис. 1.2. Динаміка середньомісячної зарплати та індекс реальної зарплати [21].

Аналізування таблиці 1.4 показує існування тенденції погіршення

фінансового результату діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Таблиця 1.4 – Показники фінансового результату підприємств готельно-ресторанного господарства [21].

Показник	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2018 р. до 2015 р., %
Чистий прибуток/збиток, млн грн	-692,4	-984,3	-1416,7	-6887,6	994,7
Рентабельність, %	-0,1	-1,1	-2,8	-26,6	-26,5 в.п.

Протягом 2015 – 2018рр. зростає сума збитків у досліджуваній галузі. Явище економічної кризи внесло серйозні корективи в роботу цього ринку:

– Підвищення рівня ризику, що виражається в залежності від політичних і екологічних умов в країні;

– Збільшення вакантності, особливо в дорогих готелях і ресторанах;

– Зміни в структурі попиту та пропозиції на товари та послуги

Це відображається у зростанні попиту на послуги серед готелів та підприємств громадського харчування середніх і низьких цін. Також спостерігалось зростання попиту на додаткові послуги – оренда конференц-залів, спа-послуги; – призупинення реалізації більшості інвестиційних проєктів та перенесення термінів введення об'єктів в експлуатацію на невизначений період [18].

Структура послуг, наданих споживачам суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу на протязі 2014 – 2017рр. теж зазнала змін (рис. 1.3).



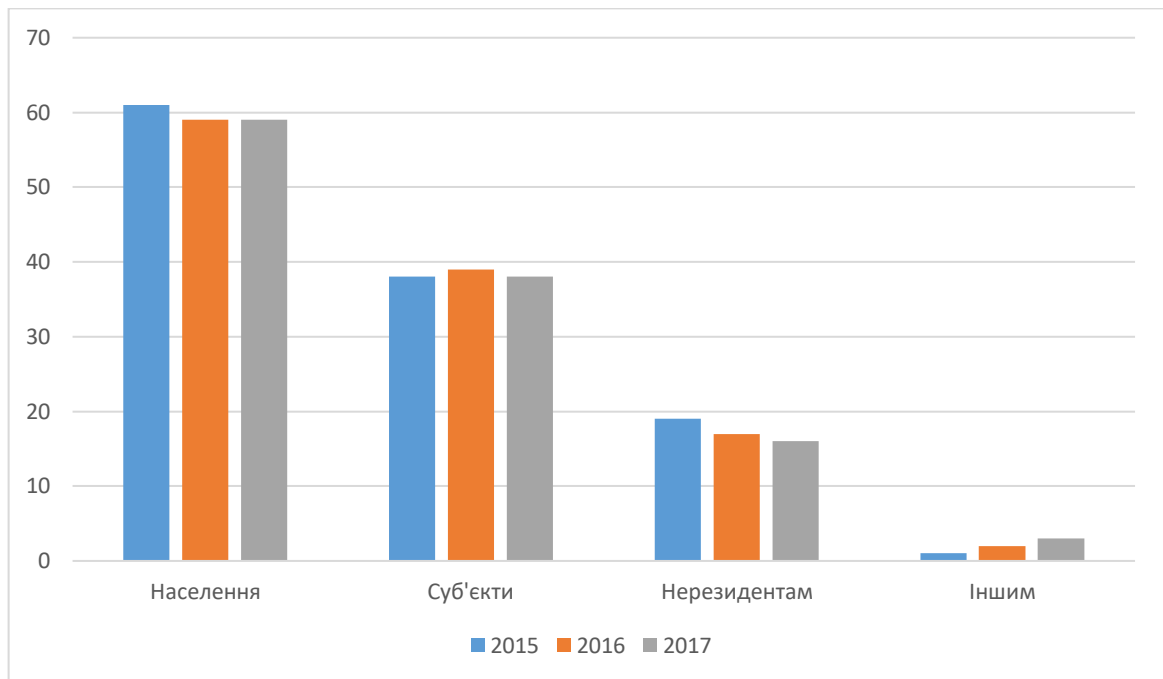


Рис 1.3 Структура реалізованих послуг суб'єктами готельно-ресторанного бізнесу [22].

Так, частка послуг, що надаються населенню, зменшилась на 1,1%, та нерезидентам на 2,6%. Регіональний розподіл готельно-ресторанних підприємств свідчить про їх концентрацію у великих містах України. Кількість готельно-ресторанних закладів у районі залежить від рівня доходів населення.

Можна погодитись із Ф. Даніані [23] щодо перспектив функціонування окремих об'єктів готельно-ресторанного господарства. Серед об'єктів громадського харчування потенціал для розвитку мають [23]:

- кав'ярні, кондитерські, булочні
- заклади італійської кухні, насамперед піцерії;
- фаст-фуди і стріт-фуди;
- пивні паби;

Вони будуть актуальні, як і завжди, особливо в місцях з великими потоками людей.

Серед об'єктів готельного бізнесу спостерігається дефіцит бюджетних закладів, таких як "хостел". Цей сегмент характеризується величезним потенціалом для розвитку. Через це деякі компанії, в тому числі міжнародні, розглядають Україну як потенційний пріоритетний ринок для розвитку цього сегменту.

Цікавим є вивчення показників функціонування та розвитку світової готельно-ресторанної індустрії. Сфера гостинності нараховує близько 550 тис. комфортабельних готелів, що налічують понад 21 млн номерів (34 млн. місць). При цьому кількість номерів щорічно зростає в середньому на 2-3 % [24].

Тенденції в готельно-ресторанній індустрії останніх десятиліть включають:

- поглиблення спеціалізації готельно-ресторанних закладів;
- створення міжнародних готельно-ресторанних ланцюгів;
- розвиток мережі малого бізнесу;
- впровадження комп'ютерної технології в готельну індустрію.

Що стосується ресторанного господарства, то в цій сфері популярна концепція фаст-фуду або ресторану швидкого харчування. Ресторан швидкого харчування - це особливий тип ресторану, який характеризується швидким приготуванням їжі та невеликим або відсутністю обслуговування клієнтів з боку офіціантів. Ресторани швидкого харчування, як правило, є частиною мережі ресторанів або франшиз, які забезпечують кожен ресторан стандартизованими інгредієнтами та/або частинами готових товарів і запасів через контрольовані канали постачання.

«Найбільш чисельною є мережа ресторанів швидкого харчування Subway – найбільша в світі мережа ресторанів швидкого харчування, що працює за принципом франчайзингу, основною продукцією є сендвічі та салати» [25]. «McDonald's Corporation – американська корпорація, яка до 2010 р. була найбільшою у світі мережею закладів швидкого харчування» [26]. «Одним з найвдаліших проєктів компанії за останній час стала мережа кав'ярень McCafe; Україна стала 102-ю країною, де почала розвиватися мережа McDonald's, станом на 2018 р. в Україні діє 79; ресторанів McDonald's у 18 містах, McDonald's, що знаходиться у Києві біля центрального залізничного вокзалу, вже останніх шість років постійно знаходиться в п'ятірці найбільш відвідуваних закладів» [26].

Хоча мережі та великі корпорації в готельно-ресторанній індустрії дуже популярні, переважна більшість готельної та ресторанної індустрії сьогодні є невеликою, функціонує як індивідуальний бізнес, сприяє гнучкості ринку та є більш орієнтованою на клієнтів та є оригінальною. Тому сьогодні створюється

багато готельних та ресторанних компаній, що відрізняються оригінальними концепціями, що дозволяють розширити клієнтуру.

Ще однією тенденцією розвитку готельно-ресторанного господарства є впровадження комп'ютерних технологій в їх діяльність. Особливий елемент активізації роботи готельно-ресторанного бізнесу є впровадження комп'ютерних систем бронювання. Вони дають можливість зробити процес бронювання послуг набагато швидшим.

У сучасних технологіях необхідно виокремити використання розумних пристроїв в обслуговуванні клієнтів, участь електронних систем управління підприємством, елементів ГІС-технологій тощо. Швидке зростання індустрії гостинності вказує на наступні напрями зростання у світовій готельній та ресторанній індустрії:

- розширення ареалів поширення підприємств готельного та ресторанного бізнесу (нові туристичні зони залучатимуть також сферу гостинності);
- збільшення кількості креативних закладів готельного і ресторанного бізнесу;
- безперервну технологічну трансформацію підприємств із врахуванням великої швидкості НТП (роботизація підприємств, активне впровадження розумних технологій, екологічні технології тощо);
- зміцнення готельно-ресторанної індустрії як динамічного елемента світової економіки;
- зростання конкурентної боротьби серед представників ринку готельно-ресторанного бізнесу і в наслідок, постійні зміни в їхньому функціонуванні тощо.

## **РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ ПрАТ ГОТЕЛЬ ТЕРНОПІЛЬ**

### **2.1. Характеристика готельного закладу "Тернопіль-Готель"**

«"Тернопіль-Готель" є приватним акціонерним товариством, що розташовується по адресу: м. Тернопіль, вул. Замкова, 14» [27]. «Скорочене найменування (згідно Статуту) – ПрАТ "Тернопіль-Готель", керівник – Головка Станіслав Миколайович, кінцевим бенефіціарним власником акціонерного товариства є Кочерган Богдан Васильович; дата реєстрації підприємства – 4 серпня 1997 року» [27]. Депозитна установа що обслуговує емітента: ТОВ Розрахунково-клірингова консалтингова компанія «АВС-РЕЄСТР». Статутним капіталом готелю є 1 460 727,00 грн. Філії та представники підприємства відсутні.

ПрАТ "Тернопіль-Готель" з'явилося із товариства готельного бізнесу, яке за рішенням Уряду Тернополя від 25 лютого 1992 року, було перетворено на лізингову компанію готельного господарства в м. Тернополя. ПрАТ «Тернопіль-Готель» утворено відповідно до наказу Тернопільського фонду державного майна від 25.07.97 шляхом перетворення лізингової компанії готельного господарства «Тернопіль» у відкрите акціонерне товариство за процедурою перетворення, яка затверджена Кабінетом Міністрів України КМУ від 11.09. 96 року № 1099.

Основними видами діяльності ПрАТ «Тернопіль-Готель» є [27]:

55.10 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування

Інші [27]:

79.11 Діяльність туристичних агентств

47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами

56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування

68.32 Управління нерухомим майном за винагороду або на основі контракту

35.30 Постачання пари, гарячої води та кондиційованого повітря

68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна

До складу ПрАТ «Тернопіль-Готель» входять такі підприємства: два 3-зіркові готелі «Тернопіль» та «Галичина», підприємства громадського харчування, що працюють на території готелю.

Всі ці підрозділи розташовані в місті Тернополі .

Мета діяльності ПрАТ «Тернопіль-Готель» це отримання доходу через вигідне використання існуючого виробничого потенціалу шляхом створення перспективних умов для результативного використання трудового потенціалу і виробничої потужності;

Компанія має велику кількість номерів, всього 161 номер (272 місць), які охоплюють різні категорії від одномісних до апартаментів люкс. Так споживачі можуть вибрати номер, який їм подобається і який відповідає їхньому бюджету. Наповненість номерів залежать від їхньої вартості, але усі номери при цьому, мають доступ до кабельного телебачення та інтернету.

Готель "Тернопіль" розташовується на вул. Замкова 14, м. Тернопіль, За формою власності підприємство є відкритим акціонерним товариством. Побудований готель у 1962 році, а відкрили його у 1985 році. І підприємстві діє лінійно-функціональна організаційна структура. Головка Станіслав Миколайович є керівником підприємства.

Тематика діяльності підприємства: надання послуг з проживання (готельні послуги); туристичине та екскурсійне обслуговування; здійснення торгівлі (оптова, роздрібна, комісійна); організація харчування; здійснення імпортової та експортної діяльності; інші види діяльності, що не забороняє закон.

Державна реєстрація підприємства проходила у міській раді м. Тернополя. Акціонери подавали такі документи: рішення власника про створення підприємства; статут; картку реєстрації; документи, що підтверджують сплату збору за державну реєстрацію; нотаріально засвідчену копія свідоцтва про

державну реєстрацію.

До того ж, Готель "Тернопіль" зареєстроване у фонді соціального страхування та пенсійного фонду. Підприємство є юридичною особою із моменту державної реєстрації. Головною особою, яка керує цією компанією, є голова правління. Весь інший персонал і служби підпорядковані йому.

Найбільш поширеними в практиці управління готельного господарства є такі види організаційних структур:

- лінійна;
- функціональна;
- лінійно-функціональна.

У ВАТ Готель "Тернопіль" лінійно-функціональна структура управління. За лінійно-функціональною структурою управління всю владу отримує себе лінійний керівник, який керує колективом. При розробці конкретних питань і підготовці відповідних рішень, програм, планів йому допомагає спеціальний апарат, що складається з функціональних підрозділів [29; с. 110].

Фінансовому директору підпорядковуються головний бухгалтер, менеджер господарської служби, контролер ЕОМ, завідувач відділом заробітної плати. Технічний директор очолює інженерно-експлуатаційний відділ. У різних готелях посада технічного директора називається по-різному: головний інженер, директор з експлуатації, головний технік, йому підпорядковуються старший майстер, завідувачі майстернями з ремонту меблів, обладнання, систем опалення, холодильних установок тощо; у прямому підпорядкуванні директора з розміщення знаходяться менеджери основних готельних служб: бронювання, обслуговування, прийому і розрахункової частини, експлуатації номерного фонду [30].

За Свідоцтвом Державного агенції України з туризму та курортів Про встановлення державної категорії від 22 листопада 2013 року готель «Тернопіль» має «Три зірки».

Готель «Тернопіль» має власний штат працівників. Він складається з двох частин. Перша частина це виробничий персонал, він нараховує 37 людей. Друга частина це адміністративно-управлінський персонал, 15 людей. Фонд оплати

праці становить 48994 грн. і 26790 грн.

Готель має 99 номерів, що становить 156 ліжко-місць. Категорія номерів становлять: люксапартамент – 1 номер; напівлюкс сімейний – 6 номерів; напівлюкс – 8 номерів; 27 одномісний стандарт – 33 номера; двомісний стандарт – 35 номерів; одномісний бюджет – 9 номерів; двомісний бюджет — 7 номерів. Номери включають: багатоканальне кабельне телебачення, телефон, бездротовий доступ до Інтернету (Wi-Fi), холодильник, кондиціонер та мінібар, ванну кімнату з душем, фен, косметичку. Додаткове обладнання кімнати залежить від типу номеру.

Також в готелі «Тернопіль» організований конференційний центр, що надає послуги з проведення конференцій, семінарів, забезпечує технічну підтримку проведення згаданих на інших заходів

Готель «Галичина» розташований на березі ставу та поблизу парку. Готель знаходиться на жвавій вулиці, в пішій доступності від громадського транспорту та інфраструктури. Він розміщений на пагорбі, у 12-поверховому будинку, в наслідок чого гості можуть побачити панорамний вид міста та ставу. Готель має 2 конференц зали, які мають максимальну місткість до 30 осіб. Конференц зали укомплектовані проекторами, комп'ютерною технікою з доступом до інтернету, демонстраційною дошкою тощо [31-32]. За попередньою домовленістю може бути організована перерва на каву, замовник обирає серед 3 видів меню [33].

Готель відноситься до бюджетних, вартість номерів нижча, ніж у готелі «Тернопіль». До основної категорії гостей готелю можна віднести: тих, які приїжджають з ціллю відвідати День міста, футбольні матчі, фестивалі, в тому числі «Файне місто»; туристів віком 18-25 років та подорожуючих зі сім'ями; осіб, які приїжджають у справах бізнесу.

Номерний фонд готелю «Галичини» складає 62 номера (116 ліжко-місць): 1 номер Люкс-двокімнатний; 5 номерів Люкс-студіо; 2 номера Студіо сімейний; 10 номерів Напів люкс; 10 номерів Одномісний стандарт; 33 номера Двомісний стандарт; 2 номера Двомісний економ. Вартість номерів становить від 620 до 1550 грн.

Готель, із безкоштовних послуг, надає: прасувальна кімната; послуги

швейцара; камера зберігання; виклик таксі; Wi-Fi; багатоканальне кабельне телебачення; аптечка та виклик швидкої допомоги; цілодобова рецепція; ранковий підйом [34].

Платні послуги: сніданок «Континентальний» (120 грн з особи); конференц-сервіс; екскурсійне обслуговування; охоронювана автостоянка; рання / прасування одягу; внутрішні та міжнародні дзвінки; послуги факсу; лобі-бар та кафе-бар [34].

## 2.2. Аналізування фінансових результатів діяльності ПрАТ Готель Тернопіль

Аналізування фінансових результатів слід здійснювати шляхом використання методу порівняння фактичних даних за звітний період із фактичними даними за попередні періоди і в такому випадку відбувається оцінювання темпів збільшення фінансових результатів як в цілому, так і від окремих видів діяльності [35]. Вивчаються також фактори впливу на зміни обсягів фінансових результатів, рівень їх впливу та виявляються резерви їх збільшення [36]. Аналіз змін у фінансовому результаті за декількома роками дає змогу оцінити тенденції напрямів розвитку підприємства, визначити суми наявного прибутку/збитку та виявити види діяльності, які формують фінансовий результат діяльності підприємства. У формі 2 відображено чотири види фінансових результатів, дані про які є необхідними для аналізування динаміки та структури фінансових результатів (табл. 2.1)

Таблиця 2.1

### Види фінансових результатів для аналіз динаміки та структури фінансових результатів

№ п/п	Вид фінансових результатів	Порядок розрахунку за даними форми № 2 (рядки)
1	Валовий: прибуток (збиток)	$2090 (2095) = 2000 + 2010 - 2050 - 2070$
2	Фінансовий результат від	$2190 (2195) = 2090 (2095) + (-) 2105$



	операційної діяльності: прибуток (збиток)	+(-) +(-) 2110 + 2120 – 2130 – 2150 – 2180
<b>3</b>	Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	2290 (2295) = 2190 (2195) + 2200 + 2240 – 2250 – 2255 – 2270 +(-) 2275
<b>4</b>	Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	2350 (2355) = 2290 (2295) –(+ ) 2300 +(-) +(-)2305

Проведемо оцінку зміни обсягу і складу фінансового результату підприємства за досліджуваний період, показники в табл. 2.2 на основі даних [21].

Таблиця 2.2

**Аналіз динамічних змін показників фінансових результатів діяльності ПрАТ «Тернопіль - Готель»**

Показники	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення, пунктів структури	
				2019/2018	2020/2019
<b>Структура доходів</b>					
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	99,98	99,96	59,58	-0,01	40,41
Інші операційні доходи	-	-	-	-	-
Дохід від участі в капіталі	-	-	-	-	-
Інші фінансові доходи	-	-	-	-	-
Інші доходи	0,02	0,04	40,42	+0,01	+40,41
<b>Разом</b>	100,00	100,00	100,00	-	-
<b>Структура витрат</b>					
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт,	79,96	82,40	76,21	+2,43	-6,18



Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	20446	21554	8483	+1108	-13071	+5,93	-60,65
Валовий прибуток (збиток)	5678	3884	-2332	-1794	-6216	-31,33	-160,06
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)	2718	661	-5038	-2057	-5699	-75,72	у 863 разів
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	2402	557	171	-1843	-386	-76,79	-69,54
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	1983	121	48	-1862	-73	у 17 разів	-59,16

За даними табл. 2.3 значну частину на протязі 2018 – 2019 років займав фінансовий результат від операційної діяльності та в той же час зменшився – на 13071 тис. гривень в порівнянні 2020 до 2019 рр. Підприємство мало збиток від операційної діяльності в 2020 р. Але враховуючи інші доходи ПрАТ «Тернопіль - Готель» мало змогу покрити збиток і результатом цього в 2020 р. підприємство отримало хороший фінансовий результат на суму 48 тис. грн.

Оцінка динаміки і структури фінансового результату є основним критерієм для оцінки якості фінансового результату. Тому незмінні темпи підвищення фінансового результату діяльності підприємства і перевага у складі фінансових результатів саме підсумку від основної діяльності, це є доводом доброї якості прибутку. Результатом дослідження динаміки і структури фінансового результату досліджуваного підприємства підтверджують про основну частину фінансових результатів діяльності, що були основними, але у 2020 р. за результатами, підприємство отримало втрати через здійснення операційних діяльностей.

При аналізі фінансових результатів особлива увага приділяється фінансовим результатам через операційну діяльність підприємства, на якій

базується діяльність підприємства. Щоб здійснити це проводиться оцінка динамічних змін фінансового результату через операційну діяльність. Такий аналіз дає можливість перевірити чи виконує підприємство поставлене завдання з отримання фінансового результату від операційної діяльності та виявити тенденції змін даного показника [37; 38; 39].

Аналіз фінансового результату операційної діяльності проводиться за наступною моделлю (2.1):

$$\Phi P_{\text{од}} = \text{ВП} + \text{ІОД} - \text{АВ} - \text{ВЗ} - \text{ІОВ} \quad (2.1)$$

де ВП – валовий прибуток;

ІОД – інший операційний дохід;

АВ – адміністративні витрати;

ВЗ – витрати на збут;

ІОВ – інші операційні витрати.

У табл. 2.4 зазначено результат розрахунку аналізу формування та динамічних змін фінансових результатів від здійснення операційної діяльності досліджуваного підприємства.

Таблиця 2.4

**Аналіз формування та динамічних змін фінансових результатів від здійснення операційної діяльності ПрАТ «Тернопіль - Готель»**

№ п/п	Показники	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Абсолютний приріст, тис. грн.		Темп росту, %	
					2019/2018	2020/2019	2019/2018	2020/2019
1	Валовий прибуток	5659	3884	-2332	-1775	-6216	68,65	-60,04
2	Інші операційні доходи	-	-	-	-	-	-	-
3	Адміністративні витрати	2341	2628	2337	+287	-291	112,20	88,98
4	Витрати на збут	394	395	237	+1	-158	100,24	60,34
5	Інші операційні витрати	191	196	127	+5	-69	103,12	64,64
6	Фінансовий результат від операційної	2729	664	-5040	-2065	-5704	24,26	у 7,61

	діяльності							рази
--	------------	--	--	--	--	--	--	------

$$\Delta \text{ФР}_{\text{од}} = \Delta \text{ВП} + \Delta \text{ІОД} - \Delta \text{АВ} - \Delta \text{ВЗ} - \Delta \text{ІОВ} \quad (2.2)$$

У табл. 2.5 надано результат розрахунку згідно методики факторного аналізу фінансових результатів операційної діяльності досліджуваного підприємства.

Таблиця 2.5

**Методика факторного аналізу фінансових результатів операційної діяльності ПрАТ «Тернопіль - Готель»**

Показники	Вплив факторів		
	формула	значення	
		2019/2018	2020/2019
Валовий прибуток	$\Delta \text{ВП}$	-1772	-6217
Інші операційні доходи	$\Delta \text{ІОД}$	-	-
Адміністративні витрати	$\Delta \text{АВ}$	+285	-291
Витрати на збут	$\Delta \text{ВЗ}$	+2	-156
Інші операційні витрати	$\Delta \text{ІОВ}$	+5	-71
Фінансовий результат від операційної діяльності	$\Delta \text{ФР}_{\text{од}}$	-2065	-5700

Розрахунки показують, що основним негативним впливом від операційної діяльності на суму фінансових результатів є зниження валового прибутку підприємства за період, що досліджувався на 1774 тисяч грн. та 6219 тисяч грн. у 2019 та 2020 роках. Адміністративні витрати знизилися на 291 тисячу грн., а витрати на збут – на 158 тисяч грн. та інші операційні витрати - на 71 тисячу грн.

2020 році. Однак загальний результат полягає в тому, що фінансові результати господарської діяльності досліджуваних компаній негативні.

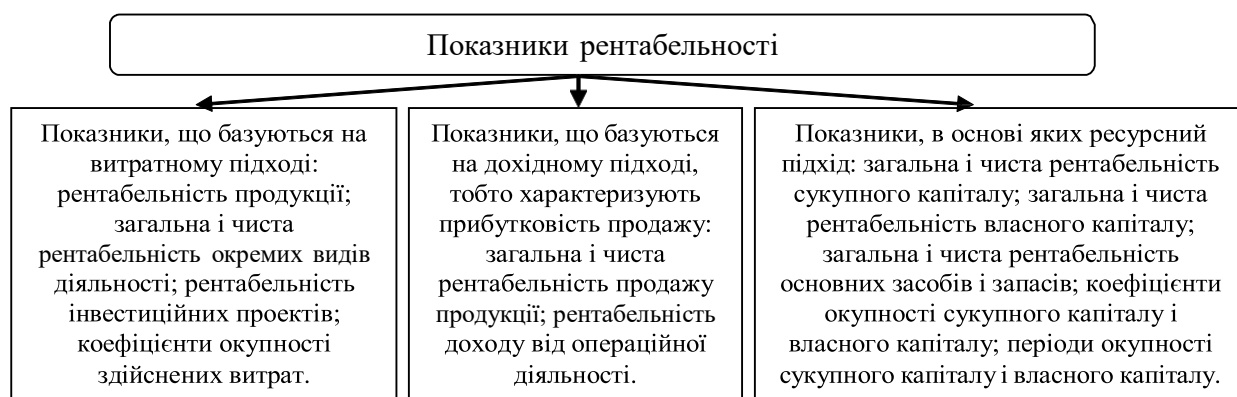
Отже, можна зробити висновок про те, що необхідно шукати невикористані можливості підвищення фінансових показників операційної діяльності. Це необхідно проводити на етапі планування сервісного комплексу досліджуваного підприємства, а передусім в сучасних умовах, коли зменшується кількість клієнтури готелів та ресторанів компанії. Щоб це здійснити потрібно впровадити деякі заходи щодо пошуку новітніх шляхів отримання фінансових результатів та забезпечення повернення до повноцінної роботи шляхом зміни профілю діяльності підприємства.

### 2.3. Коефіцієнтний аналіз рентабельності підприємства

Дохід це показник, який показує повний ефект від здійснення господарської діяльності підприємства. Щоб провести оцінку ефективності потрібно порівняти одержаний прибуток з капіталом, який вкладали, витратами, або ресурсами, які використали. Таку оцінку проводять за допомоги відносного показника ефективності – рентабельності [4; 9; 21; 37; 52; 53; 55; 59].

Залежно від цілей аналізу показники рентабельності можна поділити на декілька груп (рис. 2.1.). Їхні розрахунки здійснюються за даними фінансового звіту

**Рис. 2.1 Показники рентабельності**



Показник рентабельності, який базується на вартісному методі, дозволяє описати рентабельність витрат, понесених під час роботи підприємства. Розрахунки здійснюються на даних про прибутки та збитки збуту товару, послуг, чистого прибутку і собівартості продукту, роботи, послуги в розрізі видів

діяльності (табл. 2.6). Формулою витратних показників рентабельності є:

$$P_B = \frac{П}{B} \times 100\% \quad (2.3)$$

де  $P_B$  – рентабельність;

$П$  – прибуток;

$B$  – витрати.

Таблиця 2.6

**Система витратних показників рентабельності**

Показник	Економічний зміст	Порядок розрахунку за даними форми № 2 (рядки, графи)
Рентабельність (збитковість) виробничих витрат, %	Валовий: прибуток (збиток) / Собівартість реалізованої продукції	Ф. № 2: 2090 (2095)×100 / Ф. № 2: 2050
Рентабельність (збитковість) операційних витрат, %	Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток) / Операційні витрати	Ф. № 2: 2190 (2195)×100 / Ф. № 2: 2050+2130+2150+2180
Загальна рентабельність (збитковість) витрат господарської діяльності, %	Фінансовий результат до оподаткування: прибуток(збиток) / Витрати господарської діяльності	Ф. № 2: 2290 (2295)×100 / Ф. № 2: 2050+2130+2150+2180+2250+2255+2270
Чиста рентабельність (збитковість) витрат господарської діяльності, %	Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток) / Витрати господарської діяльності	Ф. № 2: 2350 (2355)×100 / Ф. № 2: 2050+2130+2150+2180+2250+2255+2270+2300 (витрати)
Коефіцієнт окупності виробничих витрат	Чистий дохід від реалізації продукції / Собівартість реалізованої продукції	Ф. № 2: 2000 / Ф. № 2: 2050
Коефіцієнт окупності операційних витрат	Операційний дохід / Операційні витрати	Ф. № 2: 2000+2120 / Ф. № 2: 2050+2130+2150+2180
Коефіцієнт окупності адміністративних витрат	Чистий дохід від реалізації продукції / Адміністративні витрати	Ф. № 2: 2000 / Ф. № 2: 2130
Коефіцієнт окупності	Чистий дохід від реалізації продукції / Витрати на	Ф. № 2: 2000 / Ф. № 2: 2150

витрат на збут	збут	
----------------	------	--

Звіт за 2018-2020 роки досліджуваного підприємства використані для оцінки показника рентабельності за 3 групами (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

**Показники рентабельності ПрАТ «Тернопіль - Готель»**

Показник	2018	2019	Відхилення	2020	Відхилення
Показники рентабельності та окупності витрат (витратні показники)					
Рентабельність (збитковість) виробничих витрат, %	38,51	21,98	-16,52	- 21,56	-43,55
Рентабельність (збитковість) операційних витрат, %	15,47	3,16	-12,31	- 37,26	-40,43
Загальна рентабельність (збитковість) витрат господарської діяльності, %	13,38	2,67	-10,74	1,22	-1,44
Чиста рентабельність (збитковість) витрат господарської діяльності, %	10,78	0,55	-10,24	0,34	-0,22
Коефіцієнт окупності виробничих витрат	1,38	1,21	-0,16	0,77	-0,43
Коефіцієнт окупності операційних витрат	1,14	1,04	-0,13	0,62	-0,41
Коефіцієнт окупності адміністративних витрат	8,69	8,21	-0,48	3,62	-4,58
Коефіцієнт окупності витрат на збут	51,52	54,41	+2,92	35,48	-18,93
Показники рентабельності реалізованої продукції (дохідні показники)					
Рентабельність (збитковість) продажу, %	27,80	18,04	-9,77	- 27,52	-45,53
Рентабельність (збитковість) доходу від операційної діяльності, %	13,40	3,06	-10,35	- 0,58	-3,66
Показники рентабельності та окупності капіталу (активів)					
Загальна рентабельність (збитковість) сукупного капіталу, %	6,72	1,53	-5,18	0,46	-1,06
Чиста рентабельність (збитковість) сукупного капіталу, %	5,54	0,32	-5,20	0,13	-0,21
Загальна рентабельність (збитковість) власного капіталу, %	11,18	2,47	-8,70	0,76	-1,72



Чиста рентабельність (збитковість) власного капіталу, %	9,2 3	0,52	-8,68	0,2 1	-0,31
Загальна рентабельність (збитковість) основних засобів і запасів, %	13,1 2	2,53	-10,62	0,7 5	-1,79
Чиста рентабельність (збитковість) основних засобів і запасів, %	10,8 4	0,55	-10,29	0,2 2	-0,32
Коефіцієнт окупності сукупного капіталу	56,9 5	59,4 5	+2,51	23,4 1	-36,05
Коефіцієнт окупності власного капіталу	94,7 3	95,6 7	+0,92	37,5 0	-58,16
Період окупності сукупного капіталу, років	18,0 2	302, 03	в 16,8 разів	739, 71	в 2,3 рази
Період окупності власного капіталу, років	10,8 5	187, 72	в 17,4 разів	461, 41	в 2,4 рази

За результатом аналізу видно, що показники рентабельності витрат досліджуваного підприємства мають негативну динаміку. Спостерігалось зниження даних, які формулюють прибуток головної, операційної і в загальному господарську діяльність закладу. Коли у 2018 році на 1 гривню витрат господарської діяльності та операційних витрат підприємства отримало прибуток 15,47 і 13,38 % , то у 2019 році значення зменшилось до 3,16 і 2,67. У 2020 році ПрАТ «Тернопіль - Готель» отримало негативний відсоток рентабельності операційних витрат, загальна рентабельність теж знизилась до 1,22% доходу. Ці зміни можна пояснити випереджальним підвищенням витрат у порівнянні з підвищенням фінансового результату ПрАТ «Тернопіль - Готель».

Від'ємною є теж рух показники окупності витрати. З 2018 року почалось зниження всіх даних окупності розходів. Це демонструє зменшення ступеня окупності витрат.

Теж, спостерігаються зниження результати рентабельності продажу продукції. Рентабельність реалізації знизилась на 9,77% у 2019 році у порівнянні з 2018 р. та у 2020 році одержано від'ємне значення цього показника, іншими словами рентабельність реалізації продукції знизилась на 45,53%. Результат рентабельності прибутку від здійснення операційної діяльності теж знизився в кінці 2020 року на 3,66% та одержала негативне значення. Інакше кажучи на ПрАТ «Тернопіль - Готель» зменшилися отримані результати від операційної і

основної діяльності у порівнянні із чистим прибутком і операційним прибутком.

Результати рентабельності активу теж були негативні. В кінці 2020 року всі результати були негативними, це засвідчує неефективне застосування фінансів ПрАТ «Тернопіль - Готель» і зниження суми одержаного середнього фінансового результату та активів за рік.

Окупність капіталу, а точніше його коефіцієнт знизився майже у 3 рази в кінці 2020 року. Коефіцієнт окупності загальних фінансів становить 56,95 гривень у 2018 році, в 2019 році 59,45 гривень, а в 2020 році тільки 23,41 гривень на одну гривню середньорічної вартості загального капіталу.

Термін окупності загальної суми та власного капіталу у 2019 році у порівнянні з 2018 р. був меншим в 16,8 рази та в 17,4 рази відповідно. У 2020 році у порівнянні з 2019 роком вони знизилися в 2,4 рази та в 2,5 рази відповідно. Це свідчить про збільшення періоду, на протязі якого фінанси досліджуваної фірми буде погашений чистим прибутком.

## РОЗДІЛ 3 ПРОЄКТНІ ПРОПОЗИЦІЇ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

### 3.1. Проблематика та перспективи інноваційної діяльності готельного бізнесу України

Дуже вагомою для всіх галузей України є інноваційна сфера, проте присутні проблеми, з котрими зіштовхується ця сфера на шляху до втілення (рис 3.1).



Рис 3.1 Найважливіші проблеми фінансування інноваційного розвитку підприємств в Україні

Джерело: розроблено автором

Готелі України, зазвичай докладають зусиль, щоб удосконалювати певні якості у відповідності до всесвітніх напрямків, але в них є свої винятковості.

Поміж ними можна виділити:

- Активне опановування ринку мережами заходу, які зазвичай «оволодівають» висококласними сегментами та висувають власні послуги клієнтам, в яких є певний статус;
- Недостатність або відсутність ясної «зірковості» готелів – в різних готелях є різна кількість зірок, але вони можуть не різнитися між собою по якості надання послуг.

Загалом український сектор гостинності росте неспішно, оскільки інвестори зосереджуються насамперед на будівництві торгово-розважальних центрів, офісних та житлових центрів. Заклади ресторанного господарства відстають на інший час, через те, що вони мають більший термін окупності. Проте Україна поступово долає ці проблеми в готельному господарстві, якщо Україна продовжуватиме буде зорієнтована на тенденції європейських країн, то багато з них зможе подолати без втрат. Крім того, основним впливом пандемії на український готельний бізнес, окрім нестачі гостей, стрімкого зниження доходів, експерти вважають нестачу готівки, оскільки виручка почала різко падати до нуля. Це змусило багато компаній відправити майже всіх своїх робітників у неоплачувану відпустку та припинити рекламну кампанію та інші витрати до кінця карантину [40].

В Україні відсутня розвинена мережа закладів готельної індустрії економ класу, таких як: хостели, малі та міні-готелі, апартаменти. Певною мірою попит на засоби готельного господарства можна було б задовільнити малими готелями, апартаментами, та хостелами, в яких набагато нижча ціна на проживання. Але українські мережі хостелів є погано розвинутими. Всеукраїнська молодіжна хостел асоціація налічує тільки 70 хостелів (в Європі офіційно зареєстровано 19 тис. хостелів, з них 5 тис. об'єднані єдиною системою бронювання)[41].

У маркетингу інновації часто мають місце протягом усього циклу відносин у ланцюжку «виробник-покупець». Але є деяке встановлення меж, яке перешкоджає впровадженню інновації в маркетинговій галузі: - наявність обмежень (державних та соціальних), що роблять вужчою сферу інноваційної ідеї (безпека продукції для споживачів, екологічність);

- Подорожання процесу створення і збуту маркетингових проєктів; - мінус капіталу в підприємствах;
- Зменшення зменшення життєвого циклу товару, результатом чого є повторювання новації конкурентами тощо;
- Збільшення розходів на прогрес розвитку нового продукту;
- Процес всесвітньої інтеграції конкурентності; зменшення рентабельності торговельних марок підприємств-послідовників;
- Безуспішне позиціонування нових товарів; непродуктивна реклама чи сильно завищені ціни [42].

Недостатній рівень застосування нових інформаційних технологій в готельній сфері підтверджує наявність технічних проблем, а конкретно: низький рівень розвитку інформаційної та комунікативної інфраструктури; відсутність готельних баз даних у окремих районах країни; обмеженість інформації і рекламної політики в різних районах; недосконалі механізми обміну інформацією між суб'єктами підприємницької діяльності в туристичній сфері та навколишнього середовища через Інтернет; низький рівень розвитку віртуальних готельних компаній; немає національної електронної системи, яка забезпечує ефективну інформацію попиту, пропозицій, цін, тарифів на послуги готелю тощо потенційним клієнтам. Важливим є не тільки виявлення проблем та недоліків системи, а й шляхи подолання чи зниження їхнього впливу на загальну систему:

**Кроки, які необхідно зробити в першу чергу для удосконалення готельного бізнесу:**

1. Вдосконалити районну інвестиційну та інноваційну інфраструктуру
2. розвивати науково-інноваційне співробітництво між державним та приватним науковим секторами, вищими навчальними закладами та науково-дослідними установами, а також реальним економічним сектором (тобто індустрією гостинності)
3. розвивати культуру інновацій через популяризацію науки, винахідництва та інновацій

4. підвищити ефективність механізму сертифікації і стандартизації продукції
5. на законодавчому рівні розширити можливості використання потенціалів і механізмів державних замовлень для стратегічно значущого бізнесу
6. сформувати сприятливий інвестиційний клімат, позитивний інвестиційний імідж
7. забезпечити утворення систем підготовки спеціалістів із питання управління інвестиційних проєктів
8. створити систему нагляду за станом збуту інвестиційних проєктів
9. забезпечити ефективну реалізацію процесу державного або приватного товариства через покращення нормативної та правового підґрунтя
10. удосконалити механізм банківських кредитувань

Таким чином, ці рішення щодо інновацій в індустрії гостинності допоможуть прискорити темпи розвитку галузі, безпосередньо вплинуть на економіку галузі та відкриють нові можливості для інвестування. Ефективне запровадження наукової розробки забезпечить українським компаніям місце на всесвітньому ринку готельного бізнесу, підвищить значення для збільшення Української економіки та міжнародної інтеграції, особливо в європейському напрямку.

### **3.2 Розробка інновації для удосконалення діяльності готельного підприємства**

Сучасні мобільні додатки, ти їх застосування у готельному господарстві є сильним маркетинговим інструментом. Вони вирішують чимало задач: формують особистий імідж, підтримують бренд підприємства, завоювання

лояльності клієнтів, оптимізація комунікаційних процесів та створення певного інформаційного простору. На сьогодні, українських операційних систем IOS та Android нараховується більше 600 000. Частина мобільних пристроїв в всіх продажах смартфонів збільшилась в 1,6 разів. В Україні більшість людей надають вибирають систему Android із різними додатками [48].

Частка смартфонів у загальних продажах мобільних телефонів зросла у 1,6 рази. Українці більше віддають перевагу системі з різноманітними мобільними додатками[48].

Техніка мобільного додатку є досить новою формою інновації, що щойно почала виходити на ринок готельних послуг України, а значить, його можливості, переваги і недоліки використання готельних послуг на внутрішньому ринку є недостатньо вивчені. Це вчасно і продуктивно можна використати та створити додаток, які буде об'єднувати готелі України для більшої зручності для гостя. Мобільні додатки мають багато переваг, які говорять про їх актуальність використання та можливість зробити український ринок готельних послуг ще доступнішим і легшим у використанні (Рис 3.2)



Рис 3.2. Переваги використання інновації створення мобільного додатку для готельного господарства

Джерело: розроблено автором

З метою сприяння розвитку українського готельного господарства пропонується зробити новітній винятковий мобільний додаток. Цей додаток буде називатися «HelpTouristUa». Його основними перевагами є:

1. цей додаток зможе об'єднати всі українські готелі в одній платформі для здійснення бронювання номеру;
2. користувач зможе замовляти різні додаткові послуги;
3. можливість безконтактного заселення та виписки з готелю
4. користувач зможе за допомоги додатку змінити температуру в кімнаті, відкривати чи закривати вікна, тобто повністю керувати кімнатою за допомогою додатку;
5. в додатку буде вся додаткова інформація для туриста

Головною ціллю додатку є: здійснення максимального комфорту для життя клієнта та надання всіх можливих туристичних і готельних послуг за максимально короткий час. Крім того, що «HelpTouristUa» буде надавати готельні послуги, він також буде мати послуги з туризму та громадського харчування, а також можливість купити враження, перебуваючи у новому місті чи дестинації. Ще «HelpTouristUa» вміщуватиме в собі всю актуальну та нову інформацію про готелі, їх цікавинки та даруватиме користувачам, які мають додаток – промо- коди для послуг та накопичувальну систему, яка дозволить виграти можливість переночувати в номері найвищої категорії у вибраному готелі.

«HelpTouristUa» найдоцільніше підходитиме для закладів готельного господарства, які мають категорійність від 3 до 5 зірок, щоб використовувати весь спектр можливих послуг, але і всі готелі категорій нижче також можливі для використання, просто користувач зможе придбати послугу, яка можлива в тому чи іншому місці розміщення. В майбутньому, це буде перший в Україні додаток, що зможе запропонувати більше тисячі готелів для різного виду відпочинку. «HelpTouristUa» буде мати інтерфейс в мінімалістичній стилістиці, щоб гість,



який заїде в додаток, не відволікався від вибору готелю та можливих послуг(Додаток А).

«HelpTouristUa» буде мати такі основні розділи:

1. «Готелі»;
2. «Все для туриста»;
3. «Послуги».

За допомогою додатку можна самостійно провести реєстрацію в готелі, адже мобільний гід допоможе заповнити всі дані, підкаже, де можна поїсти, відпочити чи яким транспортом краще скористатися, а також «розповість» про визначні місця території. За допомогою push-повідомлень про акції, знижки і бонуси можна мотивувати клієнтів робити правильний вибір. Завдяки технології геолокації можна буде відправляти спецпропозиції клієнтам, які знаходяться в безпосередній близькості біля того чи іншого готелю в офлайн.

Значущою властивістю «HelpTouristUa» стане обов'язковий зворотній зв'язок, аналіз даних і формування рангу найкращих готелів згідно версії людей, що користуватимуться додатком. Так само, запускатимуться опитування та голосування, проводитимуться різні опитування та буде можливість надсилати користувачам повідомлень про помилки чи пропонування вдосконалення

За допомоги «HelpTouristUa», буде можливість збирати багато вигідних даних для подальших аналізів. Наприклад: що найчастіше купують клієнти? Скільки часу вони витрачають на додаток? Які функції є найпопулярнішими і які майже не використовуються? Якщо стежити за тим, як користувачі взаємодіють з програмою, можна з'ясувати як можна буде його поліпшити, щоб забезпечити більш якісний досвід взаємодії, зробити програму більш корисною. Знання своїх клієнтів є запорукою успіху в будь-якій сфері бізнесу. Для того щоб стати частиною «HelpTouristUa», Щоб стати частиною «HelpTouristUa», готелям потрібно лише підписати угоду про співпраці та надати вигідні умови для цього(Рис 3.3).

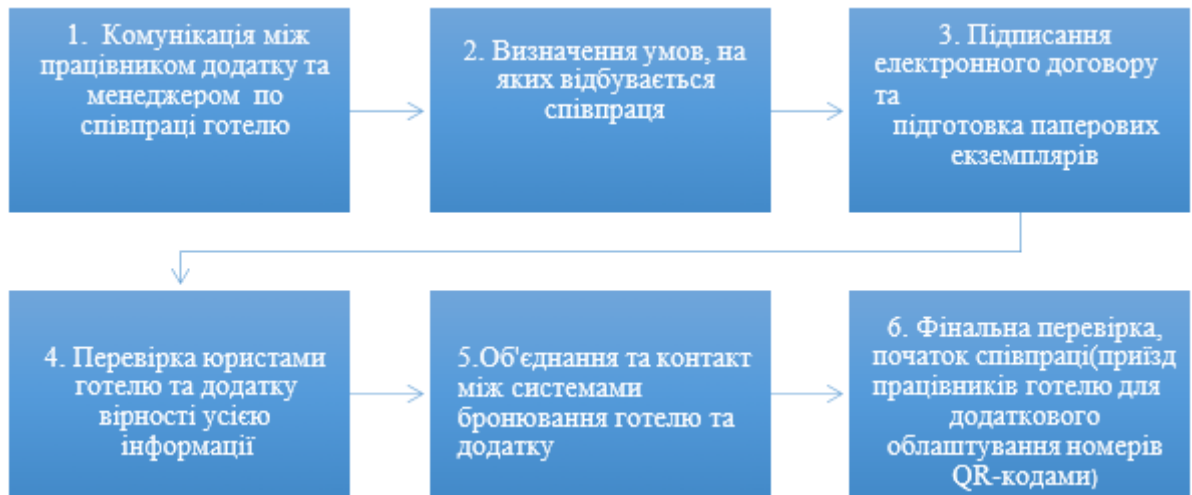


Рис 3.3 Алгоритм впровадження додатку для готелю

Джерело: розроблено автором

Для того, щоб створити додаток необхідно приблизно 5500\$, розробникам потрібно в середньому 5-6 місяців для його створення. Економічна ефективність додатку залежатиме прямопропорційно від числа людей (користувачів додатку) та інтеграцій реклами. Для того щоб додаток швидко розвивався реалізовуватиметься маркетингова стратегія залучення блогерів, ті в свою чергу робитимуть ревізії готелю та проводити їхню оцінку. Весь цей процес буде зроблений у вигляді інтерактивного відео, яке буде привертати увагу аудиторії за допомогою YouTube.

В майбутньому також будуть додані системи доповненої реальності. Однією з найбільш футуристичних і в той же час вже реальних технологій супроводу туристів є системи доданої реальності (ДР, AR - augmented reality). В рамках цієї технології за допомогою спеціального програмного забезпечення реальність додається різними віртуальними елементами. Наприклад, перебуваючи ще вдома та обираючи готель для відпочинку, користувач зможе віртуально потрапити в готель та оцінити, обрати варіант місця розміщення, який буде підходити гостю краще.

Також автором була розроблена шкала оцінювання інновації для різних готелів. За допомогою неї можна досліджувати усі інновації, які пропонуються для реалізації, знаходити найбільш ефективні підходи для реалізації в обраному готелі. Також шкала допомагає порівнювати інноваційну діяльність готелів-конкурентів та робити конструктивні висновки для подальшої діяльності. Або її

можна використати, щоб зробити оцінку користі додатку для обраних готелів. Наприклад, додаток починає співпрацювати з 2 готелями: «Intercontinental» (Київ, 5 зірок) та готелем «Надія» (Івано-Франківськ, 3 зірки), шкала допомагає побачити переваги впровадження додатку та проблеми, з якими може стикнутися готель (Рис 3.4). Тому, для готелю «Intercontinental» використання готелю зможе додати юних клієнтів та зменшити завантаженість для працівників готелю, але комунікація на рахунок співпраці буде тривати довше, так як це міжнародна мережа, яка не так швидко розглядає подібні пропозиції. А для готелю «Надія» в Івано-Франківську додаток допоможе бути доступними ще більшій цільовій аудиторії, показати усі додаткові послуги, які готель може надати і комунікація щодо співпраці буде швидкою та продуктивною. Проте готель не зможе використати усі можливі послуги, які пропонує додаток через свою зірковість.

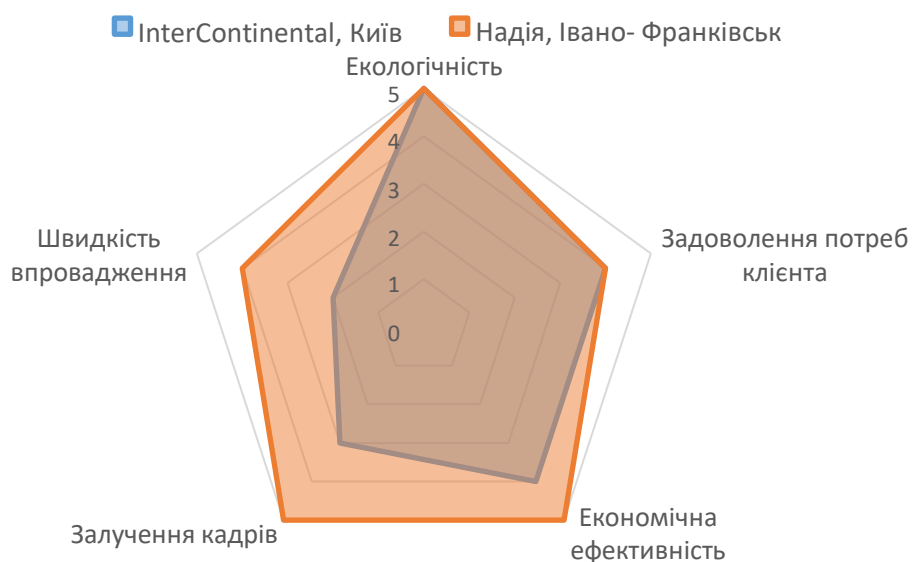


Рис 3.5. Шкала оцінки ефективності інновації додатку для готелів «IntelContinental» та «Надія».

Джерело: розроблено автором

Для українського ринку дуже корисно створити український додаток саме з акцентом на готельну індустрію, додаток «HelpTouristUa» допоможе вивести індустрію гостинності України на новий цифровий рівень розвитку. Ця інновація дозволить скоротити час і для користувачів додатком, і для працівників готелю. Отже, потрібно постійно моніторити та аналізувати усі інновації готельних господарств та переймати світовий досвід задля розвитку індустрії. Український

ринок є дуже сприятливим для інноваційної діяльності, адже ресурси є привабливими для туристів, а створення туристичної інфраструктури, зокрема готельної є одним із найперших кроків для покращення ситуації. Важливо віддавати чільне місце інноваційній діяльності, адже створення одного додатку, а саме «HelpTouristUa» дасть хороші результати у розвитку готельного господарства України.

### **3.3 Заходи щодо підвищення фінансового результату від операційної діяльності та підвищення рентабельності досліджуваного підприємства**

Показники фінансових результатів і рентабельності є визначальними в оцінюванні ефективності функціонування суб'єкта господарювання за всіма видами діяльності: операційною, фінансовою та інвестиційною. У величині фінансових результатів безпосередньо відображаються всі аспекти діяльності підприємства: технологія та організація виробництва, система операційного і фінансового менеджменту, результати виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), їх якість та асортимент, конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках, рівень витрат, ефективність використання виробничих і фінансових ресурсів, продуктивність праці, результати ділового партнерства [28, с. 139-140].

Операційна діяльність підприємств готельного господарства - це діяльність, яка полягає в ефективному і раціональному управлінні операціями з виконання основних функцій підприємства. Під час формування операційної політики в готельному господарстві необхідно розширювати асортимент готельних та ресторанних послуг.

Для ПрАТ «Тернопіль - Готель» пропонується використовувати міжнародний стандарт «Управлінський облік і аналіз готелю» (USALI), за яким здійснюють планування доходів на основі бюджетів підрозділів у Європейських готелях.

Використання стандарту USALI дозволить готелю вести управлінський

облік готелю для аналізу і контролю показників, в тому числі показника операційного доходу. Стандарт надасть можливість порівняти показники з іншими аналогічними готелям, з середніми по галузі, зі своїми показниками минулих років і використовувати єдині визначення для планованих і фактичних даних.

В міжнародному стандарті описані вимоги по підготовці двох видів бюджету руху грошових коштів прямим і непрямим методом.

Бюджет руху грошових коштів є інструментом управління і контролю грошових коштів готельного підприємства

Прямий метод бюджету руху грошових коштів - це констатація факту руху грошових коштів за напрямками. USALI пропонує наступний набір статей по операційній діяльності для прямого методу: надходження від гостей; інші надходження; виплата заробітної плати; інші операційні виплати; відсотки сплачені; сплачений податок на прибуток.

Бюджет руху грошових коштів непрямим методом необхідний як менеджерам, так і зовнішнім користувачам, які за його показниками можуть побачити реальні доходи і витрати.

USALI пропонує наступний набір статей для аналітики бюджету руху грошових коштів для непрямого методу по операційній діяльності: чистий прибуток; коригування для приведення чистого прибутку до грошових коштів, отриманого від операційної діяльності; знос і амортизація; збиток (прибуток) від продажу майна і обладнання; відкладені податки; зменшення (збільшення) дебіторської заборгованості; зменшення (збільшення) запасів; зменшення (збільшення) витрат майбутніх періодів; збільшення (зменшення) кредиторської заборгованості; збільшення (зменшення) нарахувань.

Бюджет грошових коштів по операційній діяльності фактично дає інформацію про очікувану здатність організації генерувати грошові потоки без залучення зовнішніх джерел фінансування.

Для цілей бюджету руху грошових коштів стандарт USALI пропонує виділяти: надходження від гостей готелю; надходження від всіх інших платників.

USALI надасть можливість ПрАТ «Тернопіль - Готель» використовувати

ключові показники ефективності його діяльності (KPI).

Згідно з визначенням «ключові показники ефективності» (англ. Key Performance Indicators, KPI) - показники діяльності підприємства, які допомагають йому в досягненні стратегічних і тактичних (операційних) цілей.

Починаючи створення показників KPI для ПрАТ «Тернопіль - Готель», варто почати з самого верхнього рівня - списку показників, які стандарт USALI пропонує аналізувати власнику. Цей список KPI представлений у звіті власника готелю:

- Room Revenue (Rev) - виручка від продажів за номерний фонд;
- OR/Occupancy - завантаження, зайнятість або заповнюваність готелю;
- ADR (Average daily room rate) - середня ціна за номер або ніч;
- RevPAR (Revenue per available room per day) - виручка номерного фонду за один номер;
- RevPAC (Revenue per Available Customer) - виручка номерного фонду на гостя в день, місяць, рік.

Room Revenue (Rev). Показник розраховується як повна виручка від номерного фонду за вирахуванням податків. Вимірюється в гривнях.

Occupancy (Зайнятість). Завантаження дорівнює кількості проданих номерів, поділена на загальну кількість номерів. Вимірюється в процентах. ADR (Середня ціна за номер). Дорівнює виручці від продажу номерного фонду, поділеної на кількість проданих номерів. Так отримується вартість, за якою продали вже з урахуванням усіх знижок. Вимірюється в гривнях.

RevPAR (Виручка на доступний номер). Дорівнює виручці від продажу номерного фонду, поділеної на показник PAR (Кількість доступних номерів для заселення). Вимірюється в гривнях.

Важливо уважно стежити за тим, як RevPAR змінювався. Цей показник показує, наскільки добре працює бізнес. В ідеалі RevPAR повинен постійно зростати. Якщо показник знизився, це може бути пов'язано з такими факторами:

- падіння попиту;
- вихід на ринок нового конкурента;

- небажання гостей платити високу ціну.

Існує один зі способів розрахунку показника revPAR:

$$\text{RevPar} = \text{ADR} \times \text{OR}, \quad (1)$$

де ADR - середня ціна за номер або ніч;

OR - завантаження, зайнятість або заповнюваність готелю.

RevPAC (дохід на гостя). RevPAC дорівнює повній виручці (з урахуванням харчування, проживання, додаткових послуг, податків), поділеної на кількість проживаючих в готелі. Вимірюється в гривнях.

Базовий принцип USALI - ведення окремого обліку доходів за центрами відповідальності - підрозділам, що створює додану вартість бізнесу - номерний фонд, ресторан і бар та ін. Весь готель розділяється на підрозділи, кожне з яких відповідає за свій блок доходів.

До операційних департаментів стандарт USALI відносить: номери; продукти та напої; інші операційні департаменти: гольф; магазини; СПА / Фітнес-центр; парковка; інші доходи.

Операційні звіти. Класифікація доходів включає значущі категорії доходів департаментів, які затверджені в єдиній системі рахунків USALI:

Проживання - дохідна частина ділиться на доходи від індивідуального і групового розміщення, інші доходи.

Харчування і напої - дохідна частина ділиться на доходи по відділу харчування і доходи від напоїв, інші доходи.

СПА та Фітнес-центр - дохідна частина ділиться на доходи по процедурам (догляд за волоссям, догляд за шкірою, фітнес тощо, інші доходи).

Парковка - дохідна частина ділиться на доходи від самостійної парковки і парковки службовцям, інші доходи.

Показники діяльності дозволять ПрАТ «Тернопіль - Готель» аналізувати його операційну ефективність. Вони є корисним інструментом по контролю відповідних доходів підприємства в залежності від бізнес-активності, шляхом порівняння показників з бюджетом, середніми в індустрії або конкурентами.

## **РОЗДІЛ 4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ**

### **4.1. Організація проведення інструктажів з питань охорони праці**

Працівники, під час прийняття на роботу та періодично, повинні проходити на підприємстві інструктажі з питань охорони праці, надання першої медичної допомоги потерпілим від нещасних



випадків, а також з правил поведінки та дій при виникненні аварійних ситуацій, пожеж і стихійних лих.

За характером і часом проведення інструктажі з питань охорони праці (далі - інструктажі) поділяються на вступний, первинний, повторний, позаплановий та цільовий.

### **Вступний інструктаж**

Проводиться:

1. з усіма працівниками, які приймаються на постійну або тимчасову роботу, незалежно від їх освіти, стажу роботи та посади;
2. з працівниками інших організацій, які прибули на підприємство і беруть безпосередню участь у виробничому процесі або виконують інші роботи для підприємства;
3. з учнями та студентами, які прибули на підприємство для проходження трудового або професійного навчання;
4. з екскурсантами у разі екскурсії на підприємство.

Вступний інструктаж проводиться спеціалістом служби охорони праці або іншим фахівцем відповідно до наказу (розпорядження) по підприємству, який в установленому Типовим положенням порядку пройшов навчання і перевірку знань з питань охорони праці.

Вступний інструктаж проводиться в кабінеті охорони праці або в приміщенні, що спеціально для цього обладнано, з використанням сучасних технічних засобів навчання, навчальних та наочних посібників за програмою, розробленою службою охорони праці з урахуванням особливостей виробництва. Програма та тривалість інструктажу затверджуються керівником підприємства.

Запис про проведення вступного інструктажу робиться в журналі реєстрації вступного інструктажу з питань охорони праці, який зберігається службою охорони праці або працівником, що відповідає за проведення вступного інструктажу, а також у наказі про прийняття працівника на роботу.

### **Первинний інструктаж.**

Первинний інструктаж проводиться до початку роботи безпосередньо на робочому місці з працівником:

- новоприйнятим (постійно чи тимчасово) на підприємство або до фізичної особи, яка використовує найману працю;
- який переводиться з одного структурного підрозділу підприємства до іншого;
- який виконуватиме нову для нього роботу;
- відрядженим працівником іншого підприємства, який бере безпосередню участь у виробничому процесі на підприємстві.

Первинний інструктаж проводиться з учнями, курсантами, слухачами та студентами навчальних закладів:

1. до початку трудового або професійного навчання;
2. перед виконанням кожного навчального завдання, пов'язаного з використанням різних механізмів, інструментів, матеріалів тощо.

Первинний інструктаж на робочому місці проводиться індивідуально або з групою осіб одного фаху за діючими на підприємстві інструкціями з охорони праці відповідно до виконуваних робіт.

### **Повторний інструктаж.**

Повторний інструктаж на робочому місці індивідуально з окремим працівником або групою працівників, які виконують однотипні роботи, за обсягом і змістом переліку питань первинного інструктажу.

Повторний інструктаж проводиться в терміни, визначені нормативно-правовими актами з охорони праці, які діють у галузі, або роботодавцем (фізичною особою, яка використовує найману працю) з урахуванням конкретних умов праці, але не рідше:

- на роботах з підвищеною небезпекою - 1 раз на 3 місяці;
- для решти робіт - 1 раз на 6 місяців.

### **Позаплановий інструктаж.**

Позаплановий інструктаж проводиться з працівниками на робочому місці або в кабінеті охорони праці:

при введенні в дію нових або переглянутих нормативно-правових актів з охорони праці, а також при внесенні змін та доповнень до них;

при зміні технологічного процесу, або модернізації устаткування, приладів та інструментів, вихідної сировини, матеріалів та інших факторів, що впливають на стан охорони праці;

при порушеннях працівниками вимог нормативно-правових актів з охорони праці, що призвели до травм, аварій, пожеж тощо;

при перерві в роботі виконавця робіт більш ніж на 30 календарних днів - для робіт з підвищеною небезпекою, а для решти робіт - понад 60 днів.

Позаплановий інструктаж з учнями, студентами, курсантами, слухачами проводиться під час проведення трудового і професійного навчання при порушеннях ними вимог нормативно - правових актів з охорони праці, що можуть призвести або призвели до травм, аварій, пожеж тощо.

Позаплановий інструктаж може проводитись індивідуально з окремим працівником або з групою працівників одного фаху. Обсяг і зміст позапланового інструктажу визначаються в кожному окремому випадку залежно від причин і обставин, що спричинили потребу його проведення.

## **4.2. Пожежна безпека**

Протипожежна безпека на підприємстві в Україні — невіддільна частина організації робочого простору і процесів згідно з нормами чинного законодавства.

Зокрема, цю сферу регламентують Правила пожежної безпеки в Україні, затверджені наказом Міністерства внутрішніх справ України, зі змінами, які періодично вносяться відповідними наказами.

Зафіксовані на законодавчому рівні вимоги пожежної безпеки зобов'язані виконувати — незалежно від приналежності та розміру статутного капіталу, обороту, кількості співробітників, форми власності, кодів ЗЕД, сфери роботи та інших аспектів — будь-які суб'єкти, що ведуть свою господарську діяльність на

українській території.

Тому необхідно бути в курсі цих змін і коригувати організаційну роботу в даному секторі на виробництвах і в компаніях.

А для цього слід регулярно проводити моніторинг нормативної бази та проходити відповідне навчання, щоб оновити не лише теоретичну базу, а й практичні навички співробітників.

Пожежна безпека входить в комплекс заходів з охорони праці, і організаційна робота в цій сфері на об'єктах господарювання включає широкий спектр заходів, а саме:

- створення умов для безпечної праці;
- мінімізації ризику виникнення пожеж;
- своєчасне і повноцінне забезпечення технічними засобами для запобігання займання та усунення самих пожеж та їх наслідків;
- контроль дотримання протипожежних вимог і норм законодавства;
- розробка і впровадження регламентів по гасінню пожеж, евакуації та порятунку з місць пожежі й задимлення людей і майна (матеріальних цінностей);
- внутрішнє і зовнішнє навчання співробітників.

У разі, якщо підприємство орендує площі в іншій особі, сторони повинні в письмовій формі домовитися про те, хто з них і на яких умовах здійснює ці роботи.

Вимоги до пожежної безпеки на підприємстві неухильно повинен дотримуватися кожен співробітник, а організаційна складова при цьому покладається на посадових осіб за відповідним рішенням керівництва і прописується в посадових інструкціях і положеннях по структурним підрозділам.

Зокрема, вказуються конкретні території, ділянки, зони, об'єкти, цілі будівлі і їх частини, поверхи, на яких відповідального співробітника повинне проводити такі організаційні роботи.

Відповідальні особи зобов'язуються розробити, впровадити та підтримувати в певному інструкцією і положенням на ввірених їм об'єктах протипожежний режим і інструкції відповідно до вимог, викладених в нормативних актах.

Передбачено також створення підрозділу добровільної пожежної охорони та пожежно-рятувальної команди в його складі:

- евакуаційних шляхів;
- так званих «курилок»;
- місць складування продукції та сировини;
- стоянки транспорту.

Також встановлюється порядок роботи та технічного обслуговування:

- вентиляційного устаткування;
- засобів пожежогашіння і захисту від загорянь;
- нагрівальних приладів;
- електрообладнання.

Розробляються і впроваджуються правила роботи з відкритим вогнем і горючими матеріалами. Створюються графіки проходження інструктажів з пожежної безпеки співробітників, а також порядок і терміни перевірок знань пожежно-технічного мінімуму, в тому числі, тих працівників, які відповідальні за цю ділянку роботи на підприємстві. При цьому можуть передбачатися внутрішні лекції, семінари, тренінги та практичні заняття на підприємстві, а також зовнішні — на базі спеціалізованих навчальних центрів з професійними викладачами.

Важливою складовою протипожежного режиму на будь-якому об'єкті є розробка і впровадження порядку дій при виникненні пожежі. Неодмінно має бути план евакуації, описано, як повинні відключатися електроустановки, що і в якій послідовності необхідно робити співробітникам.

Відповідно, для кожного об'єкта, кожного приміщення (крім коридорів, санвузлів, басейнів і подібних приміщень), окремих видів робіт складаються

інструкції, за якими повинен працювати персонал, залучений на певних ділянках і в виконанні окремих видів робіт. За інструкціями проводиться навчання (інструктаж) персоналу з подальшим контролем знань.

В ПрАТ «Тернопіль - Готель» періодично проводяться навчання з пожежної безпеки.

**Комплексне навчання з пожежної безпеки в ПрАТ «Тернопіль - Готель» включає:**

- Заняття з теоретичної частини з вивченням особливостей нормативів по організації цілісної роботи по забезпеченню, підтримці та контролю пожежної безпеки на підприємстві, а також вимог до документації.
- Практичні семінари і тренінг по пожежній безпеки допоможе відпрацювати корисні навички щодо дій в критичних ситуаціях і закріпити їх.
- Контроль знань (тестування, іспити) з видачею підтверджують проходження навчання документів.
- Забезпечення слухачів актуальними нормативно-технічними та методичними матеріалами.
- Консультативну підтримку в питаннях документального супроводу.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Таким чином, підприємства готельно-ресторанного бізнесу є складовою індустрії туризму (послуг). Результатом діяльності яких є продукт у формі своєрідного виду послуг - послуг гостинності. Така особливість зумовлює перетворення організації й управління закладом на складний процес з точки зору забезпечення ефективності механізму обслуговування, ціноутворення та планування, що безпосередньо впливає на побудову системи управлінського обліку і внутрішнього контролю.

У процесі дослідження було систематизовано існуючі наукові підходи до визначення основних факторів впливу на функціонування готельно-ресторанної України на сучасному етапі розвитку. Виявлено, що науковці визначають та аналізують достатньо широкий перелік факторів дії на розвиток туристичної індустрії України (туристичної та готельно-ресторанної сфери). Виявлено, що вагома увага приділяється таким суттєвим та масштабним за складом факторам, як зовнішні та внутрішні, позитивні та негативні. Також у наукових працях можна зустріти підходи, які орієнтовані на представлення комплексної систематизації, яка, на нашу думку, є найбільш змістовною та дозволяє визначити найбільш повний спектр факторів впливу. Визначено, що в умовах постійних змін існує факт трансформацій основних класифікаційних ознак комплексу факторів впливу. В процесі дослідження проведено оцінку певних факторів впливу на розвиток туристичної індустрії України, зокрема, в контексті вивчення природно-рекреаційних факторів визначено типи регіонів України за рівнем забезпеченості природно-рекреаційними ресурсами, проаналізовано рівень впливу інфраструктурних факторів. Подальші наукові дослідження з цього питання можуть бути концентровані в напрямі можливого прогнозування появи нових класифікаційних ознак факторів впливу, що виникнуть внаслідок трансформацій туристичної індустрії.

Таким чином, серед основних тенденцій розвитку світової готельно-ресторанної індустрії слід виділити:

поглиблення спеціалізації готельних та ресторанних підприємств;  
створення і зростання міжнародних готельних та ресторанних мереж;  
активне використання інформаційних технологій, розвиток електронної комерції в індустрії гостинності;

політика збереження навколишнього середовища.

Світовий ринок готельно-ресторанних послуг на сучасному етапі знаходиться в постійній динаміці, відповідаючи на нові запити клієнтів, та задовольняючи їх вимоги. Тому варто вказати на перспективи суттєвих змін у роботі підприємств готельного та ресторанного бізнесу, що проявлятиметься, як в просторовій структурі, так і в зміні підходів до функціонування.

Фінансові результати операційної діяльності у 2020 році сильно коливалися: чистий прибуток знизився на 60,65%, валовий прибуток – на 160,06%. Тому операційний дохід теж зменшився у 861 раз.

Структура доходів досліджуваного підприємства базується на чистому доході від послуг, які надаються. Інші займають незначну частину.

Значну відсоток за 2018 та 2019 роки склав результат від операційної діяльності, який при цьому продемонстрував тенденцію до зниження – зниження на 13070 тис. грн. у 2020 р. в порівнянні з 2019 р. У 2020 році операційна діяльність досліджуване підприємство мало збиток від здійснення операційної діяльності. Проте з інших доходів ПрАТ «Тернопіль - Готель» зуміло компенсувати збитки від операційної діяльності, досягнувши таким чином позитивного фінансового результату в 49 000 грн у 2020 році.

За результатом аналізу видно, що показники рентабельності витрат досліджуваного підприємства мають негативну динаміку. Спостерігалось зниження даних, які формулюють прибуток головної, операційної і в загальному господарську діяльність закладу. Негативними теж є показники окупності витрат. Теж можна спостерігати зниження рентабельності продукції, що реалізовувалася. За досліджуваний період рентабельність активів теж були негативними. В кінці 2020 року всі показники були негативними, це значить, що досліджуване підприємство неефективно використовувало капітал та зниження суми одержаних фінансових результатів , що припадають на 1 грн.



середньорічної вартості капіталу та активів. Коефіцієнт окупності капіталу теж знизився майже в 3 рази в кінці 2020 року. Це значить збільшення періоду, на протязі якого капітал підприємства компенсується через одержання чистого прибутку.

У другому розділі можна зробити підсумок про те, що потрібно шукати невикористані можливості підвищення фінансового результату від здійснення операційної діяльності. Також є необхідність зростання рентабельності підприємства, ці дії слід виконувати на фазі планування послуг ПрАТ «Тернопіль - Готель», а насамперед в умовах сучасності, коли потік клієнтів знизився. Потрібно розробити заходи пошуку новітніх шляхів формування фінансового результату та гарантувати поновлення нормального функціонування через зміни профілю видів діяльності досліджуваного підприємства.

Готельне господарство є суттєвою складовою індустрії гостинності, яке, в свою чергу, є невід'ємною частиною туристичної індустрії. У складі індустрії гостинності готельне господарство виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь усі сектори та елементи індустрії гостинності.

Технологія мобільних додатків - це відносно нова форма інновацій, яка тільки виходить на український ринок готельних послуг, а значить, його можливості, переваги і недоліки використання готельних послуг на внутрішньому ринку є недостатньо вивчені. Саме на ринку українських додатків, «HelpTouristUa» є інноваційним додатком, який зможе підвищити привабливість готельних господарств України. Важливою особливістю саме його – є те, що додаток допомагає зберегти час користувачів та об'єднати усі можливі готелі України, використовувати усі послуги готелю та продавати їх комфортнішим способом.

Аналіз і моніторинг інноваційних тенденцій дозволить готельному господарству України іти в ногу з часом, розширювати усі можливі послуги, знаходити нові способи для комунікації з гостями та створювати нові готелі чи інші засоби розміщення, що підвищить туристичну привабливість країни, відповідно і економічну ефективність України.

Контроль за рухом грошей в готелі є найпоширенішим способом управління фінансами готелю.

Використання стандарту USALI дозволить ПрАТ «Тернопіль - Готель» вести управлінський облік готелю для аналізу і контролю показників, в тому числі показника операційного доходу. Стандарт надасть можливість порівняти показники з іншими аналогічними готелям, з середніми по галузі, зі своїми показниками минулих років і використовувати єдині визначення для планованих і фактичних даних.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: [учеб. пособие] / С.И. Байлик. К.: Дакор, 2008. 288 с.
2. Бойко М.Г. Організація готельного господарства: [підручник] / М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. К.: КНТЕУ, 2006. 448 с.
3. Гоблик-Маркович Н.М. Теоретичні засади регіонального ринку готельно-ресторанного бізнесу / Н.М. Гоблик-Маркович, А.В. Грянило.: URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/goblyk3.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/goblyk3.htm).
4. Головка О.М. Організація готельного господарства: [навч. посібник] / О.М. Головка, Н.С. Кампов, С.С. Махлинець. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 338 с.
5. Каленік К.В. Сучасні моделі управління багатофункціональним туристично-готельним комплексом / К.В. Каленік, В.І. Федак.: URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/kalenik.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kalenik.htm).
6. Корнілевська М.О. Управління готельним бізнесом та тенденції його розвитку / М.О. Корнілевська.: Режим доступу: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/kornilevska.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kornilevska.htm).
7. Маначинська Ю.А. Сутність і специфіка готельних послуг, класифікація засобів розміщення туристів / Маначинська Ю.А. // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2010. Вип.4. С.211-217.
8. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: [навч. посібник] / П.Р. Пуцентейло. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
9. Саак А.Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): [учеб. пособие] / А.Э. Саак, М.В. Якименко. СПб.: Питер, 2007. 432 с.
10. Лупич О.О. Формування конкурентоспроможного готельного господарства регіону: дис. ... канд. екон. наук (докт. філософії): 08.00.05. —

Ужгород: 2017. — 285 с.

11. Кушнірук Г.В. Резерви підвищення прибутковості туристичних підприємств // Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди. — 2016. — № 1. — С. 45—47.

12. Кацемир Я.В. Влияния качественного обслуживания на развитие туристической отрасли // Вісник Хмельницького національного університету. — 2015. — № 3. — С. 86—89.

13. Комліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі // Науковий вісник Херсонського державного університету. — 2014. — № 8. — С. 75—79.

14. Матвийчук Л.Ю. Развитие гостиничного хозяйства в Украине // Туризм и гостеприимство. — 2016. — № 2. — С. 8—11.

15. Довгаль Д.В., Данько Н.І. Розвиток готельно-ресторанного та санаторно-курортного комплексу як складова інтенсифікації економіки України // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. — 2013. — № 1042. — С. 115—118.

16. Пітак В.В., Коваленко Л.П. Фактори розвитку туристичної індустрії України // Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. — 2017. — № 1. — С. 148—151.

17. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму. Методологія формування, механізм реалізації. Інт регіон. Дослідж. НАН України. Чернівці, 1995. 118с

18. Усік С.П. Аналіз ринку готельних послуг України / С.П. Усік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/34\\_VPEK\\_2018/Economist/6\\_120118.doc.htm](http://www.rusnauka.com/34_VPEK_2018/Economist/6_120118.doc.htm).

19. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2018 році // Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

20. Скібіцький О.М. Організація бізнесу: менеджмент підприємницької діяльності: [навч. посіб.] / [О.М. Скібіцький, В.В. Матвеев, Л.І. Скібіцька] К.: ЦНЛ, 2006. 408с.

21. <http://www.ukrstat.gov.ua> – офіційний вебсайт Державної служби

статистики України.

22. Діяльність підприємств сфери послуг: [статистичний бюлетень]. К.: ДССУ, 2018.88 с.
23. Даніалі Ф. Дослідження загальних тенденцій ринку ресторанного господарства України. Економіка промисловості. 2012. № 3–4. С. 31–32.
24. Посохов І. Сучасний стан і структура європейського ринку готельних послуг. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід: колективна монографія / за заг. ред. А.Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. с. 74 – 88.
25. Офіційний сайт Subway [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.subway.com/en-us>.
26. Офіційний сайт МакДоналдз Україна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.mcdonalds.ua>.
27. [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/14038383/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/14038383/)
28. Тютюнник Ю.М. Фінансовий аналіз: навч. посібник. Частина II; 2-ге вид., перероб. і доп. Полтава: РВВ ПДАА, 2014. 394 с.
29. Федорченко В.К., Мініч І.М. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг. – К.,2000. – 298 с
30. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту. Навчальний посібник. - К.: Кондор, 2005. - 408 с
31. Конференц-сервіс: Зал 2. Готель «Галичина» : веб-сайт. URL: <http://hotelhalychyna.com/halls/room-2.html>.
32. Конференц-сервіс: Зал 2. Готель «Галичина» : веб-сайт. URL: <http://hotelhalychyna.com/halls/room-3.html>.
33. Кава брейк. Готель «Галичина» : веб-сайт. URL: [http://hotelhalychyna.com/coffee\\_break.html](http://hotelhalychyna.com/coffee_break.html).
34. <http://www.hotelhalychyna.com/>
35. Буряк П.Ю, Римар М.В., Бець М.Т. Фінансово-економічний аналіз : підручник ; за заг. ред. П.Ю. Буряка, М.В. Римара. Київ: ВД «Професіонал», 2004. 528 с.
36. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз. Київ : Центр учбової

літератури, 2009. 256 с

37. Бутинець Ф.Ф., Чижевська Л.В., Береза С.Л. Бухгалтерський облік. Житомир : ЖІТІ, 2000. 672 с.

38. Тютюнник Ю.М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С.В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Полтава : Видавництво ПП «Астрія», 2020. 434 с.

39. Школьник І.О., Боярко І.М., Дейнека О.В. та ін. Фінансовий аналіз навчальний посібник / За заг. ред. Школьник І.О. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 368 с.

40. Данько Н. І. Оцінка економічної ефективності інвестицій у готельний бізнес / Н. І. Данько, В. П. Новіков // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2017. – Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм; Вип. 6. – С. 153–160.

41. Берещак В. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні [Електронний ресурс] / В. Берещак // The Page. – 2020. – Режим доступу: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus>.

42. Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.businesslaw.org.ua/strategiya-innovaciinogo-rozvtku-ukrai>

# ДОДАТКИ

# ДОДАТКИ

Додаток А

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2020 рік

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код ряд ка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	44996	41882
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(35260)	(29298)
Валовий: прибуток	2090	9736	12584
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	1183	1019
Адміністративні витрати	2130	8232	7095
Витрати на збут	2150	1476	2577
Інші операційні витрати	2180	775	635
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	436	3296
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	129	198
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		

Інші витрати	2270	4	26
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	539	3490
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		1454
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	539	2036
збиток	2355		

ІІІ. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Назва статті	Код ряд ка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	9831	8764
Витрати на оплату праці	2505	11984	10834
Відрахування на соціальні заходи	2510	4378	3990
Амортизація	2515	5249	4106
Інші операційні витрати	2520	10832	8265
Разом	2550	42274	35959

ІV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Назва статті	Код ряд ка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Керівник  
Головний бухгалтер



## Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2019 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	41882	2267
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(29298)	(2543)
Валовий: прибуток	2090	12584	-282
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	1019	2966
Адміністративні витрати	2130	7095	2359
Витрати на збут	2150	2577	171
Інші операційні витрати	2180	635	544
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	3296	-390
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		

Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	198	722
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	26	
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	3490	332
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1454	
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2036	332
збиток	2355		

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	8764	708
Витрати на оплату праці	2505	10834	1291
Відрахування на соціальні заходи	2510	3990	456
Амортизація	2515	4106	456
Інші операційні витрати	2520	8265	2529
Разом	2550	35959	5440

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Керівник  
Головний бухгалтер

Додаток «HelpTouristUa» та його інтерфейс



ГОТЕЛІ

ДОДАТКОВІ  
ПОСЛУГИ

ВСЕ ДЛЯ ТУРИЗМУ

**ТВІЙ КОМФОРТ ПЕРШ ЗА ВСЕ**