

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: Підвищення інвестиційної привабливості підприємства сфери
обслуговування (на прикладі ПрАТ «Тернопіль-готель»)

Виконав(ла): студент(ка) IV курсу, групи БР-41
спеціальності 241

«Готельно-ресторанна справа»

(шифр і назва спеціальності)

(підпис)

Демко Н.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник

(підпис)

Андрушків Б.М.

(прізвище та ініціали)

Нормоконтроль

(підпис)

Стойко І.І.

(прізвище та ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис)

Шерстюк Р.П.

(прізвище та ініціали)

Рецензент

(підпис)

Сороківська О.А.

(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 Демко Надії Володимирівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Підвищення інвестиційної привабливості підприємства сфери
обслуговування (на прикладі ПрАТ «Тернопіль-готель»)

Керівник роботи д.е.н., професор Андрушків Богдан Миколайович
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ректора від 11.04.2022 № 4\7-228

2. Строк подання студентом проекту (роботи) 01.06.2022

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

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно
розробити)

Анотація. Вступ. Теоретичний розділ. Аналітичний розділ. Рекомендаційно-
розрахунковий розділ. Охорона праці і безпека в надзвичайних ситуаціях.
Висновки. Бібліографія.

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

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Основи охорони праці, безпека життєдіяльності			

7. Дата видачі завдання 25.01.2022

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Теоретичний розділ	20.02.2022	
2	Аналітичний розділ	20.04.2022	
3	Рекомендаційно-розрахунковий розділ	20.05.2022	
4	Основи охорони праці та безпека життєдіяльності	25.05.2022	
5	Висновки	01.06.2022	
6	Бібліографія	01.06.2022	
	Анотації, вступ, зміст	05.06.2022	
	Графічна частина (ілюстративні матеріали)	10.06.2022	

Студент _____ Демко Н.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Андрушків Б.М.

АНОТАЦІЯ

Демко Н.В. Підвищення інвестиційної привабливості підприємства сфери обслуговування (на прикладі ПрАТ «Тернопіль-готель»).

Кваліфікаційна робота бакалавра: 69 сторінок, 6 рисунків, 13 таблиць, 8 додатків, 57 літературних джерел.

Предмет дослідження – процеси здійснення аналізу та дослідження інвестиційної привабливості ПрАТ «Тернопіль-готель» на основі основних результатів його діяльності.

Об'єкт дослідження – підприємство у сфері готельно-ресторанного бізнесу ПрАТ «Тернопіль-готель».

Метою роботи є оцінювання та підвищення інвестиційної привабливості досліджуваного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» на основі його фінансових резервів.

Методи дослідження – спостереження, порівняння, групування, аналіз і синтез, табличний.

У роботі досліджено теоретико-методичні засади інвестиційної привабливості підприємств та умов її забезпечення у сучасних ринкових умовах; оцінено фінансово-економічний та майновий стан ПрАТ «Тернопіль-готель», проведено аналіз та визначено тенденції зміни показників ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства; досліджено прибутковість капіталу та фінансових результатів закладу; запропоновано шляхи покращення інвестиційної привабливості ПрАТ «Тернопіль-готель» шляхом реалізації окремих інноваційно-інвестиційних проектів.

Результати дослідження рекомендовано до впровадження в діяльність підприємства – ПрАТ «Тернопіль-готель».

Ключові слова: інвестиції, інновації, інвестування, інвестиційна привабливість, капітал.

ANNOTATION

Demko N.V. Increase of investment attractiveness of a service industry enterprise (PJSC "Ternopil-hotel" as a case study).

Bachelor's thesis: 69 pages, 6 figures, 13 tables, 8 appendices, 57 references.

Subject of research – processes of analysis and research of investment attractiveness of PJSC "Ternopil-Hotel" based on the main results of its activities.

Object of research – enterprise in the field of hotel and restaurant business PJSC "Ternopil Hotel".

The aim of the work is to assess and increase the investment attractiveness of the researched enterprise PJSC "Ternopil Hotel" on the basis of its financial reserves.

Research methods – observation, comparison, grouping, analysis and synthesis, tabular.

The theoretical and methodical bases of investment attractiveness of enterprises and conditions of its maintenance in modern market conditions are investigated in the work; the financial, economic and property condition of PJSC "Ternopil Hotel" was assessed, the analysis was carried out and the tendencies of change of indicators of liquidity, solvency and financial stability of the enterprise were determined; the return on capital and financial results of the institution was studied; proposed ways to improve the investment attractiveness of PJSC "Ternopil Hotel" through the implementation of certain innovation and investment projects.

The results of the study are recommended for implementation in the activities of the company - PJSC "Ternopil Hotel".

Key words: investments, innovations, investing, investment attractiveness, capital.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1 ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
1.1. Економічна сутність інвестицій та процесів інвестування для забезпечення розвитку підприємств.....	
1.2. Інвестиційна привабливість основних об'єктів інвестування.....	
1.3. Визначення умов забезпечення інвестиційної привабливості підприємств готельно- ресторанного бізнесу та обґрунтування методики для її оцінювання...	
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗУВАННЯ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	
2.1. Загальна характеристика виробничо-господарської діяльності об'єкта дослідження – ПрАТ «Тернопіль-готель».....	
2.2. Аналізування фінансово-економічних показників діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель» у контексті його інвестиційної привабливості.....	
2.3. Аналізування показників фінансового стану ПрАТ «Тернопіль-готель», що характеризують його інвестиційну привабливість.....	
РОЗДІЛ 3 ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ПРИЙНЯТТЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ.....	
3.1. Обґрунтування інноваційного проєкту розвитку підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель», впровадження основних заходів та визначення бюджету...	
3.2. Оцінка економічного ефекту від впровадження заходів інвестиційного розвитку.....	
3.3. Підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «Тернопіль-готель» за рахунок активізації рекламної діяльності.....	

РОЗДІЛ 4 БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ.....	
4.1. Поняття безпеки та небезпеки в діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель»	
4.2. Організація охорони праці на підприємстві	
ВИСНОВКИ.....	
БІБЛІОГРАФІЯ.....	
ДОДАТКИ.....	

ВСТУП

Актуальність теми. У контексті забезпечення функціонування будь-якого суб'єкту господарювання, на кожному етапі його розвитку: починаючи із етапу створення та закінчуючи його ліквідацією, актуальним питанням є залучення інвестиційних ресурсів. Підприємство, яке використовує такі ресурси, має більш високий фінансовий потенціал свого розвитку і можливості приросту фінансової рентабельності своєї діяльності.

Для отримання залучених інвестиційних ресурсів підприємство повинно відповідати ряду характеристик, тобто бути інвестиційно привабливим.

Інвестиційна привабливість підприємства – це сукупність характеристик його фінансово-господарської та управлінської діяльності, перспектив розвитку та можливості залучення інвестиційних ресурсів. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства є інтегральною характеристикою його внутрішнього середовища. Основними джерелами інвестицій для більшості українських підприємств, у тому числі й готельно-ресторанної сфери, є на сьогодні власний прибуток та амортизаційні відрахування.

Мета і завдання дослідження полягають в оціненні та підвищенні інвестиційної привабливості досліджуваного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» на основі його фінансових резервів. Для досягнення зазначеної мети визначено наступні завдання:

- 1) дослідити теоретико-методичні засади інвестиційної привабливості підприємств та умов її забезпечення у сучасних ринкових умовах;
- 2) оцінити фінансово-економічний стан ПрАТ «Тернопіль-готель»
- 3) проаналізувати майновий стан підприємства;
- 4) визначити тенденції зміни показників ліквідності та платоспроможності ПрАТ «Тернопіль-готель»
- 5) здійснити аналіз та оцінку фінансової стійкості підприємства;
- 6) дослідити прибутковість капіталу та фінансових результатів підприємства;

7) запропонувати шляхи покращення інвестиційної привабливості ПрАТ «Тернопіль-готель» шляхом реалізації окремих інноваційно-інвестиційних проектів.

Об'єктом дослідження визначено підприємство у сфері готельно-ресторанного бізнесу ПрАТ «Тернопіль-готель».

Предметом дослідження є процеси здійснення аналізу та дослідження інвестиційної привабливості ПрАТ «Тернопіль-готель» на основі основних результатів його діяльності.

Методи дослідження. У бакалаврській роботі використовувались такі методи, як монографічний; спостереження; порівняння; групування; системний аналіз; графічний; розрахунково-конструктивний; графічний.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що в роботі узагальнено й проаналізовано основну наукову й методичну літературу з обраної теми дослідження, обґрунтовано шляхи підвищення інвестиційної привабливості досліджуваного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» та її впливу на його фінансові результати.

Практичне значення отриманих результатів визначається тим, що запропоновані заходи можуть бути використані в господарській діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель» для покращення його фінансового стану та інвестиційної привабливості.

РОЗДІЛ 1

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Економічна сутність інвестицій та процесів інвестування для забезпечення розвитку підприємств

Розглядаючи питання інвестиційної привабливості сучасних підприємств слід зупинитись першочергово на вивченні самого поняття «інвестиції», оскільки саме вони складають основу господарської діяльності підприємств, визначають процес їх економічного розвитку в цілому.

Вивчення трактувань терміну «інвестиції» для забезпечення розвитку підприємств, у т. ч. й готельно-ресторанної сфери, у зарубіжній економічній літературі дає змогу зробити висновок, що представники різних шкіл і напрямків економічної думки поняття «інвестиції» характеризують на основі загальної суттєвої риси – зв'язок інвестицій з одержанням доходу як цільова установка інвестора.

Як справедливо було зазначено І. Бланком, інвестиції – це така категорія, яка найчастіше використовується в економічній системі на макро- та макрорівнях [16, с. 7]. Однак відносно трактування терміну «інвестиції» існують різні думки. У найбільш загальному вигляді інвестиції слід розуміти як вкладення капіталу з метою його збільшення у майбутньому періоді. Такий підхід до визначення поняття «інвестиції» переважає як у європейській, так і в американській методології [23, с. 36].

Доволі поширеною є думка про необхідність розмежування категорій «інвестиції», з одного боку, і «вкладення капіталу», з іншого боку, на тій підставі, що відмінна ознака інвестицій – це їхній продуктивний характер. При цьому інвестиції слід розуміти як придбання засобів виробництва, а вкладення капіталу – як покупки фінансових активів. Зокрема, у навчальному курсі

К. Р. Макконелла і С. Л. Брю «Економікс» при всіх розбіжностях у трактуванні терміну «інвестиції» виокремлюється матеріально-речовий зміст інвестицій або як «...витрат на будівництво нових підприємств, на верстати й устаткування з тривалим терміном служби», або як «...приросту будь-яких матеріальних цінностей – всіх витрат, які безпосередньо сприяють зростанню загальної величини капіталу в економічній системі» [38, с. 178].

Існує й інший підхід до визначення інвестицій, що зумовлено зростанням значення ринку цінних паперів як механізму, що опосередковує переміщення реального капіталу в країнах розвиненої ринкової економіки. У межах цього підходу інвестиції визначаються як вкладення в цінні папери [32, с. 172].

Загалом, слід зазначити, що термін «інвестиції» походить від латинського слова «invest», що означає «вкладати». Первісного значення цей термін не втратив і в даний час, оскільки означає джерело приросту капіталу і рушійний мотив здійснення інвестицій у прибуток (дохід). Загалом інвестиції здійснюються з метою отримання доходу (результату) і стають марними, якщо вони доходу (результату) не забезпечують. Однак у цьому разі присутня й інша, не менш важлива характеристика інвестицій як вкладень ресурсів для одержання необхідного доходу [25, с.142].

Наведемо найбільш поширені визначення поняття «інвестиція». Інвестиція – вкладення грошових коштів для отримання доходів або прибутку; власність, придбана для отримання доходів або прибутку. У «Словнику сучасної економіки Макміллана» інвестиції охарактеризовано як «...потік видатків, що призначені для виробництва благ, а не для безпосереднього споживання» [49, с. 128].

В «Оксфордському тлумачному словнику» подано таке трактування інвестицій:

1. Придбання засобів виробництва, таких як машини та обладнання, для підприємства з тим, щоб виробляти товари для майбутнього споживання. Зазвичай таке придбання називається капітальними вкладеннями, вкладеннями

в засоби виробництва; чим вищий рівень капітальних вкладень у господарство, тим швидше воно буде розвиватися.

2. Придбання активів, наприклад, цінних паперів, творів мистецтва, депозитів у банках або будівельних товариствах тощо, насамперед з метою отримання фінансової віддачі у вигляді прибутку або збільшення капіталу. Такий вид фінансових інвестицій є засобом заощадження. Рівень фінансових інвестицій у господарство залежить від таких факторів, як відсоткова ставка, ступінь можливої прибутковості інвестицій, загальна стабільність ділового клімату» [45, с. 93].

У зазначеному вище визначенні виокремлено дві складові поняття «інвестиції»: «капітальні вкладення» і «фінансові вкладення».

Схоже визначення, проте більш лаконічне, міститься в «Глумачному економічному і фінансовому словнику...» І. Бернара і Ж.-К. Коллі, які інвестиції розуміють як «...придбання засобів виробництва. У більш широкому сенсі: придбання капіталу з метою отримання доходу. У загальноживаному сенсі: вкладення в цінні папери» [52, с. 244].

В останньому визначенні введено важливе розмежування між капіталостворюючими (реальними) і фінансовими інвестиціями. Якщо одні в підсумку забезпечують введення в експлуатацію нових засобів виробництва, то інші передбачають лише зміну прав власності на існуюче майно.

Крім того, маємо й інші визначення поняття «інвестиція», які використовують при вивченні курсів макро- і мікроекономіки.

На думку О. Я. Базилінської та О. В. Мініної, інвестиція – це «...збільшення обсягу функціонуючого в економічній системі капіталу, тобто запропонованої кількості засобів виробництва, які створено людьми» [14, с. 95].

Таким чином, економічний зміст інвестицій в умовах ринкової економіки полягає в поєднанні двох сторін інвестиційної діяльності: витрат ресурсу та отримання результату.

Необхідно зазначити, що ці два процеси можуть відбуватися в різній часовій послідовності. Розрізняють послідовний, паралельний і інтервальний перебіг процесів вкладення ресурсу та отримання результату.

При послідовному перебігу цих процесів підприємство отримує прибуток відразу після завершення інвестування у повному обсязі. При паралельному їхньому перебігу отримання прибутку можливе до повного завершення процесу інвестування. При інтервальному перебігу цих процесів між завершенням процесу вкладення інвестицій та отриманням прибутку проходить певний проміжок часу (термін тимчасового лага залежить від форм інвестування і особливостей конкретних інвестиційних проектів). Роль держави в інвестиційному процесі полягає в тому, що вона реалізує політику державних капіталовкладень як централізованих (за рахунок бюджетів різних рівнів), так і децентралізованих (тих, що здійснюються за рахунок власних і позикових коштів державними підприємствами).

На наш погляд, інвестиціями стають ті заощадження, які прямо чи опосередковано використовуються для розвитку виробництва з метою отримання доходу в майбутньому (іноді через декілька років).

Як зазначають у своїх наукових дослідженнях Андрушків Б.М. та Кузьмін О.Є., увітчизняній літературі радянського періоду інвестиції трактувались переважно як капіталовкладення і тому категорія «інвестиції» за суттю ототожнювалася з категорією «капіталовкладення». Капіталовкладеннями вважали «...витрати на відтворення основних фондів, їх збільшення і вдосконалення». Інвестиціями називали «...довгострокове вкладення капіталу в промисловість, сільське господарство, транспорт та інші галузі економіки» [10, с. 44]. З наведених визначень випливає, що інвестиції не тільки ототожнювались з капітальними вкладеннями, а й наголошувалось на довготерміновому характері цих вкладень.

В одній з перших перекладних монографій Є. Дж. Долана і Д. Є. Ліндсея інвестиції на макрорівні визначаються як «...збільшення обсягу капіталу, який функціонує в економічній системі, тобто збільшення пропозиції продуктивних

ресурсів, що здійснюють люди» [30, с. 186]. У підручнику «Економікс» інвестиції характеризуються як «...витрати на виробництво і накопичення засобів виробництва і збільшення матеріальних запасів» [38, с. 134].

У зазначених термінах інвестиції розглядаються як спосіб збільшення продуктивних ресурсів суспільства. Фактично ці трактування звужують зміст інвестування до реального інвестування. При такому тлумаченні вкладення капіталу в цінні папери та у банківські депозити не можна зараховувати до категорії «інвестиції», оскільки не відбувається збільшення продуктивних ресурсів суспільства.

У своїх власних дослідженнях Ясишена В. В інвестування в широкому значенні трактує як процес відмови від користування «...грошима сьогодні, щоб отримати велику їх суму в майбутньому» [58, с. 32]. При цьому виокремлюються два головні чинники, що характеризують цей процес, – час і ризик. У цьому разі інвестиції насамперед розглядаються як процес вкладення грошових коштів з метою отримання їхньої більшої суми в майбутньому. Це вузьке трактування вказаної категорії, оскільки інвестування капіталу в реальній дійсності відбувається не тільки в грошовій, а й в інших формах рухомого і нерухомого майна, нематеріальних активів.

Окрім того, як зазначає Мархайчук М. М. визначення інвестицій через вкладення, що «приносять вигоди», вважаємо не зовсім коректним, тому що існують інвестиційні проекти, які не забезпечують інвесторам отримання безпосередніх вигод. Пов'язування очікуваних вигод з тривалим періодом вважаємо некоректним також тому, що багато операцій, які пов'язані, зокрема, з вкладеннями в цінні папери, спочатку розраховані на отримання разового результату в короткотерміновому періоді [43, с. 331]. Загалом, слід зазначити, що такі підходи до визначення поняття «інвестиції», як правило, не поділяють науковці, які досліджують інвестиції на мікрорівні, зокрема у літературних джерелах [31; 34; 46; 55].

Загалом можна виокремити чотири групи трактувань поняття «інвестиції» на мікрорівні, які подаються у науковій літературі:

- інвестиції, які визначаються через платежі [31, с. 52];
- інвестиції, які визначаються через майно [34, с. 114];
- комбінаторне поняття інвестицій [46, с. 45];
- диспозиційне поняття «інвестиції» [55, с. 73].

Узагальнюючи вищевикладене, можна сказати, що інвестиції, які визначаються через платежі, розглядаються як потік оплат і витрат, що починаються з виплат. Однак стверджувати про те, що інвестиції завжди є платежами, можна дуже умовно. Зокрема, ноу-хау, які є інвестиціями при проведенні досліджень і розробок, не завжди можна трансформувати в платежі.

Водночас інвестиції, що визначаються платежами, є розмежуванням для категорій «інвестиція» і «фінансування». На відміну від інвестицій, фінансування – це потік платежів, що розпочинаються з виплат, які трансформуються у витрати, і в подальшому забезпечують надходження [37, с. 140].

При характеристиці поняття «інвестиція», що визначається через майно, вихідним пунктом є баланс підприємства. Згідно з цим визначенням інвестиції розглядаються як процес перетворення капіталу (переважно грошового) у предмети майна у складі активів підприємства, у тому числі в цінні папери. При такому підході до визначення інвестицій «випадають» вкладення коштів фізичних осіб (домашніх господарств), у тому числі і в цінні папери [34, с. 115].

Суть комбінаторного поняття «інвестиції» ґрунтується на поданні інвестицій як додаткових вкладень до наявних засобів, тобто це вкладення, які спрямовані на розширення бізнесу або створення умов для підвищення ефективності його функціонування [46, с. 48]. Такого трактування поняття дотримуються й Кириченко О. А., М. П. Денисенко, А. П. Гречан [36, с. 55].
Автори виокремлюють такі типи інвестицій:

- для заміни або підтримки рівня обладнання;
- на розширення за допомогою збільшення виробничих потужностей;
- на розширення діяльності за допомогою створення нових видів продукції;
- на науково-дослідні роботи;
- на просування товару і рекламу;

- на участь у капіталі інших підприємств;
- обов'язкового типу (для запобігання забрудненню навколишнього середовища, в соціальну сферу тощо);
- стратегічні інвестиції (пов'язані з поглинанням підприємств або розміщенням капіталу за кордоном).

Однак, слід зазначити, що подане трактування інвестицій жорстко прив'язує вкладення до діяльності діючого підприємства (виробничої системи) і фактично вилучає з цього поняття численні вкладення капіталу, в тому числі первісну вартість підприємства.

В основі диспозиційного поняття інвестицій закладено положення, відповідно до якого процес інвестування передбачає взаємозв'язок фінансових коштів і зменшення свободи розпорядження ними підприємством. Цей процес, з одного боку, залежить від зовнішніх чинників, а з іншого – впливає на них. Такі вкладення можуть характеризуватися як відкриті системи, в яких реалізація інвестицій впливає на функціонування інших елементів системи, а на результати інвестицій мають вплив рішення, що стосуються інших елементів системи.

Прикладом подібного роду відносин може бути взаємозв'язок між інвестиційною сферою та сферою фінансування. Так, ефективність інвестицій зумовлюється наявністю фінансових ресурсів, що є в розпорядженні підприємства. Відповідно залучення фінансових ресурсів у розпорядження підприємства залежить від потенційної ефективності інвестиційного проекту. Іншим прикладом взаємопов'язаних інвестицій є вкладення у виробничу інфраструктуру, які стимулюють і роблять більш ефективними вкладення в інші сфери.

Відмінності в трактуваннях поняття «інвестиція» на мікрорівні зумовлюються як цілями і завданнями дослідження окремих науковців, так і багатоаспектністю сутнісних сторін цієї економічної категорії.

Узагальнюючи подані вище підходи до визначення поняття «інвестиції», можна виокремити такі їхні найбільш суттєві ознаки:

- 1) потенційна здатність інвестицій забезпечувати дохід;
- 2) взаємопов'язаність процесу інвестування з перетворенням частини накопиченого капіталу в альтернативні види активів підприємства;
- 3) використання в процесі здійснення інвестицій різних інвестиційних ресурсів, які характеризуються попитом, пропозицією та ціною;
- 4) цілеспрямований характер вкладення капіталу в будь-які матеріальні та нематеріальні об'єкти;
- 5) наявність терміну вкладення, який визначається завжди індивідуально і встановлювати його заздалегідь неправомірно;
- 6) здійснення вкладень особами, які називаються «інвестори» та переслідують власні індивідуальні цілі, не завжди пов'язані з отриманням безпосередньої економічної вигоди;
- 7) наявність ризику вкладення капіталу, оскільки досягнення цілей інвестування має імовірнісний характер.

Мартиненко В. П. інвестиції трактує як цілеспрямоване вкладення на певний строк капіталу в усіх його формах у різні об'єкти для досягнення індивідуальних цілей інвесторів [42, с. 20].

У «Інвестиційно-інноваційному термінологічному словнику Н. І. Редіна подано таке визначення: «Інвестиції – вкладення в основний і оборотний капітал з метою отримання доходу. Інвестиції в матеріальні активи – вкладення в рухоме і нерухоме майно (землю, будівлі, обладнання тощо). Інвестиції у фінансові активи – вкладення в цінні папери, рахунки та інші фінансові інструменти» [35, с. 112].

Поняття «інвестиція» пройшло доволі тривалий період розвитку. У термінологічному словнику Д. М. Розенберга «Бізнес та менеджмент» інвестиції охарактеризовано як капіталовкладення, вклади, сукупність витрат, вкладення грошей з метою отримання прибутку для зростання доходу або капіталу, або обох цих цілей [51, с. 112].

Інвестування передбачає прибутковість, що певною мірою менш важлива, ніж рух готівки, тому що вона означає довготермінову життєздатність

підприємства, а не лише платоспроможність погашати борги. Подібне формулювання наводить Д. В. Пірс у «Словнику сучасної економіки Макміллона», позначивши інвестування як потік витрат на збільшення або підтримання реального основного капіталу [49, с. 341]. Проте більш точним, як зазначає В.М. Опарін, є трактування інвестиції як потоку видатків, призначених для виробництва благ, а не для безпосереднього споживання [56, с. 127].

Поряд з визначеннями, сформульованими у законодавчій та нормативно-правовій базі [1-6], є різні визначення інвестицій, які за суттю мало розрізняються. Так, Зернюк О. В., Заїка О. С. визначають інвестиції як усі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті чого формується прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект [33, с. 101]. Своєю чергою, Михайловська О.В. вважає, що інвестиціями є всі види і форми майнових, інтелектуальних, інформаційних цінностей, у тому числі права на них, що вкладаються в розвиток людських ресурсів і в об'єкти будь-якої діяльності з метою приросту капіталу, досягнення їхньої високої рентабельності і (або) іншого корисного ефекту [39, с. 10].

Маказан Є. В. та інші науковці стверджують, що інвестиції – це динамічний процес зміни форм капіталу, послідовного перетворення початкових ресурсів і цінностей в інвестиційні витрати та перетворення вкладених коштів у приріст капітальної вартості у формі доходу або соціального ефекту [40, с. 38].

Федулова Л.І. розглядає інвестиції як матеріалізацію ідей зі створення нових об'єктів (модернізації, реконструкції діючих об'єктів), що здатні виробляти продукцію в більшому обсязі або підвищеної якості [55, с. 65].

Узагальнюючи вищевикладене, пропонуємо таке визначення терміну «інвестиції». Інвестиції – це різноманітні за своїм характером та цільовою спрямованістю вкладення, що вкладаються в різні об'єкти підприємницької діяльності з метою виробництва інноваційної конкурентоспроможної продукції

для забезпечення подальшого розвитку підприємства як самостійного господарюючого суб'єкта у сучасному ринковому середовищі.

До інвестицій належать не будь-які вкладення коштів, а тільки ті, які сприяють приросту капіталу, що зумовлено отриманням чистого прибутку. Вкладання, які не забезпечують збільшення капіталу, називаються споживчими інвестиціями. Приріст капіталу має бути достатнім, для того щоб:

- компенсувати інвесторові відмову від використання наявних активів (коштів) на споживання в поточному періоді;
- винагородити його за ризик;
- відшкодувати втрати від інфляції в майбутньому періоді.

У Законі України «Про інвестиційну діяльність» інвестиціями названо всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті чого створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект [4].

З вищенаведених визначень можна виокремити три загальних характеристики інвестицій – векторну, предметну і тимчасову ознаки. Векторна ознака позначає напрямок інвестування, тобто об'єкт вкладення інвестицій.

Таким чином, узагальнюючи класичні визначення у даній сфері, слід зазначити, що Б. А. Райзберг до об'єктів інвестиційних вкладень зараховує «...підприємства різних галузей, підприємницькі проекти, соціально-економічні програми, інноваційні проекти...» [51, с. 278]. К. Р. Макконнелл і С. Л. Брю інвестиційними об'єктами вважають «ділові підприємства» [38, с. 372], а П. Е. Самуельсон і В. Д. Нордхаус – «довгострокові проекти» [39с. 273].

Свою чергою, за українськими законами інвестиційний процес розглядається як сукупність заходів, спрямованих на створення, впровадження, поширення та реалізацію інновацій з метою отримання комерційного та / або соціального ефекту, які здійснюються шляхом реалізації інвестицій, вкладених в об'єкти інноваційної діяльності [4].

1.2. Інвестиційна привабливість основних об'єктів інвестування

Залучення інвестицій у вітчизняні підприємства пов'язане з інвестиційною привабливістю об'єкта інвестування. Оцінка інвестиційної привабливості потенційного об'єкта інвестування – це перший крок під час прийняття інвестиційного рішення. Ціль об'єкта інвестування – підвищення інвестиційної привабливості та залучення максимально можливого обсягу інвестицій.

В сучасних умовах господарювання у підприємств з'явилася необхідність та можливість самостійно визначати напрямки своєї інвестиційної діяльності, джерела і заходи (засоби) досягнення поставлених цілей, тобто самостійно формувати власну інвестиційну політику. Саме вона забезпечує йому можливість розвиватися, поступово переходити від одного стану до якісно нового.

Формування інвестиційної політики підприємства здійснюється у сфері взаємних інтересів як самого підприємства, так і його потенційних інвесторів. Можливість залучення інвестицій залежить від розуміння та врахування інтересів партнерів, від можливості бачити об'єкт інвестування з позиції інвестора та оцінити його інвестиційну привабливість. Підприємство також зацікавлене в підвищенні рівня інвестиційної привабливості: кожен суб'єкт господарювання прагне розвивати своє виробництво чи надання послуг, підвищувати їх конкурентоспроможність як на вітчизняному, так і на зарубіжному ринках.

Визначення інвестиційної привабливості окремого підприємства як потенційного об'єкта інвестування здійснюється інвесторами в процесі визначення доцільності капітальних вкладень, вибору в придбанні альтернативних об'єктів і купівлі акцій окремих підприємств.

Інвестиційна привабливість підприємства, як уже зазначалось, це набір характеристик як фінансово-господарської, так і управлінської його діяльності, перспектив розвитку та можливостей залучення інвестиційних ресурсів.

Як відомо, кожне підприємство – це самостійна, відкрита система, і інвестиційна привабливість навколишнього середовища його розвитку (регіону, галузі, країни) має опосередкований вплив на нього. Окрім того, зовнішні чинники впливу мають універсальний характер і відіграють для потенційних інвесторів не менш важливу роль, ніж конкретний об'єкт інвестування. З огляду на це, власне оцінка інвестиційної привабливості – це перший етап прогнозування та передбачення заходів щодо активізації залучення інвестиційних ресурсів і підвищення привабливості окремих об'єктів інвестування на всіх рівнях [46, с. 86]. Слід також зазначити, що від стану привабливості підприємства залежить галузева та регіональна спрямованість його інвестиційної політики.

Процес вкладення коштів передбачає генерування, перерозподіл і використання капіталу. Замовником проведення оцінки інвестиційної привабливості може бути як інвестор, так і підприємство. Метою оцінки інвестиційної привабливості для підприємства є виявлення слабких і сильних сторін його фінансово-господарської діяльності, для інвестора – визначення стану та потенціалу можливого об'єкта інвестування. Подвійність мети оцінки інвестиційної привабливості підприємства впливає з обов'язкового двостороннього (подвійного) ефекту успішного інвестування: позитивних наслідків як для суб'єкта, так і для об'єкта інвестування [43, с. 331].

Отримані результати щодо інвестиційної привабливості кожен контрагент використовує для досягнення власних цілей: інвестор – для розробки й обґрунтування можливих варіантів вкладення інвестицій і забезпечення ефективного використання коштів з метою отримання майбутньої вигоди; само підприємство – для розробки заходів щодо підвищення

інвестиційної привабливості, залучення інвестицій та забезпечення ефективності їх використання.

Інвестиційна привабливість об'єкта господарювання формується під впливом певних умов і чинників внутрішнього та зовнішнього характеру.

Оцінка та аналіз інвестиційної привабливості підприємства, з одного боку – це основа для розробки його інвестиційної політики, а з іншого, – можливість виявити недоліки в діяльності підприємства, передбачити заходи щодо їх ліквідації та покращити можливості залучення інвестиційних ресурсів. А це, своєю чергою, допомагає інвесторам прийняти позитивне рішення щодо наміру здійснювати інвестування у певне підприємство.

Як зазначає у своїх дослідженнях Мархайчук М. М., ефективність використання активів слід визначити з погляду наявності та використання всіх можливих джерел їх формування. А тому наступною умовою формування інвестиційної привабливості підприємства – це результативність фінансово-господарської діяльності підприємства, яка може визначатися на основі фінансової та бухгалтерської звітності. Загальні фінансові результати діяльності підприємства повною мірою відображають стан його справ і дають змогу визначити ймовірність залучення інвестицій та ефективність їх використання, що відповідає інтересам як підприємства, так і інвестора [43, с. 335].

Слід зазначити також, що підприємство повинно мати високу та надійну перспективність маркетингових досліджень щодо ефективності та якості його продукції та послуг на ринку збуту. У даному контексті слід зазначити також про придбання всіх необхідних видів матеріально-технічних ресурсів (МТР) для виробництва та збуту готової продукції та надання послуг. Це має стосуватися не тільки домовленості, а й наявності договорів (контрактів) на придбання МТР і певних гарантій збуту продукції на надання якісних послуг [41, с. 234].

Необхідно звернути також особливу увагу на ефективність використання інвестиційних ресурсів підприємством як на наступну умову щодо формування його інвестиційної привабливості. Інвесторів завжди цікавить ефективність використання інвестиційних ресурсів підприємством за минулі періоди. Визначення ефективності здійснюється шляхом розрахунку індексів, співвідношень і коефіцієнтів, таких, наприклад, як прибутковість коштів і коефіцієнт самозабезпеченості інвестиційними ресурсами. Зокрема, коефіцієнт самозабезпеченості свідчить про можливість підвищити конкурентоспроможність і ділову активність за рахунок власних коштів. Як відомо, прибутковість залучених, а особливо позикових, коштів повинна значно перевищувати прибутковість власних інвестиційних ресурсів та ін. Вивчення та аналіз відповідної звітності суб'єктів господарювання, досвіду фахівців і підприємств дозволяє стверджувати, що це досить важлива умова формування інвестиційної привабливості підприємства.

1.3. Визначення умов забезпечення інвестиційної привабливості підприємств готельно-ресторанного бізнесу та обґрунтування методики для її оцінювання

Визначення інвестиційної привабливості будь-якого підприємства, у т.ч. й готельно-ресторанної сфери, потребує особливої уваги щодо його оточення, оскільки воно розташоване в певному адміністративно-територіальному регіоні.

Як відомо з менеджменту, будь-яке підприємство – це соціально-економічна система, яка постійно змінюється, розвивається та вдосконалюється. Загалом, перспективи діяльності підприємств в Україні, їх виробнича стратегія обмежені як внутрішнім, так і зовнішнім середовищем, законодавчим простором, що пов'язаний з економічною ситуацією, станом

розвитку ринкової інфраструктури та іншими умовами. Стан справ у різних галузях і регіонах України, економіки в цілому свідчить про високий рівень впливу ризиків внутрішнього та зовнішнього характеру відповідно всіх потенційних об'єктів для яких здійснюється інвестування [41, с. 242].

Відповідно до викладеного вище, можна виділити певні умови, які забезпечують інвестиційну привабливість будь-якого підприємства певної галузі, у т. ч. й готельно-ресторанної сфери (рис. 1.1).



Рисунок 1.1. Основні умови інвестиційної привабливості підприємства

Отже, інвестори, а особливо іноземні, прагнуть мати інформацію про умови, які впливають на формування інвестиційної привабливості підприємства. Наявність повної інформації про галузь, регіон та, особливо, умови господарювання суттєво впливають на привабливість підприємства.

Таким чином, інвестиційна привабливість може розглядатися на рівні країни, галузі, регіону.

Підприємство – це об'єкт, в який вкладаються кошти інвестором і чия привабливість повинна визначатися обов'язково. А тому інвестиційна привабливість підприємства буде визначатися з урахуванням складових інвестиційної привабливості на всіх рівнях. Досвід роботи з вітчизняними та іноземними інвесторами свідчить, що стратегічного інвестора завжди буде

цікавити привабливе підприємство в інвестиційно-привабливій галузі та привабливого регіоні. За інших рівних умов інвестор не буде вкладати кошти у привабливе підприємство, що належить до галузі кризового стану, або розташоване в непривабливому регіоні [36, с. 156].

Для оцінки інвестиційної привабливості підприємства можуть бути використані різні фінансово-економічні показники функціонування підприємства протягом певного періоду.

Узагальнюючи літературні джерела щодо фінансового аналізу та оцінки інвестиційної привабливості сформуємо основні такі групи показників для її проведення (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Показники інвестиційної привабливості підприємства

Група показників	Назва показників
I група	
Оцінка майнового стану	1.1. Темпи зростання оборотних активів. 1.2. Темпи зростання капіталу підприємства. 1.3. Співвідношення власного і залученого капіталу. 1.4. Коефіцієнт придатності необоротних активів. 1.5. Коефіцієнт придатності основних засобів. 1.6. Коефіцієнт зносу основних засобів.
II група	
Оцінка ліквідності	2.1. Маневреність власних оборотних коштів. 2.2. Коефіцієнт покриття. 2.3. Коефіцієнт швидкої ліквідності. 2.4. Коефіцієнт абсолютної ліквідності. 2.5. Частка оборотних коштів в активах. 2.6. Частка виробничих запасів у поточних активах.
III група	
Оцінка фінансової стійкості	3.1. Коефіцієнт фінансової автономії. 3.2. Коефіцієнт залучення власних коштів (фінансової залежності). 3.3. Коефіцієнт маневреності власного капіталу. 3.4. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу. 3.5. Коефіцієнт покриття довгострокових вкладень. 3.6. Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів. 3.7. Коефіцієнт співвідношення залучених і власних коштів. 3.8. Коефіцієнт структури залученого капіталу. 3.9. Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих

	джерел.
--	---------

Продовження табл. 1.1.

IV група	
Оцінка ділової активності	4.1. Балансовий прибуток. 4.2. Фондовіддача. 4.3. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості. 4.4. Період оборотності дебіторської заборгованості. 4.5. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості. 4.6. Період оборотності кредиторської заборгованості. 4.7. Коефіцієнт оборотності запасів. 4.8. Період оборотності запасів. 4.9. Коефіцієнт оборотності активів. 4.10. Тривалість фінансового циклу. 4.11. Тривалість операційного циклу. 4.12. Коефіцієнт покриття дебіторської заборгованості. 4.13. Оборотність власного капіталу. 4.14. Оборотність основного капіталу. 4.15. Коефіцієнт стійкості економічного зростання.
V група	
Оцінка рентабельності	5.1. Обсяг чистого прибутку. 5.2. Рентабельність продукції. 5.3. Рентабельність активів. 5.4. Рентабельність власного капіталу. 5.5. Рентабельність основного капіталу. 5.6. Операційна рентабельність реалізованої продукції. 5.7. Чиста рентабельність реалізованої продукції. 5.8. Валова рентабельність продажу.

Розглянемо детальніше кожен із зазначених груп показників. Перша група (оцінка майнового становища) дозволяє з'ясувати джерела формування майна й оцінити, як воно використовується. Показники ліквідності і платоспроможності (друга група) характеризують можливість підприємства своєчасно та повною мірою провести розрахунки за своїми зобов'язаннями. Показники фінансової стійкості (третья група) дають можливість визначити фінансовий запас міцності підприємства, тобто стабільність його діяльності з позиції довгострокової перспективи. Ділова активність підприємства (четверта група) виявляється у динаміці його розвитку, досягненні обраних цілей, розширенні ринків збуту. Показники рентабельності (п'ята група) характеризують економічну ефективність фінансово-господарської діяльності підприємства.

Таким чином, проаналізувавши ряд трактувань дефініції «інвестиційна привабливість підприємства» із наукових джерел [22; 27; 33; 39; 43; 55] слід зазначити, що всі автори вважають, що інвестиційна привабливість характеризує об'єкт інвестування в цілому та розглядається як інтегральний показник, тобто чітко вказана узагальнююча характеристика доцільності інвестування окремого об'єкта господарювання з позицій певного потенційного інвестора.

Також, слід зазначити, що на інвестиційну привабливість підприємства впливають й стадії його життєвого циклу. В теорії ринку, як відомо, виокремлюють шість послідовних стадій: «народження», «дитинство», «юність», «рання зрілість», «остаточна зрілість», «старіння» [32, с.42].

Загальний період усіх стадій життєвого циклу підприємства (ЖЦП) становить приблизно 20-25 років (залежно від галузі та впливу НТП), після чого воно припиняє своє існування або відроджується на новій основі.

На стадіях зростання та стабільності (перші 4 стадії) підприємство є привабливим об'єктом інвестування. Технічне переозброєння, реконструкція, модернізація та ін., конкурентоспроможність підприємства, зростання обсягів інвестиційних ресурсів забезпечують привабливість об'єкта інвестування. На останніх двох стадіях («остаточної зрілості» та «старіння») підприємство практично втрачає свою інвестиційну привабливість, тому що всі свої потенційні можливості воно використало і потребує кардинальних змін [54, с. 56].

Як свідчить вітчизняний і закордонний досвід інвестиційно-привабливими вважаються підприємства, що знаходяться на стадіях, коли в них збільшуються обсяги продажу, рівень використання виробничих потужностей та ін., тобто покращуються показники їх діяльності. На стадіях «остаточної зрілості» та «старіння» інвестиції вважаються недоцільними, за винятком тих випадків, коли продукція підприємства має досить високі маркетингові перспективи, обсяг інвестицій у технічне переоснащення невеликий і вкладені кошти можуть повернутися інвестору в найкоротший термін (до 2 років).

Якщо передбачається перепрофілювання, диверсифікація або реструктуризація підприємства, то інвестування доцільне і на стадії «старіння». Ці заходи дозволяють економити практично всі види ресурсів, збільшити обсяги продажу за рахунок розширення номенклатури (асортименту) порівняно з новим будівництвом.

Визначення впливу результатів усіх видів діяльності за стадіями життєвого циклу підприємства дає можливість охарактеризувати внутрішнє середовище підприємства, тобто його цілі, організаційну структуру, методи планування, інвестиційну спрямованість і можливі інвестиційні рішення залежно від стадії життєвого циклу. Така характеристика подана в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Характеристика внутрішнього середовища підприємства

Характеристика внутрішнього середовища	Стадія життєвого циклу					
	Народження	Дитинство	Юність	Рання зрілість	Остаточна зрілість	Старіння
Цілі підприємства	Виживання та вихід на ринок	Закріплення на ринку, отримання прибутку	Завоювання позицій лідера, забезпечення прибутковості інвестицій, диверсифікація	Розширення частки ринку, максимізація ринкової вартості підприємства	Утримання частки ринку, утримання обсягів продажу	Виживання
Організаційна структура	Аморфна, відсутність чіткого розподілу функцій та відповідальності	Функціональна персоніфікація в розподілі функцій та відповідальності	Функціональна з елементами децентралізації	Децентралізована (дивізіональна або матрична)	Централізація структури	Спрощення структури, різке зменшення кількості членів апарату управління
Методи планування	Відсутність регулярного планування	Періодичне несистемне планування витрат і доходів	Цільове планування, розвиток перспективного планування	Програмно-цільове планування, стратегічне планування	Генетичне планування	Програмно-цільове планування

Інвестиційна спрямованість	Наявність інвестицій засновників, пошук інвестицій	Пошук зовнішніх інвесторів	Розробка інвестиційних пропозицій, пошук стратегічних інвесторів	Поглинання конкурентів, розширення обсягу фінансових інвестицій	Мобілізація внутрішніх резервів, впровадження досягнень НТП	Диверсифікація, реорганізація або реструктуризація
Можливі інвестиційні рішення	Обов'язкові вкладення	Обов'язкові вкладення, вкладення з метою підвищення конкурентоспроможності виробництва	Вкладення з метою розширення та освоєння товарів (послуг) або ринків, оновлення активів підприємства	Придбання фінансових активів, вкладення в розробки та дослідження	Оновлення активів підприємства	-

Розглянутий підхід впливу стадії життєвого циклу підприємства (ЖЦП) використовується в умовах відносної стабільності ринкових відносин. Нині в Україні цей підхід не можна використовувати повною мірою. Це пов'язано з особливостями становлення, розвитку та функціонування будь-якого підприємства в національній економіці. Якщо дотримуватися розглянутого підходу до визначення стадій ЖЦП, то практично всі підприємства, які були засновані до переходу до ринкових відносин, можуть бути віднесені тільки до останньої стадії («старіння»). Значна тривалість економічної кризи стосувалася та стосується всіх об'єктів та суб'єктів господарювання в Україні.

Таким чином, ступінь впливу кожного окремого ризику можна оцінити тільки маючи достатню інформацію про діяльність конкретного підприємства, його відносини з зовнішнім середовищем і повну характеристику внутрішнього середовища з урахуванням життєвого циклу підприємства.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗУВАННЯ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Загальна характеристика виробничо-господарської діяльності об'єкта дослідження – ПрАТ «Тернопіль-готель»

Як відомо, готель – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми власності, що складається з номерів, пропонує комплекс готельних послуг, що не обмежуються застелянням ліжок, прибиранням кімнат і санвузлів [7, с. 17].

Назва готелю – ПрАТ «Тернопіль-готель» (Додаток А).

Адреса: вул. Замкова 14, м. Тернопіль, 46021 Україна (Додаток Б).

Контактний телефон, факс – +380352524263.

Електронна пошта: holovko@hotel.te.ua.

Форма власності: публічне акціонерне товариство.

Тип – готельне підприємство.

Зірковість – тризірковий.

Дата побудови готелю – 1962 р., відкриття відбулося у 1985р.

Дата і номер ліцензії та сертифіката: Серія АА №004706 від 22.02.2001р., Серія ВБ, №634781 від 06 серпня 2006р до 07 серпня 2008 р.

Організаційна структура: лінійно-функціональна (Додаток В).

Керівник підприємства – Головка Станіслав Миколайович.

Сучасний готель «Тернопіль» розташований в діловому і історичному центрі міста Тернополя, оточують готель історичні пам'ятки і храми. Родзинкою готелю є його виняткове розташування : зовнішня сторона фасаду виходить на історичний та діловий центр міста, а з вікон внутрішньої – відкривається незабутня панорама на мальовниче Тернопільське озеро.

Готель розташований у центрі міста, чим надає чудову згоду зручності сполучення від залізничного та автовокзалу та в 15 хвилини ходи від центральної площі Тернополя – Театральної площі.

Біля входу в готель вивішена акуратна вивіска – назва готелю, на фасаді розміщена світлова реклама, графік роботи готелю від 00:00 до 24:00 год. (Додаток А).

Слід зазначити, що готель «Тернопіль» збудований у вигляді Г-подібної форми. У структурі важливих функціональних зон прилеглої до нього території виділяється майданчик для паркування автотранспорту, вхід у готель та під'їзні шляхи до приміщень допоміжних служб.

Архітектура входу у готель проста, типова як у інших найближчих архітектурних типів споруд. Зелені насадження у дворі готелю відіграють важливу екологічну, рекреаційну та естетичну функції. Майданчик для паркування автотранспорту розташовується саме в цьому дворику, біля входу в лобі-бар. Окрім під'їзду до головного входу, у готелі використовується система під'їзних шляхів до службового входу для доставлення необхідних для повноцінного функціонування готелю ресурсів. Службовий під'їзд знаходиться у внутрішньому дворі готельної споруди і з'єднується із загальними транспортними комунікаціями [20].

Інженерно-технічне устаткування готелю в хорошому стані та складається з:

- санітарно-технічного (водогін, каналізація, гаряче водопостачання, опалення, вентиляція, кондиціонування повітря);
- енергетичного господарства (вентилятори, насоси та ін., що працюють від силових мереж із напругою 380 вольт, освітлення приміщень, яке живиться від електричних мереж із напругою 220);
- слабкострумівих пристроїв автоматики (телеантени і телевізори, установки телефонізації, комп'ютеризації, пожежної та охоронної сигналізації, диспетчерської служби, кіноустановки);
- торгово-технологічного устаткування.

Всі приміщення готелю поділяються на житлову та нежитлову групи.

До приміщень житлової групи належать: номери всіх категорій; коридори; приміщення для обслуговуючого персоналу; приміщення побуту.

Номери розташовані з 1 по 4 поверхи, на нульовому поверсі розташована вестибюльна група приміщень та ресторан «Тернопіль». Інтер'єр номерів оформлено у спокійній, теплій кольоровій гаммі, а вишукані акценти інтер'єру та ексклюзивні дизайнерські меблі дарують безмежне відчуття розкоші, комфорту і затишку. Інтер'єр спеціально створений таким чином, щоб об'єднати класичну елегантність із блискучою розкішшю, яку гості звичайно очікують від готелю.

Своїм гостям готель пропонує розміститися в комфортабельних номерах різної цінової категорії – Стандарт двомісний, Стандарт одномісний, Напівлюкс, Напівлюкс Плюс, Люкс Плюс. У будівлі готелю знаходиться ресторан «Тернопіль» (Додаток Г), а на території готелю розташований ресторан «Панорама», в якому гостям пропонується насититися вишуканими стравами європейської кухні. Для ділових людей готель надає кімнату переговорів, а також конференц-зали, в яких є можливість проводити семінари, тренінги та інші ділові зустрічі (Додаток).

Друкована реклама має художню та текстову виразність. Вона розташовується в місцях, де найчастіше знаходяться гості: біля стійки адміністратора, у вестибюлі готелю, в холах, у номерному фонді. Ефективним засобом реклами виступають барвисті готельні проспекти, наклейки на валізи (вони ж є і сувенірами). У кожному номері наявні фірмові конверти і фірмовий папір для листів з емблемою даного готелю. Буклети, проспекти та інша довідкова інформація перебуває в номері в окремому пакеті. Також фірмова емблема готелю присутня на рушниках, халатах, туалетному милі, шампунях і кремні (Додаток К).

Меблі у вестибюлі і номерах красиві, легкі і витончені, створюють певний комфорт при проживанні в номері і при його прибиранні. У готелі також широко використовуються предмети декоративного мистецтва: кераміка,

мозаїка, панно. Холи і вестибюлі прикрашені картинами. Номери відповідають загальним архітектурним вимогам та дотримуються загального стилю готелю.

Види діяльності в готелі «Тернопіль» [48]:

–55.10 – Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування.

–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.

Далі здійснимо характеристику номерного фону готелю «Тернопіль», слід відмітити наступні категорії номерів даного готелю:

Категорія номерів «Напівлюкс Плюс» – це стиль, вишуканість та комфорт. Просторий номер-студіо з двоспальним ліжком та елегантними меблями створений спеціально для справжніх цінителів затишку. В інтер'єрі врахований оригінальний підхід до планування номеру в поєднанні з цікавим дизайном та гармонійним доповненням панорами чарівного Тернопільського озера.

В номері, крім перегляду телевізійних програм, можна скористатися доступом до швидкісного Інтернету (Wi-Fi), а також телефонним зв'язком з виходом на міські та міжнародні напрямки. Важливою перевагою номерів Люкс Плюс є наявність кондиціонера, міні-бару, електрочайника та набору посуду. У ванній кімнаті кожен гість має можливість скористатися зручними халатами, тапочками, косметичними аксесуарами, феном.

Напівлюкс – це просторий і функціональний номер-студіо з двоспальним ліжком та зручними меблями. Завдяки оригінальному підходу до планування номеру на декілька зон, включаючи кухню, гості зможуть відчутти особливу атмосферу домашнього затишку, яку доповнює чудова панорама Тернопільського озера. Номер обладнаний всім необхідним для максимально

комфортного перебування: плазмовий телевізор з багатоканальним кабельним телебаченням, безпроводний Інтернет (Wi-Fi), телефон, холодильник, електрочайник, набір посуду. Важливою перевагою номерів Напівлюкс є наявність кондиціонера і міні-бару. У ванній кімнаті можна скористатися м'якими халата, тапочками, косметичними аксесуарами, феном.

Одномісний плюс – це затишний сучасний номер з широким півтораспальним ліжком. Стильне меблювання, з вікон номера відкривається чарівний краєвид на мальовниче тернопільське озеро. У номері є багатоканальне кабельне телебачення, телефон, безпроводний Інтернет (Wi-Fi), холодильник. Важливою перевагою номерів категорії Одномісний Плюс є наявність кондиціонера і міні-бару. У ванній кімнаті з душовою кабіною кожен гість може скористатися феном та косметичними аксесуарами.

Одномісний стандарт – це ручний і практичний номер, з вікон якого відкривається чарівний краєвид на мальовниче тернопільське озеро. Номер передбачає півтораспальне ліжко, а також все необхідне як для відпочинку, так і для роботи: кабельне телебачення, телефон, безпроводний Інтернет (Wi-Fi), затишні меблі, холодильник. У ванній кімнаті з душовою кабіною можна скористатися феном і міні-косметикою.

У вартість проживання закладено користування фітнес-кімнатою. Сучасний вишуканий номер в теплих пастельних тонах з дерев'яними меблями є прикладом традиційної зручності і затишку. З вікон номера відкривається панорама на центральну частину Тернополя.

Двомісний плюс – цей номер передбачає два окремі ліжка, які легко трансформуються у одне двоспальне. Важливою перевагою цієї категорії є наявність кондиціонера. У розпорядженні гостей також - письмовий стіл, шафа для одягу, багатоканальне кабельне телебачення, телефон, безпроводний Інтернет (Wi-Fi), холодильник. У ванній кімнаті з душовою кабіною є все необхідне для максимально зручного перебування: фен, косметичні аксесуари. Двомісний стандарт – це ручний і практичний номер, з вікон якого відкривається панорама на центральну частину міста. Два односпальні ліжка

легко трансформуються в одне двоспальне. У розпорядженні гостей усе необхідне як для відпочинку, так і для роботи: письмовий стіл, шафа для одягу, багатоканальне кабельне телебачення, бездротовий Інтернет (Wi-Fi), телефон, холодильник [48].

Категорія номерів Люкс Плюс – створена для справжніх цінителів гармонійного поєднання елегантного інтер'єру і сучасних вигод з дотриманням усіх європейських стандартів, коли розкіш зустрічається з класикою. Дві окремі кімнати – затишна вітальня і простора спальня з вишуканими меблями з натурального дерева, подарують затишок і комфорт навіть самим вибагливим гостям. З балкону номеру відкривається чарівна панорама центральної частини міста, що не залишить байдужим жодного відвідувача.

Перебуваючи в номері, крім перегляду телевізійних програм можна скористатися доступом до швидкісного Інтернету (Wi-Fi), а також телефонним зв'язком з виходом на міські та міжнародні напрямки. Важливою перевагою номерів Люкс Плюс є наявність кондиціонера, міні-бару, електрочайника та набору посуду. У ванній кімнаті кожен гість має можливість скористатися зручними халатами, тапочками, косметичними аксесуарами, феном [48].

Досліджуючи організаційну структуру управління слід відмітити, що у готелі «Тернопіль» діє лінійно-функціональна структура управління готелем, представлена у додатку Г.

У прямому підпорядкуванні директора з розміщення знаходяться менеджери основних готельних служб: бронювання, обслуговування, прийому і розрахункової частини, експлуатації номерного фонду.

Фінансовому директору підпорядковуються головний бухгалтер, менеджер господарської служби, контролер, 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. Також у готелі «Тернопіль» використовується три характеристики для управління персоналом: стратегічний підхід, інтегрований і створює сприятливе середовище.

Проблемами управління кадрами в готелі «Тернопіль» піклується відділ персоналу. Він складається з двох осіб – керівника та менеджера з підбору персоналу. Менеджер займається лише пошуком персоналу та веденням особових справ, а керівник взяв на себе більш широке коло функцій – насамперед « управління персоналом».

В коло обов'язків керівника входить: планування ресурсів; визначення заробітної плати і пільг; профорієнтація і адаптація; навчання робітників; оцінка трудової діяльності; підвищення, зниження, переведення на іншу посаду або звільнення робітника; підготовка адміністраторів готелю, просування по службі.

Менеджер з підбору персоналу займається створенням необхідного резерву кандидатів на всі посади і спеціальності, із якого відбираються спеціалісти які за професійною підготовкою максимально відповідають вимогам до працівників необхідних на ту чи іншу посаду. Підбір персоналу він веде із зовнішніх джерел: публікації об'яв у газетах і професійних журналах, звернення до агентів по працевлаштуванню і до фірм, що забезпечують керівними кадрами, направлення людей, що уклали контракти на спеціальні курси при коледжах.

Керівник відділу з персоналу готелю займається підготовкою кадрів. Сюди включається навчання робітників навикам, які дозволяють підняти якість обслуговування. Оцінка результатів його діяльності вимагає збору достовірної інформації про те, наскільки ефективно кожен працівник виконує делеговані йому обов'язки. Повідомляючи результати оцінки діяльності своїм підлеглим, керівник відділу кадрів готелю «Тернопіль» інформує їх про те, на скільки добре вони виконують свою роботу і дає їм можливість виправити свої помилки у майбутньому.

Підготовка адміністраторів в основному ведеться для того, щоб дати їм змогу опанували вміння і навички, необхідні для реалізації цілей готелю. Підготовка проводиться шляхом організації лекцій, дискусій в складі невеликих груп, аналізу конкретних ділових ситуацій, ознайомлення з теоретичним матеріалом, проведення ділових ігор і рольового тренінгу.

Отже, готель «Тернопіль» забезпечений всіма необхідними для його виробничої діяльності матеріальними ресурсами відповідної якості для раціонального використання, і є зовнішньо і внутрішньо привабливим для клієнтів та потенційних інвесторів.

2.2. Аналізування фінансово-економічних показників діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель» у контексті його інвестиційної привабливості

Використовуючи дані фінансової звітності досліджуваного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» проведемо аналіз основних показників фінансово-господарської його діяльності та фінансового стану закладу за період 2019-2020 рр. (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства
ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2020 рр.

Показники, тис. грн	Роки		Відхилення (+;-)	
	2019	2020	Абсолютне, тис. грн.	Відносне, %
1	2	3	4	5
Вартість активів	36532	35961	-571	-1,56
Власний капітал	22585	22634	49	0,22
Позичковий капітал	13947	13327	-620	-4,45
Поточні зобов'язання	13498	12689	-809	-5,99
Необоротні активи	28201	28321	120	0,43
Оборотні активи	8331	7640	-691	-8,29

Продовження табл.2.1.

1	2	3	4	5
Дебіторська заборгованість	7625	7207	-418	-5,48
Гроші та їх еквіваленти	394	135	-259	-65,74
Основні засоби	22846	22472	-374	-1,64
Чистий дохід від реалізації послуг	21551	8481	-13070	-60,65
Собівартість реалізації послуг	17666	10841	-6825	-38,63
Валовий прибуток	3885	-2333	-6218	-160,05
Чистий прибуток	120	49	-71	-59,17

Таким чином, проаналізувавши основні показники фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» слід зазначити про зниження майже кожного із них. Зокрема спостерігається зниження загальної вартості активів підприємства, відповідно якщо у 2019 році значення показника становило 36532 тис. грн., то у звітному році показник знижується на 571 тис. грн. або на 1,56% до рівня 35961 тис. грн. На зниження активів підприємства вплинуло зростання вартості необоротних активів на 120 тис. грн. та зниження вартості оборотного капіталу на 691 тис. грн. Зокрема за звітний період збільшується розмір необоротних активів від 28201 тис. грн. у 2019 році до рівня 28321 тис. грн. у 2020 році, при чому таке зростання відбулося за рахунок приросту незавершених капітальних інвестицій та зниження загального обсягу основних засобів підприємства на 374 тис. грн. або на 1,64%.

Для наглядності динаміку зміни вартості оборотних та необоротних активів підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2020 рр. представлено на рис.2.1.

Щодо структури пасивів досліджуваного підприємства, то тут слід відмітити переважання власного капіталу підприємства, що обумовлює значну фінансову автономію підприємства, зокрема значення показника власного капіталу у 2019 році становило 22585 тис. грн. і збільшилось за звітний період 2020 року на 49 тис. грн. (0,22%) до рівня 22634 тис. грн.



Рисунок 2.1. Динаміка зміни вартості оборотних та необоротних активів підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2020 рр.

Поряд із збільшення власного капіталу необхідно відмітити також зниження позичкового капіталу на 620 тис. грн. (4,45%) із 13947 тис. грн. у 2019 році до рівня 13327 тис. грн. у 2020 році.

В структурі позичкового капіталу слід відмітити наявність як довгострокової так і поточної заборгованості. Рівень поточних зобов'язань підприємства знижується із 13498 тис. грн. у 2019 році до значення показника 12689 тис. грн. у 2020 році, відповідне значення показника знижується на 809 тис. грн., що становить 5,99%. Динаміку зміни в структурі пасивів підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2020 рр. представимо на рис.2.2.

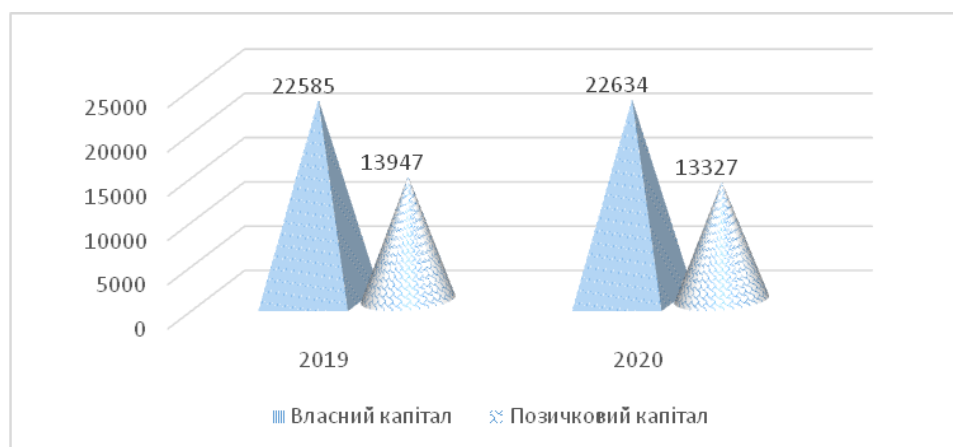


Рисунок 2.2. Динаміка зміни власного та позичкового капіталу підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2020 рр.

Слід відмітити також, що значні зміни в структурі активів та пасивів підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2020 рр. вплинули й на зміну фінансових результатів його діяльності. Зокрема спостерігається зниження валового прибутку підприємства, якщо у 2019 році значення показника становило 3885 тис.грн., то у звітному 2020 році воно було від'ємним і становило -2333 тис.грн. Відповідний показник відхилення становив 6218 тис. грн. або 160,05%. Своєю чергою, зниження розміру валового прибутку обумовлено зниженням чистого доходу від реалізації послуг на 13070 тис.грн. або на 60,65%, відповідно у 2019 році значення показника становило 21551 тис. грн. і знизилось до рівня 8481 тис. грн. у звітному 2020 році.

Як резюме до зазначеного вище можна вказати фактор зниження кількості туристів через пандемію COVID-19, що обумовило зниження попиту на основну продукцію та послуги досліджуваного підприємства. Поряд із цим меншими темпами спостерігається і зниження собівартості реалізації послуг із значення показника 17666 тис. грн. у 2019 році до рівня 10841 тис. грн. у 2020 році, тобто темп зниження показника становив 38,63%.

Виходячи із цього, необхідно відмітити більші темпи зниження рівня й чистого доходу від реалізації послуг (60,65%) у порівнянні із зниженням собівартості реалізації послуг підприємства (38,63%), що негативно вплинуло на показник валового прибутку. Даний показник у 2019 році знижується із позначки 3885 тис. грн. до рівня -2333 тис. грн. у 2020 році. При цьому, як бачимо із таблиці 2.1, абсолютне зниження показника становило 6218 тис. грн., а темп зниження – 160,05%.

Як свідчать дані таблиці 2.1, за звітний період знижується також ключовий показник фінансово-господарської діяльності підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» – чистий прибуток. Він за 2020 рік знизився на 71 тис. грн. або 59,17%, оскільки значення цього показника у 2019 році становило 120 тис. грн., а у 2020 році знизилось до рівня 49 тис. грн. Слід зазначити також, що суттєве зниження цього показника, засвідчує зниження результативності управлінських рішень, прийнятих на досліджуваному підприємстві.

2.3. Аналізування показників фінансового стану ПрАТ «Тернопіль-готель», що характеризують його інвестиційну привабливість

У розділі 1 ми розглянули п'ять основних груп показників, за допомогою яких доцільно аналізувати інвестиційну привабливість сучасних суб'єктів господарювання.

Показники першої групи щодо стану майна, динаміки та структури капіталу підприємства та темпів його зміни, ми проаналізували у попередньому підрозділі. Таким чином, далі проаналізуємо показники інших 4 груп – фінансової стійкості, ліквідності, ділової активності та рентабельності.

Слід зазначити, що загальні зміни в структурі майна підприємства, зміна його фінансових результатів значно вплинули й на показники фінансового стану ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2020 рр.(таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Показники фінансового стану ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2020рр, що характеризують його інвестиційну привабливість

Показник	Роки		Відхилення	
	2019	2020	Абсолютне	Відносне
Показники ліквідності				
Абсолютна ліквідність	0,029	0,011	-0,019	-63,55
Поточна ліквідність	0,617	0,602	-0,015	-2,45
Показники фінансової стійкості				
Фінансова автономія	0,618	0,629	0,011	1,81
Показники ділової активності				
Оборотність основних засобів	0,943	0,377	-0,566	-59,99
Оборотність активів	0,590	0,236	-0,354	-60,02
Оборотність власного капіталу	0,954	0,375	-0,580	-60,73
Показники рентабельності				
Рентабельність реалізації послуг, %	0,56	0,58	0,021	3,76
Рентабельність власного капіталу, %	0,53	0,22	-0,315	-59,26
Рентабельність активів, %	0,33	0,14	-0,192	-58,52

Досліджуючи показники фінансового стану, які визначають власне

інвестиційну привабливість досліджуваного підприємства бачимо, що вони дещо погіршились у звітному 2020 році у порівнянні з базовим 2019 роком, що пов'язано власне із змінами у структурі активів та пасивів ПрАТ «Тернопіль-готель».

Проаналізувавши показники ліквідності (швидкість оборотності активів в процесі реалізації господарської діяльності підприємства), слід відзначити низьку абсолютну ліквідність даного підприємства, при цьому показник знижується із 0,029 пункти у 2019 році до рівня 0,011 пунктів у 2020 році, значення показника протягом даного періоду знизилося на 0,019 пунктів або на 63,55%. Знижується також і рівень поточної ліквідності із 0,617 пунктів у 2019 році до значення показника 0,602 пункти у 2020 році, при цьому показник знижується на 0,015 пункти або на 2,45% протягом досліджуваного періоду.

Досліджуючи показники фінансової стійкості – коефіцієнт фінансової автономії необхідно відмітити орієнтацію на власний капітал даного підприємства, зокрема значення показника 2019 року становило 0,618 пункти (61,8% в структурі пасивів власного капіталу), у 2020 році даний показник зріс до рівня 0,629 пункти (62,9% власного капіталу). Орієнтація на власний капітал свідчить про хорошу фінансову базу підприємства та орієнтування на власні засоби в процесі організації та реалізації його фінансової стратегії.

Аналізуючи показники ділової активності слід відмітити зниження основних показників оборотності активів, власного капіталу та основних засобів. Загальна оборотність активів значно знижується із 0,59 пунктів у 2019 році до значення показника 0,236 пунктів у 2020 році, відповідно зниження показника складало 0,354 пункти при цьому відносний показник становив 60,02%. Знижується показник оборотності основних засобів та власного капіталу відповідно на 0,566 пункти та 0,58 пункти відповідно, при цьому відносний показник становив 59,99% та 60,73% відповідно.

Динаміку показників оборотності капіталу та активів підприємства представлено на рис.2.3.

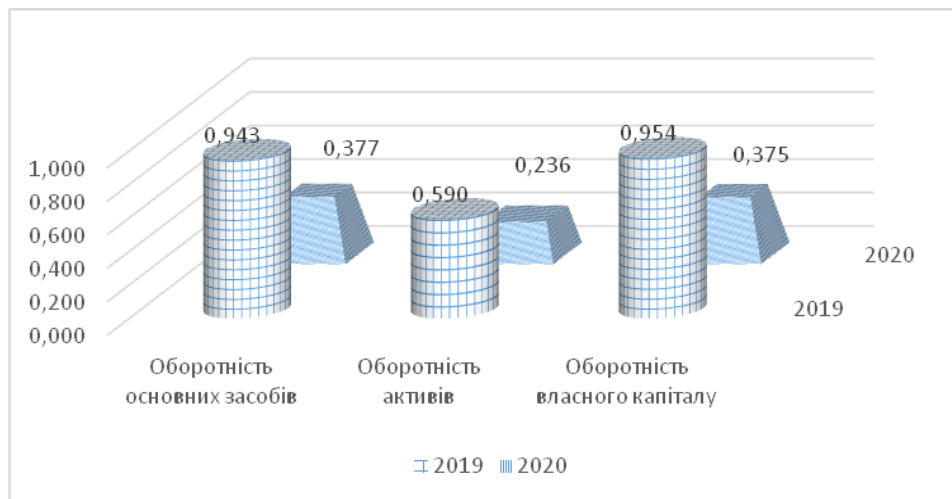


Рисунок 2.3. Динаміка основних показників ділової активності підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2020 рр.

Через низьку прибутковість досліджуваного підприємства необхідно відмітити низькі показники рентабельності реалізації послуг, власного капіталу та активів підприємства. Зокрема, показник рентабельності реалізації послуг у 2019 році становив 0,56%, а у 2020 році значення показника збільшилося та складало 0,58%, при цьому показник зростає на 0,021 пункт або на 3,76%. Рентабельність власного капіталу знижується на 0,315 пунктів або на 59,26%, рентабельність активів знижується на 0,192 пункти або на 58,52%. Динаміку показників рентабельності представлено на рис.2.4.

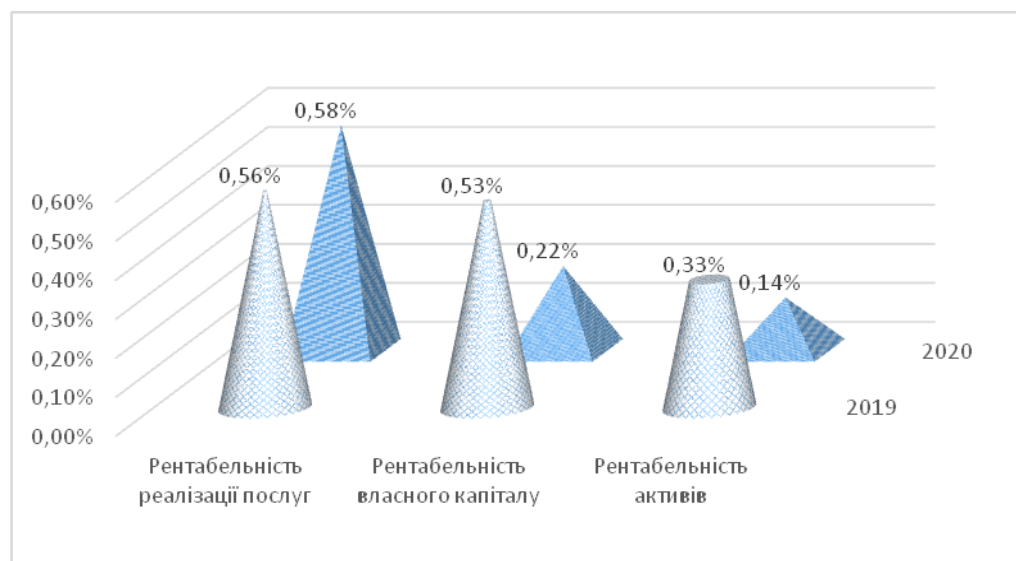


Рисунок 2.4. Динаміка основних показників рентабельності діяльності підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2020 рр.

Таким чином, проведені дослідження показали, що підприємство має достатню фінансову стійкість орієнтуючись на власний капітал. Однак невисокими є, і в динаміці знижуються, показники ліквідності та ділової активності, низькими є чистий прибуток та показники рентабельності господарської діяльності підприємства. Виходячи із цього рівень інвестиційної привабливості досліджуваного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» за період 2019-2020 рр. можна вважати невисоким, тому надалі слід звернути увагу на розробку стратегії фінансової стабілізації, підвищення інвестиційної привабливості та удосконаленні ефективності виробничо-господарської діяльності з акцентуванням питань удосконалення організаційної структури управління, покращення якості надання послуг, ефективного використання номерного фонду та інших приміщень матеріально-технічної бази, виокремлення засобів та методів активізації рекламної кампанії.

РОЗДІЛ 3

ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ПРИЙНЯТТЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ

3.1. Обґрунтування інноваційного проєкту розвитку підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель», впровадження основних заходів та визначення бюджету

Підвищення інвестиційної привабливості та ефективності діяльності досліджуваного готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» лежить в площині удосконалення організації та управління готельним господарством, а також формуванні ефективних заходів зростання обсягів реалізації послуг.

В даному випадку пропонуємо інноваційні рішення щодо удосконалення та упровадження модифікованої структури управління готельним господарством, котра матиме лінійно-функціональний тип (див. рис.3.1) на противагу діючій, на нашу думку, значно роздутій та неефективній організаційній структурі, яка представлена у додатку Л.

Таким чином, бачимо, що в організаційній структурі досліджуваного готельного підприємства необхідно відмітити наявність наступних посад: адміністративно-управлінський персонал (16 осіб) - генеральний директор, заступник директора, менеджер служби закладів ресторанного господарства, менеджер служби приймання та розміщення, менеджер служби обслуговування номерів, менеджер служби прибирання, конференц-менеджер, менеджер SPA, менеджер банкетної служби, головний інженер, інспектор з кадрів, головний бухгалтер, заступник головного бухгалтера, бухгалтер-касир, секретар-референт; персонал готелю (32 осіб) – старший адміністратор (2), адміністратори (3), порт'є (3), завідувачі секціями (2), покоївки (17 осіб), кастелянша (1), прибиральники (3), підношувач багажу (2); інженерно-

технічний і допоміжний персонал (12 осіб) - бригадир ремонтної служби (2), електрик (2), сантехнік (2), двірник (2), водій-експедитор (4).

Отже, всього кількість персоналу складає 60 осіб.

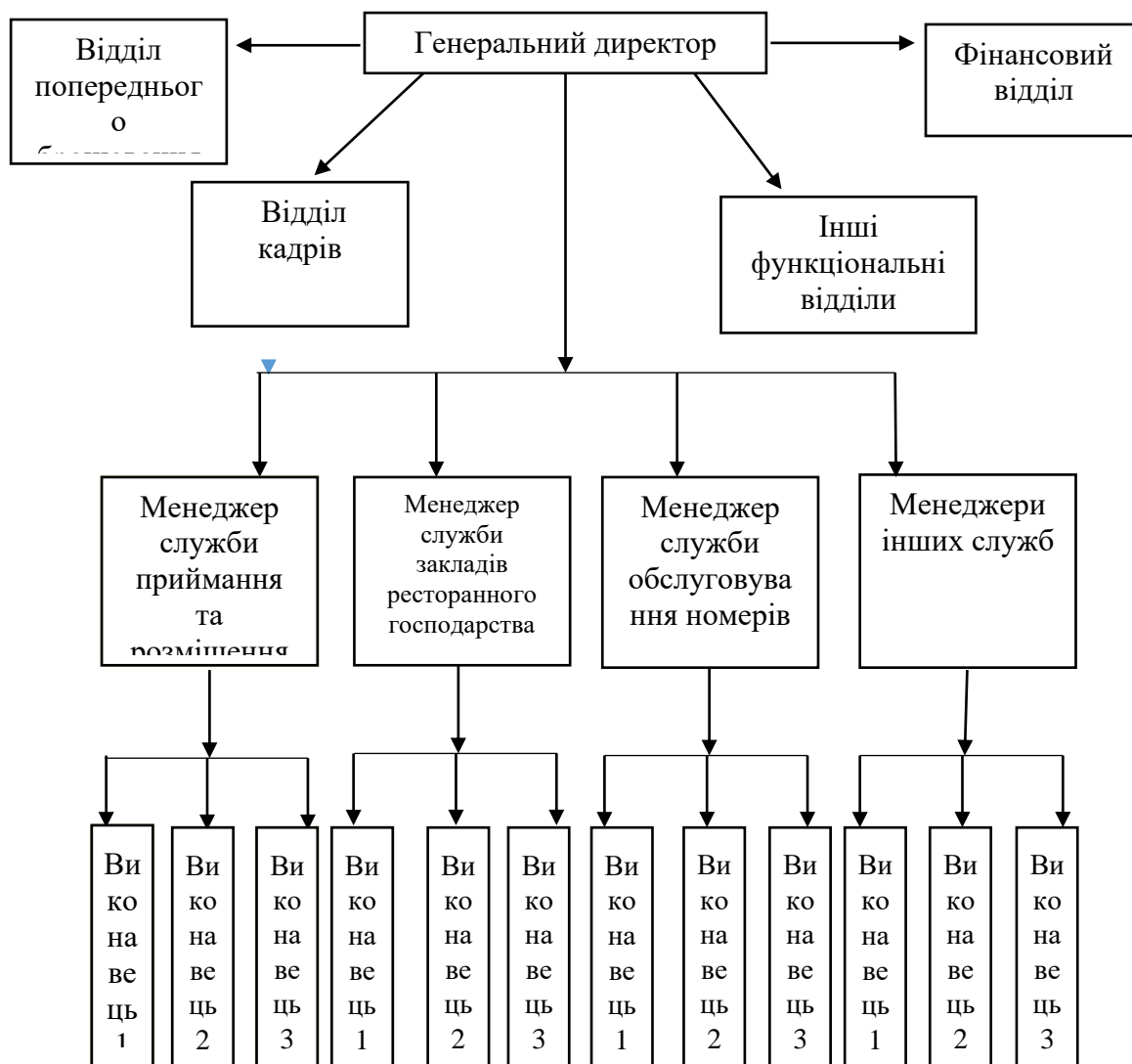


Рис.3.1. Модифікована організаційна структура готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль - готель»

Для планування доходів готелю ПрАТ «Тернопіль-готель» визначимо враховуючи кількість номерів у готелі та річної пропускну здатності готелю (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

Річна пропускна спроможність готелю ПрАТ «Тернопіль-готель»

Категорії і місткість номерів готелю	Кількість номерів у готелі	Кількість місць у готелі	Термін експлуатації номерів, діб	Річна пропускна спроможність готелю, номеро-днів
Апартаменти	5	10	365	1825
Люкс	4	8	365	1460
Напівлюкс	12	12	365	4380
Стандарт двомісний	50	100	365	18250
Стандарт одномісний	50	50	365	18250
Всього	113	172	*	44165

Отже, річна пропускна спроможність готелю становить 44165 номеро-днів. Наявна ефективність використання номерів 70% від номерного фонду, відповідно важливим є повна заповненість номерного фонду готелю. Проаналізуємо ціни на номери в готелях міста Тернополя визначимо найбільш оптимальні ціни в досліджуваному готелі «Тернопіль-готель» (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2

Ціни на номери в готелях м. Тернопіль, грн. / добу

Категорії і місткість номерів готелю	Тернопіль - готель	Глобус	Женева	Авалон
Апартаменти	1200	1800	2000	2100
Люкс	950	1400	1500	1900
Напівлюкс	780	920	-	1000
Стандарт двомісний	800	900	1000	1200
Стандарт одномісний	400	450	500	600

Найдорожчі ціни на номери готелю в м. Тернопіль у готелі «Авалон» – це заклад із хорошою репутацією та зручним розташуванням у центрі міста. Проте негативним моментом є наявність тільки 10 номерів різноманітних категорій. Практично ідентичні проблеми і у готельних комплексах «Глобус» та «Женева». Досліджуваний готель відрізняється значною кількістю номерів та можливістю формування низьких цін для залучення значного контингенту

клієнтів різного достатку. Розрахуємо плановий річний дохід готелю «Тернопіль – готель» у перспективному періоді із врахуванням пропонованих цін (таблиця 3.3).

Таблиця 3.3

Плановий річний дохід від реалізації послуг готелю ПрАТ «Тернопіль-готель»

Категорії і місткість номерів готелю	Річна пропускна спроможність готелю, номеро-днів	Плановий коефіцієнт завантаження готелю	Плановий річний обсяг реалізації послуг готелю, номеро-днів	Ціна за добу, грн.	Виручка від реалізації послуг готелю, грн.
Апартаменти	1825	0,7	1277,5	1200	1533000
Люкс	1460	0,7	1022	950	970900
Напівлюкс	4380	0,7	3066	780	2391480
Стандарт двомісний	18250	0,7	12775	800	10220000
Стандарт одномісний	18250	0,7	12775	400	5110000
Всього	44165	*	*	*	20225380

Отже, очікуваний дохід від реалізації послуг готелю «Тернопіль-готель» складатиме 20225380 грн. Також планується отримувати дохід від використання конференц-залів «Тернопіль-готель» протягом року (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4

Дохід від оренди конференц-залів готелю ПрАТ «Тернопіль-готель»

Назва	Площа (м2)	Вартість оренди залу, грн./год	Кількість годин для оренди залу протягом року	Вартість оренди залу протягом року
Конференц-зал №1	110	600	5220	3132000
Конференц-зал №2	94	500	5220	2610000
Конференц-зал №3	112	600	5100	3060000
Конференц-зал №4	122	900	4380	3942000
Конференц-зал №5	154	1200	4380	5256000
Всього	*	*	*	18000000

В готелі розташовано п'ять конференц-залів різної площі та різного призначення. Існують спеціалізовані та універсальні конференц-зали, котрі використовуються для різноманітних подій, котрі відбуваються у досліджуваному готелі «Тернопіль-готель». Отже, дохід від оренди конференц-залів готелю «Тернопіль-готель» протягом року становитиме 18000000 грн.

В цілому, дохід від реалізації послуг готелю (проживання та оренда конференц-залів) складатиме:

$$Д = 20225380 + 18000000 = 38225380 \text{ грн.}$$

Поряд із доходами здійснимо розрахунок витрат готелю ПрАТ «Тернопіль-готель», основними напрямками витрат стануть заробітна плата, відрахування на соціальні заходи, комунальні платежі, витрати пов'язані із оновленням основного капіталу, витрат пов'язані із закупівлею матеріалів та приладів для якісного функціонування готелю в перспективному періоді, бюджет маркетингових заходів на перспективний період.

Спершу здійснимо розрахунок витрат на заробітну плату та відрахування на соціальні заходи працівників готелю «Тернопіль-готель» дані представимо у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Заробітна плата з відрахуваннями ПрАТ «Тернопіль-готель»

Посада	Кількість осіб	Заробітна плата за місяць	Відрахування на соціальні заходи	Фонд оплати праці за рік
1	2	3	4	5
Генеральний директор	1	23000	5060	336720
Заступник директора	1	18500	4070	270840
Менеджер з фінансів	1	13000	2860	190320
Менеджер служби приймання та розміщення	1	10000	2200	146400
Менеджер служби обслуговування номерів	1	10000	2200	146400
Менеджер служби прибирання	1	10000	2200	146400
Конференц-менеджер	1	10000	2200	146400
Менеджер SPA	1	11500	2530	168360

Продовження таблиці 3.5

1	2	3	4	5
Менеджер банкетної служби	1	11000	2420	161040
Менеджер банкетної служби	1	11000	2420	161040
Головний інженер	1	9500	2090	139080
Інспектор з кадрів	1	9000	1980	131760
Головний бухгалтер	1	12500	2750	183000
Заступник головного бухгалтера	1	10200	2244	149328
Бухгалтер-касир	1	8800	1936	128832
Секретар-референт	1	9000	1980	131760
Адміністративний персонал	16	*	*	2576640
Старший адміністратор	2	10500	2310	307440
Адміністратори	3	8000	1760	351360
Порт'є	3	9500	2090	417240
Завідуючі секціями	2	9000	1980	263520
Покоївки	17	8500	1870	2115480
Кастелянша	1	6900	1518	101016
Прибиральники	3	6500	1430	285480
Підношувач багажу	2	7500	1650	219600
Персонал готелю	32	*	*	4061136
Бригадир ремонтної служби	2	7500	1650	219600
Електрик	2	8000	1760	234240
Сантехнік	2	8000	1760	234240
Двірник	2	6500	1430	190320
Водій-експедитор	4	10500	2310	614880
Інженерно-технічний і допоміжний персонал	12	*	*	1493280
Всього	60	*		8131056

Таким чином, розмір заробітної плати та різноманітних відрахувань на оплату праці персоналу підприємства становить 8131056 грн. в рік.

Розрахуємо амортизаційні відрахування у готелі ПрАТ «Тернопіль-готель» і представимо дані у таблиці 3.6.

Амортизаційні відрахування готелю ПрАТ «Тернопіль-готель»

Група основних засобів	Термін корисного використання	Первісна вартість	Ліквідаційна вартість	Річна амортизація, грн.
Будівлі	30	150000000	40000000	3666666,67
Обладнання та меблі	5	65000000	12000000	10600000
Всього				14266666,67

Таким чином, розмір амортизаційних відрахувань готелю становить 14266666,67 грн. Планові комунальні витрати на утримання готелю «Тернопіль-готель» становили 3200000 грн, із них витрати на опалення становили 2900000 грн., витрати на електрику – 150000 грн., витрати на воду – 140000 грн., витрати на обслуговування території комунальними службами – 10000 грн. Інші витрати на закупівлю матеріалів та різноманітного приладдя становить 300000 грн.

3.2 Оцінка економічного ефекту від впровадження заходів інвестиційного розвитку

Підіб'ємо підсумки витрат діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель» та визначимо очікування результати впровадження проекту на готельному підприємстві. Дані результатів дослідження представимо у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Фінансові результати діяльності підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель»

Показники	Значення, грн.
Разом, доходи	38225380,0
Поточні витрати	25897722,7
Прибуток від операційної діяльності	12327657,3
Податок на прибуток (18%)	2218978,3
Чистий прибуток	10108679,0

У перспективному періоді планується зростання доходів від реалізації готельних послуг до 38225380 грн., зростатиме розмір поточних витрат

діяльності до 25897722,7 грн. Сформований прибуток від операційної діяльності становить 12327657,3 грн., а розмір чистого прибутку становитиме 10108679,0 грн. В цілому, основні акценти управління діяльністю готелю «Тернопіль-готель» повинна бути орієнтована на зростання якості обслуговування, диверсифікації готельних продуктів, зростання середнього чеку обслуговування, що дасть можливість наростити обсяги реалізованих послуг готелем.

Дослідимо особливості реалізації даного інвестиційного проекту враховуючи плин часу та інфляційних чинників (середній рівень інфляції - 12%). Планується зазначені заходи та особливості побудови структури використовувати протягом 5 роки. При чому початкові інвестиції у проект становитимуть початкові витрати на реалізацію проекту (таблиця 3.8).

Таблиця 3.8

Розрахунок інвестиційної привабливості реалізації проекту

ПрАТ «Тернопіль-готель»

Показник	Початок проекту	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Всього
Інвестиції	-27025723						-27025722,7
Доходи		38225380	38225380	38225380	38225380	38225380	191126900
Витрати		11631056,03	11631056,03	11631056	11631056	11631056	58155280,2
Амортизація		14266666,67	14266666,7	14266666,7	14266666,7	14266666,7	71333333,5
Прибуток до оподаткування		12327657,3	12327657,27	12327657,3	12327657,3	12327657,3	61638286,4
Податок на прибуток		2218978,314	2015938,32	2015938,32	2015938,32	2015938,32	10282731,6
Чистий прибуток		10108678,99	9183719,01	9183719,01	9183719,01	9183719,01	46843555
Показник дисконтування		0,892857143	0,79719388	0,71178025	0,63551808	0,56742686	
Грошовий потік з урахуванням дисконтування		9025606,239	7321204,59	6536789,81	5836419,47	5211088,84	33931109
Залишковий грошовий потік	-27025723	-18000116,5	-10678911,9	-4142122,06	1694297,41	6905386,26	6905386,26

Визначимо основні показники, що характеризують ефективність реалізації інвестиційного проекту.

Зокрема, чистий приведений дохід проекту становить:

$$NPV = 6905386,26 \text{ грн.}$$

Індекс прибутковості проекту складає:

$$PI = 33931109 / 27025722,7 = 1,26$$

Період окупності проекту становить:

$$PO = 3 + (4142122,06 / 5836419,46) = 3,71 \text{ роки.}$$

Отже, виходячи із визначених показників ефективності, реалізація запропоновано проекту є економічно вигідним управлінським рішенням, хоча окупність його більше трьох років – 3,71 роки. При цьому чистий приведений дохід становитиме 6905386,26 грн., а індекс прибутковості складе 1,26.

3.3. Підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «Тернопіль-готель» за рахунок активізації рекламної діяльності

Як зазначає у своїх дослідженнях відомий маркетолог Ф. Котлер [37], сучасний маркетинг як специфічний вид людської діяльності є синтезом аналітичного, творчого мислення і комплексу прагматичних дій. Зумовлено це стратегічними функціями, завдяки яким підприємство виробляє товари чи послуги, продає їх на ринку і, по суті, може розраховувати на досягнення своїх цілей та реалізацію своєї місії на ринку.

Однак для остаточного забезпечення виконання головних завдань недостатньо створити товар чи послугу, призначити для них ціну та розмістити у зручному для споживача місці. Цей товар залишиться просто непоміченим серед сотень схожих на нього. Більше того, здійснюючи купівлю, споживач з-поміж альтернатив вибере лише те, що він знає, застерігаючи себе у такий

спосіб від непередбачуваного ризику, оскільки не знати - означає не хотіти отримати.

Подолати цю суперечність покликаний четвертий елемент комплексу маркетингу – просування, за допомогою якого підприємство чи організація на основі інформування, переконування, нагадування про себе, забезпечує реалізацію своєї продукції та/або послуг. Важливу роль у політиці просування відіграє рекламна діяльність підприємства. Адже завдяки їй ми знаходимо покупця для товару чи послуги і примушуємо його їх купувати.

Мета реклами полягатиме в тому, щоб показати, ознайомити споживача з продукцією (послугою) даного підприємства, ознайомити його з якістю, асортиментом, ціною.

Як відомо, рекламна діяльність складається з таких етапів:

- вивчення споживачів та покупців, товарів та ринків продажу цих
- товарів;
- стратегічне планування;
- прийняття тактичних рішень;
- оперативне планування;
- контроль ефективності прийнятих з питань реклами рішень.

Рекламна політика підприємств тісно пов'язана з політикою розподілу та збуту. Дуже часто у сучасних підприємств виникають питання: що саме рекламувати, як і скільки давати рекламних звернень, якого обсягу, в якому оформленні, як часто оновлювати рекламний інтер'єр закладу, скільки грошей використати на рекламу – все це становить рекламну тактику підприємства.

У контексті зазначеного вище необхідно виявити, чи підприємство має резерви підвищення ефективності маркетингової політики. Зокрема такими резервами є:

- надання споживачам продукції чи послуг незмінно високої якості;
- постійне підвищення рівня задоволення споживачів і всіх зацікавлених сторін, враховуючи ефективну та якісну роботу персоналу із надання основних та додаткових послуг;

- підвищення ефективності і результативності системи управління якістю надання послуг.

На аналізованому підприємстві значна частка коштів йде на рекламу, оскільки вона є засобом просування продукції та послуг на ринок. Рекламна кампанія проводиться у ЗМІ, на телебаченні, радіо, актуальною на сьогодні є й вулична реклама на табло, біг-бордах, сітілайтах, банерна реклама та реклама на транспорті.

Виходячи із специфіки продукції ПрАТ «Тернопіль-готель» доцільно застосування реклами таких видів:

- розміщення біг-бордів та сітілайтів;
- банерна реклама в центрі міста;
- реклама на місцевому телебаченні та радіо (періодично);
- реклама на транспорті;
- розкрутка сайту;
- реклама на інформаційних Інтернет порталах.

Активне впровадження кожного виду реклами передбачає подачу необхідної інформації у вигляді рекламного звернення чи буклету із зображеннями інтер'єру та екстер'єру закладу, логотипу із інформаційними даними розташування готелю «Тернопіль», фірмовою емблемою, які зібрано і представлено у додатках А-К у якості збірки рекламно-інформаційного повідомлення для потенційних клієнтів.

Наприклад, рекламні блоки на сторінках журналів, традиційний вид, який використовується багатьма конкурентами. Для вирізнення інформації про продукцію та послуги ПрАТ «Тернопіль-готель» потрібно:

1. В центрі рекламного повідомлення (на сторінку) розмістити логотип фірми і навколо нього якісні фотографії головних світлин закладу: вестибюль, рецепція, номерний фонд, конференц-зал, ресторан «Тернопіль», ресторан «Панорама та ін. з короткими влучними фразами чи рекламними гаслами, які приваблюють клієнтів.

2. Підбирати фон, на якому буде розміщена рекламна інформація під тематику певного журналу чи довідника з реклами закладів Тернопілля з використанням елементів успіху та позитивних емоцій.

3. Концентрувати увагу на іміджі та діловій репутації підприємства на ринку надання готельних послуг регіону.

З метою активізації рекламної діяльності для покращення існуючого стану досліджуваного підприємства пропонуємо наступний проект рекламних заходів та розрахунок бюджету по ньому.

Таблиця 3.9

Прогнозований бюджет рекламних заходів та їх економічна ефективність
на 2022 рік

Засіб реклами	Витрати на рекламу, грн.	Очікуваний прибуток від реклами, грн.	Економічна ефективність реклами
Реклама на радіо	15000	42543	2,84
Трансляція рекламного ролика на телебаченні	10000	32650	3,26
Розміщення реклами на біг-бордах	8000	23200	2,9
Реклама на громадському транспорті	10000	32650	3,2
Реклама на інформаційних Інтернет порталах	12000	30700	2,56
Разом	55000	138 543	11,56

З таблиці 3.9 видно, що витрати на засоби реклами у 2022 році для підприємства будуть становити 55000 грн., звичайно, що це невеликий бюджет, але однак більший вдвічі від попередніх років. На наступний рік витрати на рекламу є меншими, ніж прогнозований дохід та очікуваний прибуток, отже, запропоновані засоби реклами нам підходять для реалізації. Загальна ефективність усіх рекламних заходів складе близько 12%.

Щодо транслявання рекламних роликів на телебаченні, то їх слід прокручувати двічі на день: в обідній та вечірній час, прокручування реклами у транспортних засобах міста повинно відбуватись протягом робочого дня.

Таким чином, ефективна рекламна кампанія для підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» зумовить збільшення кількості клієнтів, підвищення конкурентоспроможності і як наслідок отримання підприємством більших прибутків, а також дасть змогу привернути нових інвесторів та підвищить його інвестиційну привабливість на ринку надання готельних послуг.

РОЗДІЛ 4

БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ

4.1. Поняття безпеки та небезпеки в діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель»

Якщо розглядати таке явище як безпека, то слід окреслити принаймні чотири її суттєві ознаки:

- універсальність: безпека турбує всіх людей, оскільки має загальні загрози нормальному життю;

- взаємозалежність складників: безпека нині більше не стосується тільки окремої людини, соціальної групи чи навіть країни;

- підконтрольність розвитку подій: про безпеку можна говорити тільки тоді, коли та чи інша небезпека виявляється на ранніх стадіях виникнення. Значно дешевше і гуманніше діяти на ранніх етапах і діяти відповідно з розвитком подій, ніж пускати події на самоплив;

- проблемність людського життя, яка не дає змоги повністю розв'язати проблему безпеки особи, домагатися абсолютної ліквідації небезпеки. Усіляка діяльність потенційно небезпечна, тому що завжди несе деякий ризик.

Виходячи з розглянутого, можна зазначити, що безпечна життєдіяльність – це складна система, яка здатна забезпечити і підтримати в середовищі буття певні умови життя та всі види діяльності людей.

До факторів, що забезпечують безпеку життєдіяльності, необхідно віднести екологічні, фізіологічні, медичні, виробничо-побутові, правові та інші, при яких забезпечується і підтримується повноцінне життя і діяльність людей.

Небезпека для життя людини може виникнути як при надзвичайних ситуаціях, так і при звичних умовах буття, тому проблема забезпечення безпеки життєдіяльності має бути забезпечена як у нормальних умовах середовища життя, так і в надзвичайних умовах.

До першої групи можна віднести вирішення таких проблем як:

- охорона здоров'я;
- охорона прав людини та громадського порядку;
- охорона праці;
- захист навколишнього природного середовища.

До другої групи можна віднести вирішення проблем, які виникають при надзвичайних ситуаціях:

- захист населення в надзвичайних ситуаціях;
- запобігання або зниження наслідків надзвичайних ситуацій.

Щодо основних небезпек, з якими може зіткнутися у процесі своєї діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель» – це витік та вплив на навколишнє середовище та здоров'я людей небезпечних речовин.

4.2. Організація охорони праці на підприємстві ПрАТ «Тернопіль-готель»

Згідно з Законом України «Про охорону праці», служба охорони праці створюється для організації виконання правових, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних, соціально-економічних та лікувально-профілактичних заходів, спрямованих на запобігання нещасним випадкам, професійним захворюванням та аваріям в процесі праці.

Відповідно до цілей даного положення, служба охорони праці вирішує наступні завдання:

- 1) забезпечення безпеки виробничих процесів, устаткування, будівель та споруд;
- 2) забезпечення працюючих засобами індивідуального та колективного захисту;
- 3) професійної підготовки та підвищення кваліфікації працівників з питань охорони праці, пропаганди безпечних методів праці;
- 4) вибору оптимальних режимів праці та відпочинку працюючих;

5) професійного добору виконавців для визначених видів робіт.

Перевірка знань з питань охорони праці працівників служби охорони праці проводиться у встановленому порядку до початку виконання ними своїх функціональних обов'язків та періодично один раз на три роки.

Працівники служби охорони праці досліджуваного підприємства у своїй діяльності керуються законодавством про працю, міжгалузевими та галузевими нормативними актами з охорони праці та положенням про службу охорони праці. Дана служба організовує та контролює всю роботу в сфері охорони праці на підприємстві. Вона виконує свої функції під керівництвом директора підприємства. Її чисельність та структура залежить від чисельності та характеристики вибухо-пожежо-небезпечності підприємства. Відділ та бюро комплектуються працівниками з вищою або середньою спеціальною освітою, які мають стаж роботи не менше трьох років.

У складі досліджуваного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» функціонує служба охорони праці, яку очолює інженер по охороні праці, що підпорядковується безпосередньо директору підприємства. Згідно вимог «Типового положення...» даний працівник має вищу освіту. Відповідно він має право видавати керівникам усіх структурних підрозділів підприємства обов'язкові для виконання приписи, щодо усунення наявних недоліків. Припис спеціаліста з охорони праці, у тому числі про зупинення робіт, може скасувати в письмовій формі лише посадова особа, якій він підпорядковується.

Інженер з охорони праці ПрАТ «Тернопіль-готель» вирішує такі завдання:

- 1) забезпечення безпеки виробничих процесів, устаткування, будівель та споруд;
- 2) забезпечення працівників засобами індивідуального та колективного захисту;
- 3) професійної підготовки та підвищення кваліфікації працівників з питань охорони праці, пропаганди безпечних методів праці;
- 4) вибору оптимальних режимів праці та відпочинку працівників;

5) професійного добору виконавців для визначених видів робіт.

Служба охорони праці досліджуваного товариства виконує такі основні функції:

1) опрацьовує ефективну цілісну систему управління охороною праці, сприяє удосконаленню діяльності у цьому напрямку кожного структурного підрозділу та кожної посадової особи;

2) проводить оперативно-методичне керівництво роботою з охорони праці;

3) складає разом зі структурними підрозділами підприємства комплексні заходи щодо досягнення встановлених нормативів безпеки, гігієни праці та виробничого середовища, а також розділ «Охорона праці» у колективному договорі;

4) проводить для працівників вступний інструктаж з питань охорони праці;

5) організовує забезпечення працюючих правилами, стандартами, нормами, положеннями, інструкціями та іншими нормативними актами з охорони праці;

6) проводить паспортизацію цехів, діляниць, робочих місць щодо відповідності їх вимогам охорони праці;

7) забезпечує облік та аналіз нещасних випадків, професійних захворювань та аварій, а також шкоди від цих подій;

8) організовує підготовку статистичних звітів підприємства з питань охорони праці;

9) бере участь у розслідуванні нещасних випадків та аварій;

10) бере участь у роботі комісії по введенні в дію будівництвом, реконструкцією або технічним переозброєнням об'єктів виробничого та соціального призначення, а також у роботі постійно діючої комісії з питань атестації робочих місць за умовами праці;

11) розглядає факти наявності виробничих ситуацій, небезпечних для життя чи здоров'я працівників або людей, які їх оточують та навколишнього

природного середовища, у випадку відмови з цих причин працівників від виконання дорученої їм роботи;

12) контролює дотримання чинного законодавства, міжгалузевих, галузевих та інших нормативних актів, виконання працівниками посадових інструкцій з питань охорони праці, виконання приписів органів державного нагляду, пропозицій та подань уповноважених трудових колективів та профспілок з питань охорони праці;

13) контролює використання праці неповнолітніх, жінок та інвалідів згідно з діючим законодавством.

Служба охорони праці ПрАТ «Тернопіль-готель» співпрацює з комісією охорони праці профспілкового комітету, технічним інспектором праці, органами державного нагляду. Свою роботу вона виконує згідно плану, який складається на рік, квартали та затверджується головою правління підприємства. Одним із її найважливіших обов'язків є керівництво роботою по підготовці спільного з колективом підприємства комплексного плану покращення умов, охорони праці та санітарно-оздоровчих заходів, які являються складовою частиною плану соціального розвитку підприємства.

Служба охорони праці проводить також ввідний інструктаж для осіб, які йдуть працювати на підприємство, контролює своєчасність та якість проведення інших інструктажів по безпеці праці, їх реєстрацію, перевіряє знання по охороні праці у працівників підприємства. Дана служба також бере участь у розслідуванні нещасних випадків, аналізує їх причини, веде облік та реєстрацію нещасних випадків, контролює реалізацію профілактичних заходів, складає щорічні звіти про потерпілих при нещасних випадках, розподіляє нещасні випадки по причинах, витратах на заходи по охороні праці.

ВИСНОВКИ

Підприємства готельного господарства, як і всі інші, – це відкриті (дифузні) системи, які є досить чутливими до дії факторів зовнішнього середовища. Тому інвестиційний клімат та ефективність їх функціонування значною мірою визначатиметься швидким реагуванням на зміни зовнішнього середовища.

Проаналізувавши у першому розділі роботи економічну сутність інвестицій та процесів інвестування для забезпечення розвитку підприємства готельно-ресторанної сфери слід зазначити, що даним закладам необхідно розробляти власні методики для оцінювання інвестиційної привабливості, механізми та алгоритми управління ризиками, щоб запобігти потенційним втратам та не погіршити свій фінансовий стан.

У процесі дослідження теоретико-методичних основ даної проблематики обґрунтовано визначення інвестиційної привабливості підприємства як набору характеристик його фінансово-господарської та управлінської діяльності для забезпечення перспектив розвитку та можливостей залучення інвестиційних ресурсів.

Результати дослідження фінансово-економічних показників та фінансового стану ПрАТ «Тернопіль-готель» засвідчили негативну динаміку та зниження основних показників, що характеризують інвестиційну привабливість досліджуваного підприємства упродовж аналізованих 2019-2020 років. Зокрема, спостерігається зниження активів, доходів від реалізації продукції та послуг, валового та чистого прибутку підприємства.

При цьому, як показали проведені дослідження, підприємство має достатню фінансову стійкість орієнтуючись на власний капітал, високими (хоча і знижуються) є показники ліквідності та ділової активності, низькими є чистий прибуток та показники рентабельності господарської діяльності підприємства.

Оцінка ефективності комунікаційної політики ПрАТ «Тернопіль-готель» є етапом планування програми просування її продукції на ринку. Отримати

інформацію про доцільність програми просування та результативність її окремих засобів, визначити умови їх оптимального впливу на потенційних покупців можна лише при налагодженому обліку ефективності основних її елементів, таких, як реклама та стимулювання збуту. Абсолютно точно визначити ефективність окремих засобів реклами в основному неможливо, проте виправдовують себе навіть приблизні розрахунки.

Позитивними економічними наслідками реклами вважають такі: обіг (збільшення обсягу продажу в натуральному та грошовому виразі), прибуток, а також збільшення частки ринку. У той же час, обсяг збуту продукції залежить від багатьох факторів, а зростання обсягу продажу не починається миттєво з появою рекламного звернення і не закінчується одночасно із завершенням рекламної компанії.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Закон України “Про безпечність та якість харчових продуктів” від 23 грудня 1997 р. № 771/97-ВР // Відомості Верховної Ради України, 1998. № 19. Ст. 98.
2. Закон України “Про власність” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 1991. № 20. Ст. 249.
3. Закон України “Про конкуренцію” // Відомості Верховної Ради України, 1997. № 36. Ст. 167.
4. Закон України «Про інвестиційну діяльність в Україні» // Відомості Верховної Ради. 1991. № 47.
5. Закон України “Про інноваційну діяльність” // Відомості Верховної Ради України, 2002. № 36. Ст. 266 (поточна редакція від 05.12.2012).
6. Закон України “Про охорону навколишнього середовища” // Відомості Верховної Ради України, 1991. № 41. Ст. 546.
7. Закон України “Про підприємництво” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 1991, № 14. Ст. 168 (втратив чинність, окрім ст. 4).
8. Закон України “Про підприємства” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 1991, № 24. Ст. 272.
9. Закон України “Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2004. № 9. Ст. 79.
10. Андрушків Б. М. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту: методичні положення та приклади, механізми: друге вид., перероб. і доп. Тернопіль: Лілея, 1997. 292 с.
11. Аптекарь С. Оцінка ефективності інвестиційних проектів // Економіка України. 2007. № 1. С. 42–49.
12. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури; Фірма “Інкос”, 2007. 280 с.

13. Байлик С.І. Готельне господарство. Обладнання. Євроремонт. Експлуатація. К.: Дакор; Вира-Р, 2003. 334 с.
14. Базилінська О. Я., Мініна О. В. Мікроекономіка : навч. посібник. К. : ЦУЛ, 2015. 352 с.
15. Банько В. Г. Будівлі, споруди та обладнання туристських комплексів: навч. посібн. К.: Дакор, 2008. – 328 с.
16. Бланк И.А. Управление инвестициями предприятия. К.: Ника-Центр, 2003. 408 с.
17. Бень Т. Методи визначення економічної ефективності інвестицій: порівняльний аналіз // Економіка України. № 6. 2006. С. 41–46.
18. Бліщук К. Вплив інвестиційно-інноваційного чинника на вирівнювання розвитку регіонів // Ефективність державного управління. 2017. Вип. 29. С. 357–364.
19. Боди З., А. Кейн, А. Дж. Маркус Принципы инвестиций 4-е изд. Вильямс, 2012. 982 с.
20. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2012. Вип. 1(2). С. 331–338.
21. Бутко М. П. Сучасна проблематика оцінки інвестиційної привабливості регіону та окремих галузей економіки // Економіка України. 2005. № 11. С. 30–37.
22. Ванієва А. Р. Методичні засади економічної оцінки виробничо-ресурсного потенціалу господарської діяльності // Агросвіт. 2013. № 9. С. 50-53.
23. Гальчинський А.С. Основи економічних знань: навч. посіб. К.: Вища школа, 2009. 225 с.
24. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємництва: діагностика, стратегія, ефективність. К.: Вища школа, 2012. 205 с.
25. Горник В. Г. Дацій Н. В. Інвестиційно-інноваційний розвиток промисловості. К. : Вид- НАДУ, 2005. 198 с.

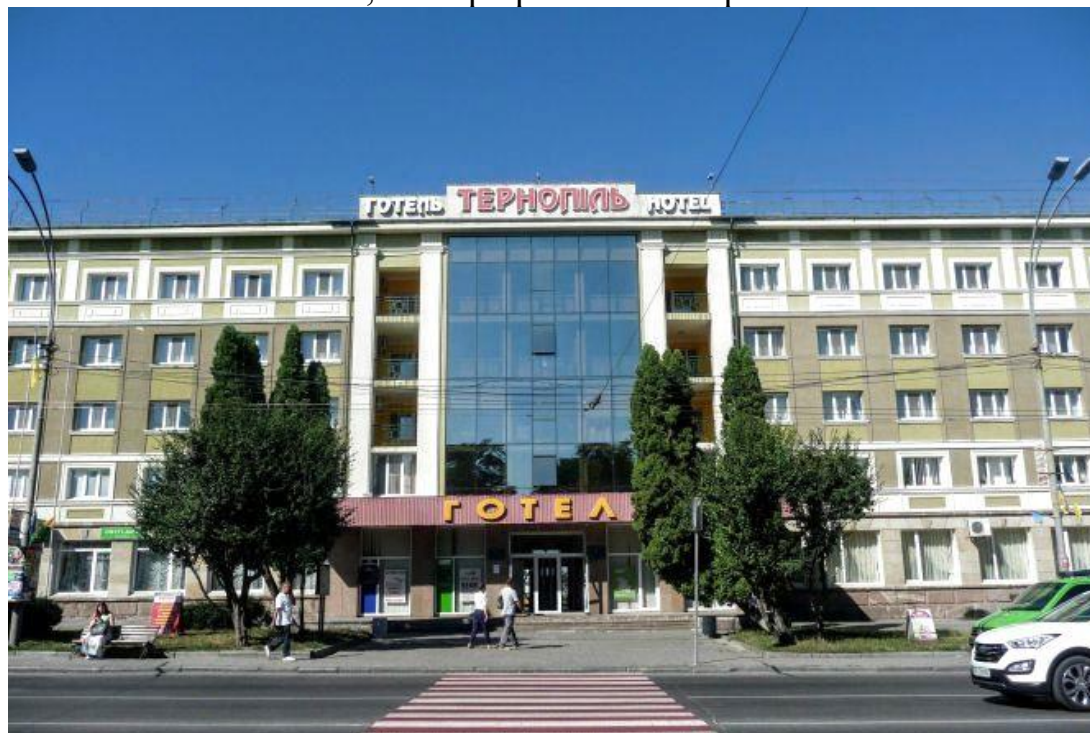
26. Гринчуцький В. І. Регіональні аспекти інвестиційної політики // Збірник наукових праць Буковинського університету. 2007. Вип. 13. № 2. С. 54–66.
27. Довбенко В.І., Мельник В.М. Потенціал і розвиток підприємства: навчальний посібник . 2-е вид., випр. і доп. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 232 с.
28. Дейниченко Г. В., Ефимова В. А., Оборудование предприятий питания: справочник. Ч. 3. – Х.: ДП ред. “Мир техники и технологи”, 2005. 456с.
29. Дем’яненко І. В. Інвестиційно-інноваційний чинник економічного зростання // Актуальні проблеми економіки. 2007. № 11. С. 3–11.
30. Долан Э. Дж., Линдсей Д. Е. Макроэкономика; пер. с англ. В. В. Лукашевич и др. К., 2004. 402 с.
31. Должанський І. З. Управління потенціалом підприємства : навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2011. 362 с.
32. Друкер П.Ф. Рынок: как выйти в лидеры. Буксембер Интернешенл, 1992. 458 с.
33. Зернюк О. В., Заїка О. С. Оцінка інвестиційно-інноваційної діяльності на підприємствах харчової промисловості // Экономика и управление. 2012. № 3. С. 101–107.
34. Іляш О. І., Клепцова Ю. Б, Чергава К. Ю. Інвестиційно-інноваційна активність малих підприємств // Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип.29.3. С. 139–142.
35. Інвестиційно-інноваційний термінологічний словник за ред. Н. І. Редіна. Дніпропетровськ: ДДФА. 2004. 124с.
36. Кириченко О. А., М. П. Денисенко, А. П. Гречан. Реструктуризація промисловості в умовах інвестиційно-інноваційного розвитку економіки : монографія. К. : ТОВ «Дорадо-друк», 2009. 719 с.
37. Котлер Ф., Боузн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг : учебник для вузов, перевод с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. ЮНИТИ, 1998. 648с.

38. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Економікс: принципи, проблеми і політика: доповнене 14-е видання. ІНФРА-М, 2013. 972 с.
39. Михайловська О.В. Сучасний стан інвестиційної привабливості України : Електронний ресурс // Збірник наукових праць Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. 2010. С. 10. URL: http://www.rusnauka.com/14_nprt_2010/economics/66417.doc.
40. Маказан Є. В. Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємств харчової промисловості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». К. : НУХТ, 2008 22 с.
41. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: монографія за заг. ред. С. М. Ілляшенка. Суми: Унів. кн., 2006. 728 с.
42. Мартиненко В. П. Інвестиційно-інноваційна політика України – стратегія розвитку «на випередження» // Публічне управління: теорія та практика. 2018. № 2. С. 17–21.
43. Мархайчук М. М. Аналіз методик оцінювання інвестиційної привабливості в контексті інноваційного розвитку підприємств // Маркетинг і менеджмент. 2012. № 4. С. 330–336.
44. Марцин В. С. Організація та проведення оцінки інвестиційного середовища // Економіка, фінанси, право. 2012. № 2. С. 6–12.
45. Оксфордський тлумачний словник : 4-ге вид., переробл. та допов. К., 2008. 656с.
46. Покропивний С.Ф., Новак А. П. Ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства. К.: КНЕУ, 1997. 184с.
47. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2019. 344 с.
48. Офіційний сайт підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель». URL: <http://ternopilhotel.pat.ua/>
49. Словник сучасної економіки Макміллана» за ред. Девіда В.Пірса: вид. доп. 4-те. К.: «АртЕк». 2000. 640 с.

50. Смоляр Л.Г. Дослідження тенденції розвитку кадрового потенціалу на промислових підприємствах України // Економіка та держава. 2008. №5. С. 96 – 99.
51. Толковый словарь «Бизнес та менеджмент» под ред. Д. М. Розенберга. Международные отношения, 2002. 658 с.
52. Толковый экономический и финансовый словарь: в 2-х томах. Т.1: Пер. с фр. И. Бернар, Ж.- К. Колли. Международные отношения, 1997. 784с.
53. Устаткування закладів ресторанного господарства: навч. посіб. для студ. вищих навч. закл., які навчаються за спеціальністю “Технологія харчування”. К.: КНТЕУ, 2005. 256 с.
54. Фатхутдінов Р. А. Управлінські рішення : підручник. К., 2001.
55. Федулова Л.І. Методологічні підходи до оцінки технологічного рівня промислового виробництва // Наука та інновації. 2008. Т 4. № 4. С.65-84.
56. Фінанси та фінансовий аналіз: навч. посібник за заг. ред В. М.Опаріна. 2-ге вид., доп. і перероб. К.: КНЕУ, 2008. 240 с.
57. Черевко О.І., Малюк Л.П., Дейниченко Г.В. Збірник нормативних документів державного регулювання у сфері ресторанного бізнесу. Харків: ПКФ “Фавор ЛТД”, 2013. 402 с.

ДОДАТКИ

Вивіска, екстер'єр готелю «Тернопіль»



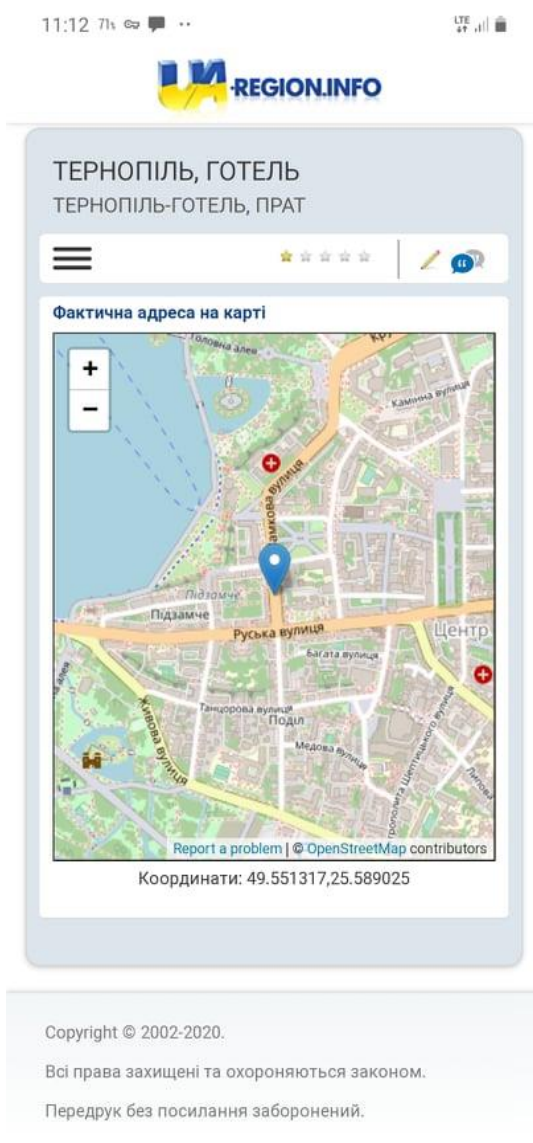
Інформаційні дані, розташування готелю «Тернопіль»



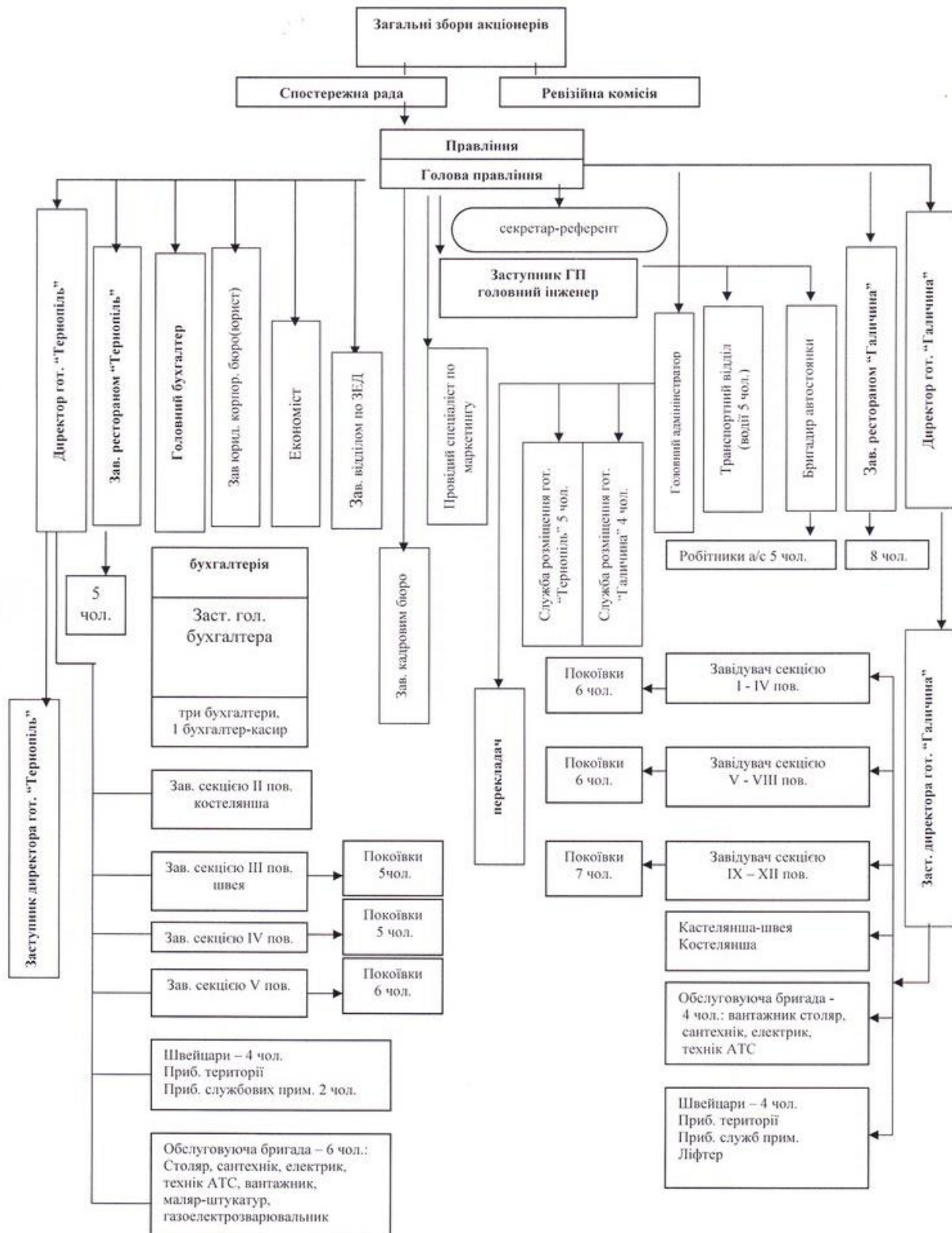
Юридична адреса: 46001, м. Тернопіль, вул. Замкова, 14
Фактична адреса: 46001, м. Тернопіль, вул. Замкова, 14

Телефон основний: (0352) 524263
Телефон бухгалтера: (0352) 433762
Телефони контактні: (0352) 524397, (0352) 521525
Факс: (0352) 433790

Електронна пошта: marketingternopil@gmail.com
Сайт: <http://www.hotelternopil.com/>



Лінійно-функціональна структура управління у готелі «Тернопіль»



Екстер'єр, інтер'єр, ресторану «Тернопіль» при готелі «Тернопіль» [20]



Додаток Д
Екстер'єр, інтер'єр, ресторану «Панорама» на території готелю «Тернопіль»



Конференц-зали, кімната переговорів у готелі «Тернопіль» [20]



Фірмова емблема готелю «Тернопіль» [20]



**Фінансова звітність підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель»
за 2019-2020р.р**

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	Приватне акціонерне товариство "Тернопіль-готель"	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
Територія	ТЕРНОПІЛЬСЬКА	за ЄДРПОУ	2021	01	01
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОАТУУ	14038383		
Вид економічної діяльності	Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування	за КОПФГ	6110100000		
Середня кількість працівників	55	за КВЕД	230		
Адреса, телефон	вулиця Замкова, буд. 14, м. ТЕРНОПІЛЬ, ТЕРНОПІЛЬСЬКА обл., 46001		55.10		
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		0352			
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):					
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			v		
за міжнародними стандартами фінансової звітності					

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на **31 грудня 2020** р.

Форма №1 Код за ДКУД | 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	-	-
накопичена амортизація	1002	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005	5 124	5 618
Основні засоби	1010	22 846	22 472
первісна вартість	1011	39 351	41 172
знос	1012	16 505	18 700
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	231	231
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	28 201	28 321
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	308	298
Виробничі запаси	1101	171	153
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	137	145
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	6 197	6 084
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	677	180
з бюджетом	1135	750	941
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1	2
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	394	135
Готівка	1166	223	96
Рахунки в банках	1167	171	39
Витрати майбутніх періодів	1170	4	-
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	8 331	7 640
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	36 532	35 961

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 461	1 461
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	5 884	5 884
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	15 240	15 289
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	22 585	22 634
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	449	638
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	449	638
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	449	638
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	2 795
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	13 239	8 987
розрахунками з бюджетом	1620	20	345
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	6	30
розрахунками з оплати праці	1630	136	129
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	91	394
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	6	9
Усього за розділом III	1695	13 498	12 689
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	36 532	35 961

Керівник



Головний бухгалтер

Stylized signature of Stanislav Holovko

Головко Станіслав Миколайович

Мельник Олександр Євгенійович

1 Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство Приватне акціонерне товариство "Тернопіль-готель"

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

КОДИ

2021 01 01

14038383

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за Рік 2020 р.

Форма N2 Код за ДКУД **1801003**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8 481	21 551
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховання	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(10 814)	(17 666)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	-	3 885
збиток	2095	(2 333)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	-	-
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(2 339)	(2 629)
Витрати на збут	2150	(239)	(396)
Інші операційні витрати	2180	(128)	(198)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	-	662
збиток	2195	(5 039)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	-	-
Інші доходи	2240	5 756	7
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(490)	(-)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(57)	(111)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	170	558
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(121)	(438)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	49	120
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	49	120

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	4 116	6 257
Витрати на оплату праці	2505	2 688	3 463
Відрахування на соціальні заходи	2510	588	725
Амортизація	2515	2 258	3 145
Інші операційні витрати	2520	4 417	7 410
Разом	2550	14 067	21 000

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	5842908	5842908
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	5842908	5842908
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,00839	0,02054
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0,00839	0,02054
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-



Керівник
Головний бухгалтер

Мельник
[Signature]

Головко Станіслав Миколайович

Мельник Олександр Євгенійович

