

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Технології Digital-бронювання послуг суб'єкта готельного бізнесу

Студента 3 курсу, 7_с групи
спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньої програми
«Готельно-ресторанна справа»

Артеменко Віолета
Віталіївна

Науковий керівник
д.е.н., проф.

Босовська Мирослава
Веліксівна

Гарант освітньої програми
к.е.н., доц.

Расулова
Алла
Миколаївна

Київ 2023

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**Факультет** ресторанно-готельного та туристичного бізнесу**Кафедра** готельно-ресторанного бізнесу**Спеціальність** 241 «Готельно-ресторанна справа»**Спеціалізація** «Готельно-ресторанна справа»**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри

готельно-ресторанного бізнесу

проф. _____

М.Г. Бойко

« ____ » _____

2022 р.

ЗАВДАННЯ

на випускну кваліфікаційну роботу студентіві

Артеменко Віолета Віталіївна*(прізвище, ім'я, по батькові)*

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Технології digital-бронювання послуг суб'єкта готельного бізнесу «Україна», м.Київ»

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2417.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 27 січня 2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад digital-бронювання послуг суб'єкта готельного бізнесу

Об'єкт дослідження – процеси бронювання послуг суб'єкта готельного бізнесу.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення технологій digital-бронювання послуг суб'єкта готельного бізнесу.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ТЕХНОЛОГІЙ DIGITAL-БРОНЮВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ «УКРАЇНА», М. КИЇВ

- 1.1. Концептуальна характеристика діяльності готелю «Україна» на ринку м. Київ
- 1.2. Оцінка технологій Digital-бронювання послуг готелю «Україна»

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ DIGITAL-БРОНЮВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ «УКРАЇНА», М.КИЇВ

- 2.1. Організаційні аспекти технологій digital-бронювання послуг готелю «Україна», м.Київ
- 2.2. Впровадження технологій digital-бронювання послуг готелю «Україна», м.Київ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	факт
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 р.- 29.09. 2022 р.	01.09.2022 р.- 29.09. 2022 р.
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.
4	Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 20.11.2022 р.	до 20.11.2022 р.
5	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	21.11.2022 р.- 09. 01. 2023 р.	21.11.2022 р.- 09. 01. 2023 р.
8	Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях	10.01.2022 р. - 12.01.2023 р.	10.01.2022 р. - 12.01.2023 р.
9	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.
10	Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	18.01.2023 р	18.01.2023 р
11	Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	19.01.2023 р. 26.01.2023 р	19.01.2023 р. 26.01.2023 р
12	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до розкладу	Відповідно до розкладу

6. Дата видачі завдання «1» жовтня 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, д.е.н, проф _____

(підпис)

М.В. Босовська
(ініціали, прізвище)

8. Гарант освітньої програми, к.е.н, доц. _____

(підпис)

А.М. Расулова
(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник _____

(підпис)

В.В.Артеменко
(ініціали, прізвище)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Керівник випускної
кваліфікаційної роботи

М.В. Босовська

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми

А.М. Расулова

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Завідувач кафедри

М.Г. Бойко

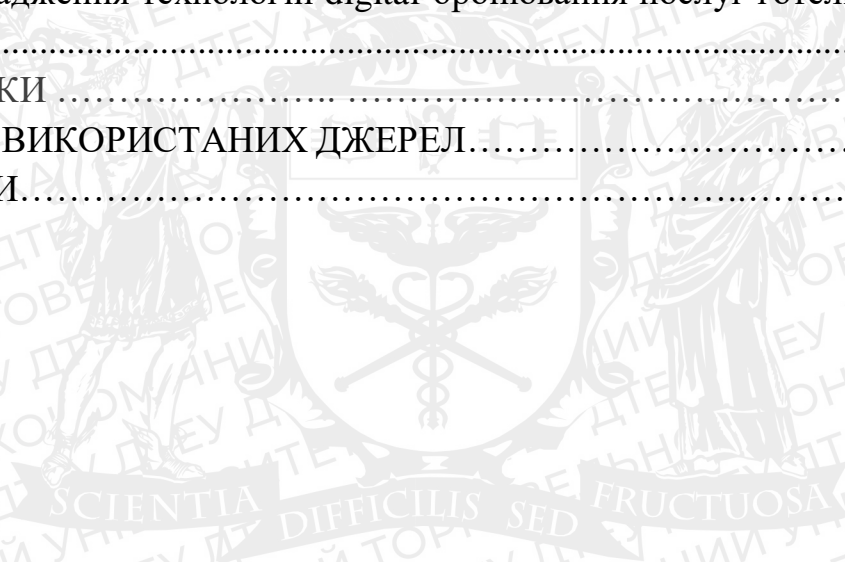
(підпис)

(ініціали, прізвище)

« _____ » 2022 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ТЕХНОЛОГІЙ DIGITAL-БРОНЮВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ «УКРАЇНА», М. КИЇВ.....	10
1.1. Концептуальна характеристика діяльності готелю «Україна» на ринку м. Київ	10
1.2. Оцінка технологій Digital-бронювання послуг готелю «Україна».....	18
РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ DIGITAL-БРОНЮВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ «УКРАЇНА», М.КИЇВ.....	25
2.1.Організаційні аспекти технологій digital-бронювання послуг готелю «Україна», м.Київ.....	25
2.2.Впровадження технологій digital-бронювання послуг готелю «Україна», м.Київ.....	32
ВИСНОВКИ	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	39
ДОДАТКИ.....	42



ВСТУП

Актуальність теми. Готельний бізнес важливу складову займає в складі туристичної індустрії, а також в секторі вітчизняної економіки. Фундаментально готельний бізнес призначений для розміщення туристів, відповідно якісний підхід до бронювання і сервіс складає основу для вибору того чи іншого готелю. Разом із цим, процес бронювання не завжди може викликати у відвідувачів задоволення, оскільки попереднє замовлення місць і номерів у готелі повинно бути швидким, відкритим і комунікаційним. Безліч суб'єктів готельного бізнесу відкрито нехтують інноваційними системами бронювання, в результаті чого виникають негативні відгуки, низькі оцінки на сайтах і відповідно падіння продажу послуг. Також процес бронювання досить часто включає перший контакт між клієнтом і готелем, відповідно чим доступніший і простіший для потенційних клієнтів є процес бронювання тим більшу кількість цільової аудиторії можна буде залучити і відповідно отримати прибуток.

Рівень дослідженості теми. Питанням впровадження інноваційних діджитал систем бронювання у роботу суб'єктів готельного бізнесу приділено увагу таких іноземних авторів як: Alpi, K. M., & Evans, J. J. [14], Alqershi, N.[15], Bauman, A. [16], Berawi, M. A. [17], Chatterjee, S. [18], Choi, W., & Burnes, B. [19], Du, R. Y., Netzer, O. [20], Gupta, S. [21], Herhausen, D. [22], Hoang, H. G. [23], Hollebeek, L. D., & Macky, K. [24].

Наукові розробки, присвячені дослідженню особливостей впровадження digital-технологій у підприємствах готельного бізнесу, належать таким вітчизняним науковцям, як: Гордієнко Т.В. [1], Коваленко Н.О.[2], Ковальчук Т. Г. [3,], Кучеренко К. В. [4], Ляпіна І.Ю. [5], Мельниченко С.В.[6], Рябенка М. О. [7], Федосова К. С.[8], Халілова-Чуваєва Ю.А.[9], Шаповалова О.М.[10], Шикіна О.В.[11].

Однак, стверджувати про цілковите вирішення питання впровадження digital-технологій навіть за наявності значної кількості наукових розробок, не можна. Це ще раз підкреслює актуальність та важливість теми дослідження.

Метою роботи є розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад digital-бронювання послуг суб'єкта готельного бізнесу

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд наукових завдань:

- надати концептуальну характеристику діяльності готелю «Україна» на ринку м.Київ;
- оцінити технологій digital-бронювання послуг готелю «Україна»;
- дослідити організаційні аспекти технологій digital-бронювання послуг готелю «Україна», м.Київ;
- запровадити технології digital-бронювання послуг готелю «Україна», м.Київ.

Об'єкт дослідження – процеси з бронювання послуг суб'єкта готельного бізнесу.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення технологій digital-бронювання послуг суб'єкта готельного бізнесу.

Методи дослідження. У роботі використані такі способи і прийоми наукових досліджень: статистичні спостереження – для встановлення динаміки окремих показників, аналіз і синтез – для структуризації підходів до класифікації, порівнянь, групування, типізації – для порівняльного аналізу, анкетування – з метою дослідження особливостей внутрішніх комунікацій у підприємства ресторанного господарства, метод експертних оцінок – для оцінювання ефективності впровадження комунікаційних прийомів.

Інформаційна база. Основними інформаційними джерелами, що були використані в процесі виконання випускної кваліфікаційної роботи, є матеріали, наведені в вітчизняній та закордонній науковій спеціалізованій літературі, законодавчих та нормативних актах, наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, мережі Інтернет, статистичні дані Державної служби статистики України, внутрішня звітність готелю «Україна» та матеріали з соціальних мереж закладу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні положень, висновків та рекомендацій, що можуть бути методичною основою для впровадження digital-технологій в концепцію бронювання.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел із 25 найменувань та додатків. Загальний обсяг роботи становить 49 стор., на яких представлено 7 таблиць та 8 рисунків.



РОЗДІЛ 1

ДІАГНОСТИКА ТЕХНОЛОГІЙ DIGITAL-БРОНЮВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ «УКРАЇНА», М. КИЇВ

1.1. Концептуальна характеристика діяльності готелю «Україна» на ринку м. Київ

Характеризуючи роботу досліджуваного готелю «Україна» на ринку в м.Київ зазначимо, що він функціонує на основі власного статуту. В цьому статуті сформована низка положень для власної роботи, згідно якої виконуються всі концептуальні функції готелю. Діяльність готелю «Україна» пов'язана з:

- наданням послуг для розміщення гостей і туристів;
- наданням ресторанних послуг;
- наданням послуг перукарнями і салонами краси;
- діяльності спрямованої на отримання комфорту відвідувачами.

Для відображення внутрішньої складової роботи готелю «Україна» відобразимо організаційну структуру на рис.1.1.

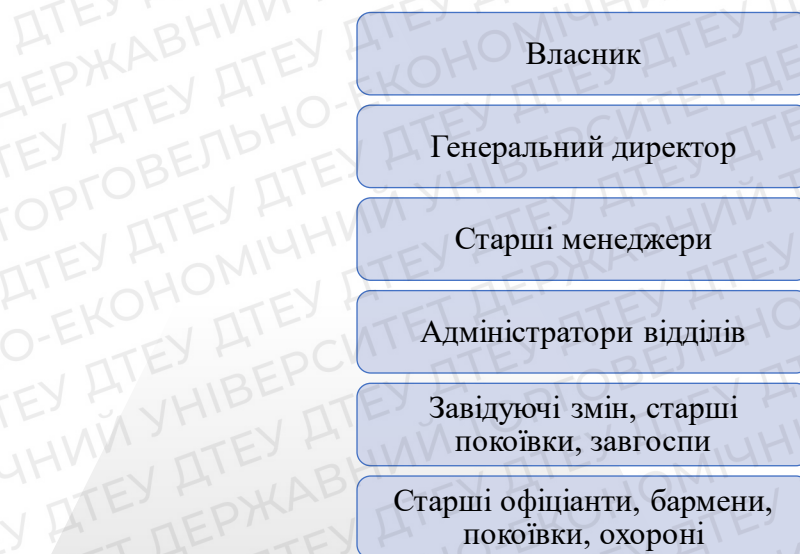


Рис. 1.1. Організаційна структура готелю «Україна»

Джерело: сформовано автором

Генеральний директор – це вищий орган управління в готелі, йому звітують всі працівники підрозділів готелю.

Наступною ланкою управління підприємства є старші менеджери. Вони відповідають за загальну роботу комплексу, контролюють роботу всіх відділів та звітують про роботу генеральному директору та власникам підприємства. Також керують та кооперують роботу функціональних відділів готелю «Україна».

Старші менеджери відповідають за злагоджену роботу всіх частин готелю. Їм звітують: адміністратори готелю, ресторану, та зон відпочинку. Загальна кількість адміністраторів в готелі дорівнює 4 працівників. Адміністратори відповідно контролюють роботу покоївок, охоронців, кухарів, офіціантів, персоналу з обслуговування і т. д.

До ланок управління готелю «Україна» відносяться структурні підрозділи, окремі фахівці, які виконують функції управління або частину їх і менеджери, що здійснюють регулювання та координацію діяльності декількох структурних підрозділів. Зв'язкам між відділами властивий горизонтальний характер. Виробнича структура готелю визначається розміром готелю, його особливостями, місцем розташування, сезонністю роботи та іншими факторами. Готель в своєму складі має такі служби: служба прийому та розміщення в готелі та поверхова служба, служба ресторанного господарства, допоміжні служби. Найбільш важливими є дві головні послуги: безпечне і комфортне проживання та якісне харчування.

Організаційно-обслуговуючий підрозділ служби харчування очолює адміністратор ресторану, якому підпорядковуються офіціанти, бармени.

Щодо організаційної структури допоміжних служб готелю, зазначимо, що до них входять:

- *комерційна служба*, яка займається питаннями перспективного та оперативного планування, маркетингом, аналізом результатів господарської і фінансової діяльності для досягнення основної мети забезпечення рентабельності готельного підприємства в цілому. Її очолює бухгалтер – економіст.

- *служба безпеки*, до складу якої входять охоронники та паркувальники. Вона гарантує особисту безпеку гостей і збереження їх власності.

- *технічна (інженерна) служба*, що представлена технічними працівниками. Технічний відділ відповідає за підтримання складних систем в робочому стані і їх ремонт. Технічною службою теж керує заступник директора з організації обслуговування гостей.

- *спортивно-оздоровча служба (тренажерний зал та басейн)*, до якої входять: спортивний тренер, масажист і лікар. Працівники цієї служби забезпечують якісне обслуговування гостей у готельних приміщеннях фізкультурно-оздоровчого призначення. Інші служби готелю виконують функцію підтримки основної діяльності готелю. Основними завданнями служби прийому та обслуговування є прийом та реєстрація гостей, їх розміщення в заброньованих і підготовлених до заселення номерах та обслуговування.

Організація проживання є основною ланкою технологічного процесу прийому та обслуговування в готелі «Україна» і складається з переліку послідовних етапів, що зображуємо у вигляді ланцюга (рис. 1.2).

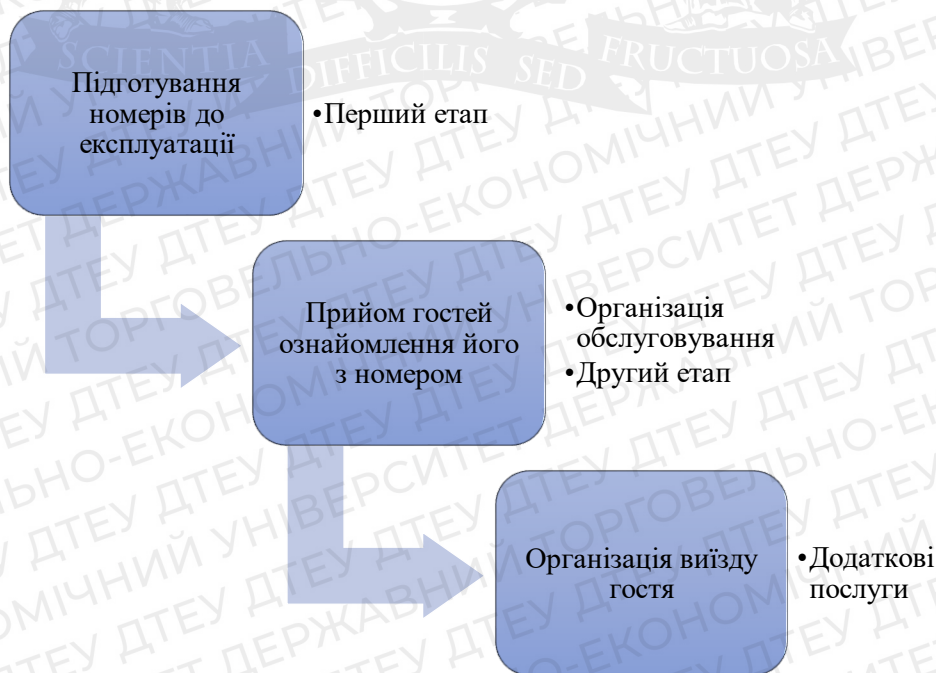


Рис. 1.2. Процес прийому і обслуговування гостей в готелі «Україна»

Джерело: сформовано автором

До прийому існуючих гостей можуть також бути включені зустрічі гостей на поверхах, допомога їм у розміщенні, ознайомча процедура відвідувача з номером і його обладнання. Відвідувачів готелю «Україна», що замовили номер вищого класу супроводжують прямо до нього, відчиняючи двері і пояснюють як користуватись ключем. Також може контролюватись доставка самого багажу на поверхах. Відвідувачі готелю «Україна» можуть бути не лише вітчизняними, а і іноземними. Разом з цим можуть бути відвідувачі, що приїхали з інших міст і перебувають досить тривалий час далеко від власної домівки, або ті що перебуваючи у місті цінують домашній затишок і відповідно до цього звертаються до готелю «Україна». Для висвітлення характеристики роботи готелю «Україна» на рис.1.3. відобразимо галузевий розподіл відвідувачів по готелю станом на 2022 рік.

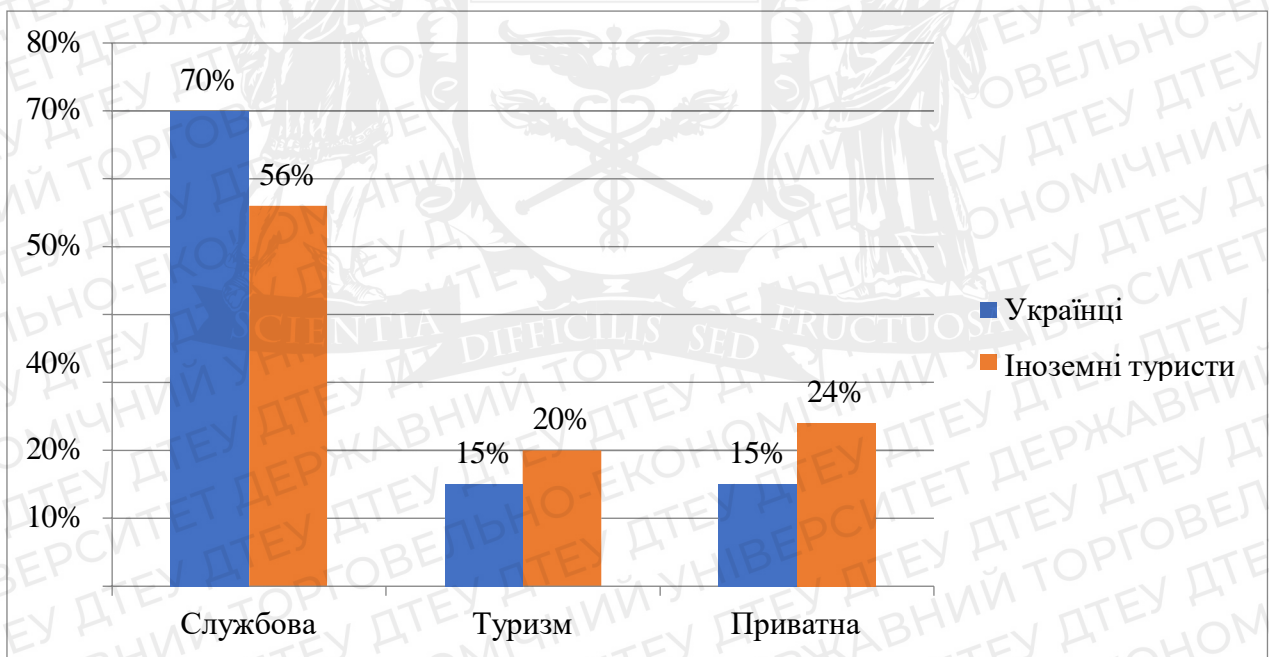


Рис. 1.3. Розподіл відвідувачів і гостей в готелі «Україна» відповідно до цілей поїздки

Джерело: сформовано автором

Відповідно до цього зазначимо, що основну частину відвідувачів складає цільова аудиторія, що приїхали по власним справам службового характеру або у відрядження. Найменша частка поїздок є приватною.

Варто зазначити, що при проживанні в готелі «Україна» клієнти платять тільки за номер, при тому що харчування входить у вартість. Це зроблено завдяки тому, що в багатьох європейських готелях діє система комерційного обслуговування. Ці системи заохочують додаткові послуги та цінові знижки, використовуючи різні методи.

Додатково зазначимо, що в готелі «Україна» існує власна база даних до якої заносять відвідувачів і фіксують гостей, що перебували протягом останніх років. Постійним відвідувачам готелю «Україна» надається низка знижок на проживання і додаткові послуги. Готель «Україна» при цьому має власний інтернет-сайт, де відвідувач може ознайомитись з готельною мережею, переглянувши які є номери в готелі і за можливості забронювати номер в ньому.

Перед початком дослідження системи бронювання готелю «Україна» важливо звернути увагу на економічну характеристику, для цього сформуємо табл.1.1., де проаналізуємо динаміку основних показників протягом 2018-2020 років.

Таблиця 1.1

Фінансова звітність готелю «Україна» за 2018-2020 рр.

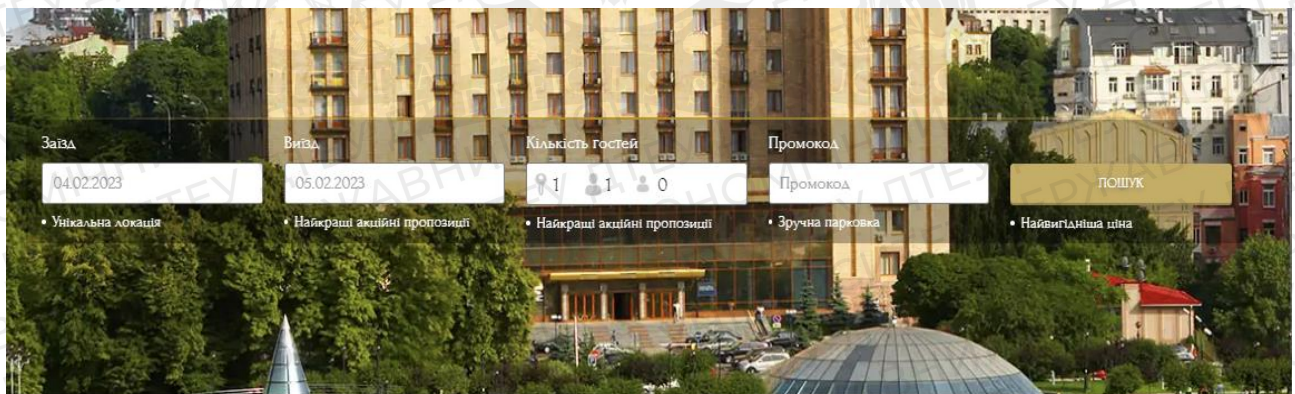
Показники	Значення статті по роках, млн. грн.			Абсолютний приріст, млн. грн.		Темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019-2018	2020-2019	(2019/2018-1)100	(2020/2019-1)100
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	148872	144128	34720	-4744	-109408	-3,2	-75,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	(122595)	(111407)	(34732)	11188	76675	-9,1	-68,8
Валовий прибуток	26277	30721	(12)	4444	-30733	16,9	-100
Адміністративні витрати	(20291)	(23176)	(11844)	-2885	11332	14,2	-48,9
Витрати на збут	(4919)	(6216)	(1721)	-1297	4495	26,4	-72,3
Інші операційні витрати	(1680)	(1651)	(1925)	29	-274	-1,7	16,6

Закінчення табл.1.1

Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)	271	289	(14582)	18	-14871	6,6	-5145,7
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	296	314	(14575)	18	-14889	6,1	-4741,7
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	296	314	(14575)	18	-14889	6,1	-4741,7

Джерело: прораховано автором на основі Додатків В,Г,Д

Проводячи аналіз табл.1.1 можна стверджувати, що готель «Україна» має певні тенденції до власного розвитку, безумовно пандемія COVID-19 негативно вплинула на роботу, проте як бачимо по звітності переважає збитковість за багатьма показниками. Бронювання в готелі в основному здійснюється за рахунок сайту і віконця реєстрації на ньому, що відобразимо на рис.1.4.



ГОТЕЛЬ УКРАЇНА
М. КИЇВ



ANTI-COVID
POLICY
Антиковідна політика



Програми лояльності



Вид з номерів готелю



3D-тур

Рис. 1.4. Сайт для бронювання номерів в готелі «Україна»

Джерело: відображено автором

Додатково до проведеного дослідження надамо оцінку ринку, де функціонує досліджуваний готель «Україна» у м.Київ, проведемо оцінку за допомогою 5 конкурентних сил Портера у табл.1.2.

Таблиця 1.2

Дослідження ринку функціонування готелю «Україна» за допомогою моделі 5 конкурентних сил Портера

Конкурентна сила	Чинники впливу
Існуюча конкуренція у галузі	Рівень конкуренції в готельній галузі дуже високий, при цьому конкуренція сконцентрована переважно між найбільшими і найвідомішими гравцями ринку (4-5-зірковими готелями). Конкуренція поступово зміщується на неціновий рівень, велика роль активного просування, реклами та маркетингу
Бар'єри для входу нових гравців	Бар'єри входу для дрібних гравців не дуже великі, проте необхідно подолати законодавчі бар'єри, знайти місце для забудови або об'єкт для розміщення в ньому нового готелю, а також сформувати свою базу майбутнього готелю. У цьому найбільш перевагу мають міжнародні готельні мережі, які мають значні фінансові ресурси, до якої належить і готель «Україна».
Постачальники	Постачальниками виступають постачальники готельного обладнання, продуктів харчування та напоїв для ресторану, Інтернет-послуг та ін. Також як постачальники готелю «Україна» можуть розглядатися турфірми, тренінгові компанії, служби Інтернет-бронювання та ін.
Споживачі	Споживачі послуг готелю «Україна» поділяються на два сегменти – ділові туристи та індивідуальні туристи. При цьому обидва сегменти розвиваються динамічно, але частка приватних осіб загалом по ринку значно перевищує частку ділових туристів. У цьому слід концентруватися на обох сегментах. Однак, зростають запити клієнтів до якості готельних послуг, що надаються.
Замінники	Готельні послуги «Україна» не мають прямих замінників, проте замінність послуг різних форм розміщення дуже висока – це і організовані місця розміщення, і подорова оренда квартир, апартаментів.

Джерело: сформовано автором

Таким чином, можна говорити про те, що відбувається ускладнення ситуації ринку – посилюється конкуренція та відбувається зростання запитів споживачів до якості готельних послуг, при цьому розвивається як напрямок індивідуального, так і ділового туризму. Наостанок проведемо дослідження PEST, що допоможуть виявити вплив факторів на роботу готелю «Україна», відповідно до цього сформуємо табл.1.3. У даній таблиці будуть узагальнені основні чинники впливу і фактори, а їх прорахунок сформовано у Додатку Д.

Таблиця 1.3

Основні чинники та їх сила впливу на роботу готелю «Україна»

Політичні чинники (P)		
Чинник	Характер впливу	Середньозважена оцінка впливу
Податкова політика (тарифи та пільги)	Проблеми з податковою та митними системами може зумовити підвищення ціни на послуги.	0,10
Антимонопольне та трудове законодавство		0,11
Законодавство з охорони навколишнього середовища		0,09
Свобода інформації та незалежність ЗМІ		0,02
Митна система		0,15
Підсумок за групою чинників (P)		0,47
Соціально-культурні та демографічні чинники (S)		
Рівень охорони здоров'я	Послуги готельно-ресторанної галузі дуже чуттєві до суспільної думки. Дуже важливу роль відіграє репутація підприємства.	0,03
Вимоги до якості продукції і рівню сервісу		0,04
Культура формування заощаджень і кредитування в суспільстві		0,01
Спосіб життя і звички споживання		0,01
Підсумок за групою чинників (S)		0,11
ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ (E)		
Темпи зростання економіки	У зв'язку з даними чинниками можуть виникнути додаткові витрати.	0,11
Рівень інфляції і процентні ставки		0,14
Курси основних валют		0,21
Рівень наявних доходів населення		0,14
Кредитно-грошова і податково-бюджетна політика країни		0,07
Підсумок за групою чинників (E)		0,66
ТЕХНОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ (T)		
Рівень інновацій розвитку галузі	Підприємцю необхідно відслідковувати нові напрямки виробництва продукції, що дозволять вдосконалити та диференціювати послуги. Також необхідно враховувати витрати які відводяться на дослідження. Регулювати їх розмір.	0,14
Витрати на дослідження і розробки		0,12
Доступ до новітніх технологій		0,08
Ставлення до високоякісних товарів		0,17
Підсумок за групою чинників (T)		0,60

Джерело: сформовано автором

Згідно з отриманими результатами PEST-аналізу можна сказати, що найбільший вплив на готель «Україна» мають економічні та технологічні фактори. Це можна пояснити тим, що підприємство залежить від вподобань споживачів та

встановлену вартість на послуги. Також на бізнес впливає загальний рівень економічної ситуації в країні.

1.2. Оцінка технологій Digital-бронювання послуг готелю «Україна»

Технології обслуговування відвідувачів в готелі «Україна» характеризується циклічною послідовністю і повторенням процесу обслуговування з моменту його прибуття до кінцевого від'їзду. Слід зазначити, що в роботі досліджуваного готелю також присутній цикл технологічного обслуговування, що являє собою єдиний стандартний обсяг встановлених послуг з певною послідовністю їх надання, який клієнт має намір використовувати і відповідно пропонує як засіб розміщення. Перелік послуг і їх якість може варіюватись проте основні етапи надання основних послуг завжди виконується в певній послідовності:

- гість бронює номер в готелі «Україна», відповідно прибуває до нього;
- по прибуттю гість проходить етап реєстрації, та заселення;
- після цього гість проходить етап розміщення і обслуговування гостей в готелі;
- остаточно проводиться оплата послуг готелю відвідувачем.

Перший етап відвідування починається з комунікації відвідувача з персоналом готелю протягом тривалого часу до того як гість може прибути до помешкання. Це загалом здійснюється за рахунок телекомунікацій і пов'язане з можливістю попереднього замовлення, або бронювання готельних послуг.

Разом із цим інформація про можливість бронювання зазвичай може надходити з різноманітних джерел, постійними при цьому джерелами запитів є різноманітні туристичні фірми, агенти, що організують конференції, виставки, семінари, а також підприємства, що знаходяться поряд з готелем, відповідно до чого виникає необхідність у розміщенні ділових партнерів і колег.

В процесі першого потенційного контакту відвідувач отримує від співробітників готелю досить важливу інформацію про розташування відомих об'єктів, структуру існуючих послуг, тарифікацію.

При бронюванні номерів співробітники рецепції записують звернення клієнта в частину календаря. Цей запис інформує адміністрацію готелю про майбутні потреби гостей і бажані послуги. Згодом процес бронювання починається з того, що співробітники стійки реєстрації записують реєстраційні номери для бронювання місць і відстежують кількість гостей готелю. Збір цих даних дозволяє формувати звіти, які визначають, скільки зусиль і фінансових ресурсів потрібно для конкретних проектів. Ці звіти допомагають визначити, скільки працівників має бути в штаті та якими мають бути призначені завдання для кожного працівника. На додаток до цих завдань планувальники також враховують працівників, необхідних для управління фінансовими ресурсами та нагляду за прогресом проекту. Перед приїздом гостя проводяться останні приготування до його перебування. Сюди входить підтвердження прибуття, надання екскурсійних послуг та внесення будь-яких змін у дату прибуття. На першому етапі гостьового циклу перед заселенням проводиться санітарна очистка.

На другому етапі гостьового циклу клієнти залишаються на ніч у готелі. На гостей справляє враження їхня перша взаємодія з персоналом готелю та містом, що часто є найважливішою та незабутньою частиною їхнього перебування. Ось чому важливо переконатися, що гості взаємодіють з готелем до прибуття або після виїзду. Під час другої фази циклу кожного гостя клієнти отримують інформацію про послуги, які надає їхній готель, а також інструкції щодо підготовки свого перебування. Вони також сплачують наперед за проживання та погоджуються на інші послуги, заплановані готелем.

Третя фаза гостьового циклу пов'язана з обслуговуванням гостей та є найдовшою. Рационально побудований процес обслуговування гостей, професіоналізм персоналу є своєрідною інвестицією в майбутнє готельного

бізнесу, адже згодом вони окупляться фінансово при повторному відвідуванні клієнтів, можливо, їхніх знайомих, родичів, залучених позитивними відгуками.

Під час четвертої фази гостьового циклу клієнти повністю оплачують своє перебування, а додаткові послуги додаються до їх рахунку. Під час остаточних розрахунків необхідно перевірити правильність рахунку; Разом з клієнтом важливо переконатися, що всі витрати припадають на період його перебування в готелі. Будь-які помилки слід виправляти, а клієнта сповіщати про їх виявлення.

Основним функціональним підрозділом в обслуговуванні клієнтів будь-якого готельного підприємства є служба розміщення та прийому. У процесі обслуговування клієнти найбільше взаємодіють з персоналом цієї служби – отримують інформацію про готель, бронюють місця. Працівники служби прийому та розміщення, а також служби бронювання першими виходять на контакт з клієнтами, тому від їх професіоналізму залежить перше враження про готель в цілому. Щодо цього в готелі «Україна» відобразимо наступні особливості по технологіям бронювання:

1. Офіс реєстрації та рецепції розташований у безпосередній близькості від входу в готель. При значних розмірах вестибюля його інтер'єр та планування орієнтують гостей у напрямку прийому;
2. Рецепція має оригінальне, естетично привабливе оформлення з елементами освітлення, необхідне інформаційне (прайс-листи, рекламні проспекти, візитки тощо) і технічне (факс, телефон, комп'ютер) забезпечення;
3. Рецепція чиста, без зайвих речей із технічною документацією, яка в порядку;
4. Обслуговуючий персонал має бездоганний зовнішній вигляд і поведінку, своєчасно забезпечувати процес розміщення та прийому гостей.

У досліджуваному об'єкті керівництво службою прийому та розміщення здійснює головний адміністратор. Йому підпорядковуються інші адміністратори, касири, порт'є служби прийому та розміщення.

Функціональні обов'язки головного адміністратора, крім функції управління службою прийому та розміщення, пов'язані з постійним

вдосконаленням сервісної діяльності з метою покращення обслуговування гостей та контролем за якістю обслуговування в готелі.

Керуючи процесом продажу номерів, головний адміністратор повинен володіти інформацією про їх наповнюваність, виявляти особливі випадки при прийомі гостей, уточнювати замовлення, в основному колективні, на наступний місяць, аналізувати список гостей, включаючи VIP-гостей і постійних клієнтів.

Головний адміністратор також повинен забезпечити рентабельність готельного підприємства шляхом досягнення оптимальної середньодобової ціни номерів, яка визначається діленням денного прибутку від продажу всіх номерів на кількість проданих номерів.

Адміністратор виконує функції важливого джерела інформації, пропонує служби, які надають різноманітні послуги в готелі — послуги прийому та розміщення (доставка пошти, факсів, інформації зовнішнього характеру), щодо місцевих туристичних визначних пам'яток, комунальної інфраструктури тощо.

Черговий адміністратор служби прийому та розміщення підтримує постійний зв'язок з клієнтами та після закінчення зміни звітує про роботу головного адміністратора, виконує функції безпосереднього представника головного адміністратора в цій службі, регулює її роботу. Черговий адміністратор працює позмінно, причому в середніх і малих готелях один черговий адміністратор, у великих готельних комплексах - два чергових адміністратора. У процесі роботи підпорядковується працівникам рецепції - касиру, портье, паспортисту.

Касир служби розміщення та прийому працює на ресепшені поруч зі швейцаром і забезпечує проведення операцій з зберігання, приймання та перерахування грошей у бухгалтерському обліку за касовим звітом, а також повернення грошей клієнтам, які залишили готель раніше зазначеного терміну. Крім того, скарбник (касир) зобов'язаний: приймати оплату від клієнта при виїзді; вносити всю суму на рахунок клієнта; розраховувати загальну суму прибутку в кінці кожної зміни; узгоджувати з бухгалтерією оплату рахунків за

кредитними картками та чеків; нести відповідальність за кількість грошей в обігу протягом зміни.

Професійно-кваліфікаційні вимоги до посади касира служби прийому та розміщення пов'язані з необхідністю кваліфікованих знань, знання правил обслуговування та прийому клієнтів, прейскурантів цін на місця та номери та системи розрахунків при бронюванні та оплачуючи проживання, мати можливість користуватися технічними засобами на роботі, переважно телекомунікаційними, мати інформацію про додаткові послуги. Операції зі значними грошовими рахунками вимагають ведення розрахункової документації. В структурі управління посада касира за технологією обслуговування підпорядковується черговому, за технологічною документацією обліку готівки – головному бухгалтеру.

Прийом гостей після прибуття в готель персоналом є важливим моментом у визнанні гостинності та початку процесу поселення клієнта.

Черговий адміністратор повинен розуміти статус реєстрації клієнта, висвітлювати особливості додаткових послуг готелю. У європейських готелях поширена практика прийому відомих гостей (банкірів, політиків, діячів культури, спорту та ін.) власником закладу або уповноваженими особами адміністрації. Таку ж увагу бажано приділяти постійним клієнтам закладу.

Використання комп'ютеризованих систем в готелях значно активізує попередню підготовку розміщення клієнта. Лише деякі (напівавтоматичні або неавтоматизовані) готелі забезпечують механічний (ручний) процес реєстрації. Особливо активізується робота з попереднього запису служби прийому та розміщення за рахунок використання телекомунікаційних систем (Інтернет) та автоматизованих систем управління. Використання комплексу заходів попередньої реєстрації в провідних готельних корпораціях сприяло поширенню досвіду реєстрації клієнта безпосередньо в номері, минаючи цей процес на рецепції.

Слід зазначити, що бронювання номерів в готелі «Україна» може відбуватись як через офіційний сайт, так і через соціальні мережі і E-mail листування з відвідувачами. Сам процес бронювання може проводитись за схемою, що відобразимо на рис.1.5.

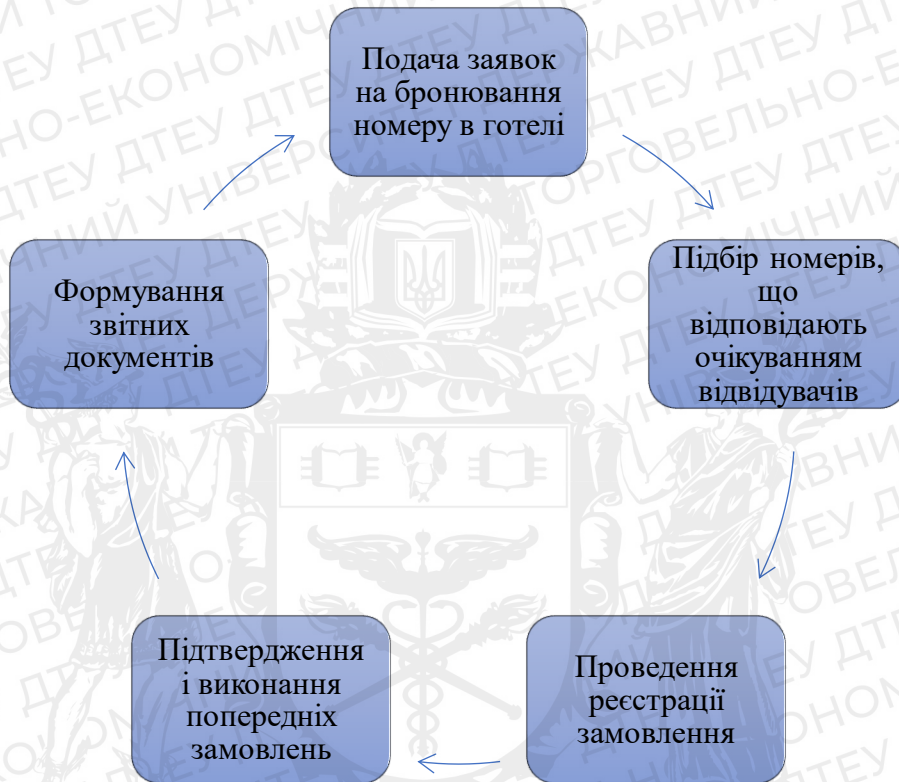


Рис. 1.5. Процес бронювання в готелі «Україна»

Джерело: сформовано автором

Досліджуючи питання діджиталізованого бронювання в готелі «Україна» слід зазначити, що інформація про клієнта зберігається в існуючій базі даних, до прикладу у готелі «Україна» може використовуватись гарантоване і негарантоване бронювання, перше для юридичних осіб, друге для фізичних. При виділенні номеру, швейцар або ж черговий адміністратор у відповідності до наявних недоліків повинні повідомляти про це клієнтів. Невідповідність статусних номерів може спричиняти певні складнощі з погіршення якості обслуговування, збоїв в роботі служб прийомів і розміщення, а разом із цим втратою іміджу готелю «Україна».

Досить ефективною в діджитал бронюванні готелю «Україна» є комп'ютеризована система визначення статусу номерів, що використовується в готелі. Наявність телекомунікаційних систем управління і зв'язку може обумовлювати досить швидкий обмін інформацією між персоналом і службами. В свою чергу адміністрація готелю «Україна» мають швидкий цифровий доступ до номерів і можуть контролювати їх стан, оскільки основна інформація виводиться на монітор пристрою. Також оцінюючи digital-бронювання в роботі готелю «Україна» слід зазначити що основою digital концепту є комп'ютеризована система, що дозволяє визначати статус номерів.

Інформацію про звільнення номеру клієнтом вносить в комп'ютер черговий адміністратор, а покоївка дізнається від монітора у своєму відділенні про необхідність прибрати номер. Після прибирання вона повідомляє черговому поверху, що кімната готова до нових гостей, і він вносить цю інформацію в комп'ютер. Черговий адміністратор, отримавши інформацію, використовує її у своїй подальшій роботі.

Після визначення категорії номера черговий адміністратор уточнює з клієнтом розмір плати за послуги за перебування в номері протягом доби – тарифи. У випадку, коли клієнт бронює готельний номер, тариф можна виявити на цьому етапі циклу обслуговування готелю.

Готель не має права надавати додаткові послуги без погодження з гостем. Готелі стягують плату лише за послуги, зазначені клієнтом при поселенні. Клієнт може відмовитися від оплати таких послуг, а в разі їх оплати готель повинен повернути сплачену суму.

Після визначення тарифу клієнт вносить передоплату за послуги, яку погоджує з черговим адміністратором. Готелі можуть приймати повну передоплату послуг, а також добову або погодинну оплату відповідно до прийнятого в закладі порядку.

РОЗДІЛ 2

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ DIGITAL-БРОНЮВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ «УКРАЇНА», М.КИЇВ

2.1. Організаційні аспекти технологій digital-бронювання послуг готелю «Україна», м.Київ

Одним із недоліків зазначається, що надання послуг з бронювання у готелі «Україна» знаходиться на опосередкованому рівні. Пропонується:

- 1) використання інтерактивного телебачення в готелі.
- 2) на весняно-літній період, коли починають відвідувати іноземні туристи, обладнати номери для людей з обмеженими можливостями.

Задля того, щоб дізнатися, які саме аспекти треба оптимізувати у сфері надання послуг в готелі «Україна», було поставлено наступне запитання 50-м гостям готелю: «Що на Ваш погляд варто зробити, щоб покращити якість послуг в готелі?». Структура відповідей щодо напрямків підвищення рівня обслуговування в номерах готелю «Україна» наведена на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Структура відповідей гостей щодо напрямків підвищення рівня роботи готелю «Україна», % гостей

Джерело: сформовано автором

Структура відповідей гостей щодо напрямків підвищення рівня обслуговування і бронювання в номерах готелю показує, що 76% гостей вважають за необхідне підвищувати культуру обслуговування, 73% гостей хотіли б мати можливість отримання харчування в номер.

Враховуючи отримані результати аналізу з урахуванням думки гостей, для вдосконалення обслуговування та підвищення ефективності бронювання номерів пропонується комплекс заходів:

- 1) заходи щодо поліпшення якості послуг: внутрішнє навчання персоналу та запровадження оцінки задоволеності гостя послугами;
- 2) заходи щодо підвищення рівня сервісу: впровадження системи управління взаємовідносинами з клієнтами; впровадження енергозберігаючих технологій та впровадження обслуговування у номерах;
- 3) захід зі створення «Банку ідей» – індивідуальних пропозицій, куди співробітники міг би внести свої пропозиції, ідеї.

«Внутрішні» туристи фактично і визначають вимоги щодо готельної бази та рівня сервісу. Однак кожна цивілізована країна прагне поліпшити надання послуг з розміщення та підвищити клас обслуговування туристів згідно із сучасними міжнародними вимогами.

Якість обслуговування та надання послуг в готелі «Україна» є важливим інструментом у боротьбі за ринки просування і продажу готельних послуг. Саме якість забезпечує конкурентоспроможність готельних послуг. Вона складається з технічного рівня готельних послуг і корисності готельних послуг для відвідувача через функціональні, соціальні, естетичні, ергономічні, екологічні властивості. При цьому конкурентоспроможність визначається сукупністю якісних і вартісних особливостей готельних послуг, які можуть задовольняти потреби клієнтів, а також їх ціною.

Слід враховувати, що серед готельних послуг аналогічного призначення більшу конкурентоспроможність має та, яка забезпечує найвищий корисний ефект по відношенню до сумарних витрат відвідувача. Безумовно, підвищення якості обслуговування пов'язане з витратами. Проте вони окупляться завдяки

одержаному прибутку. Заняття лідируючого положення на ринку неможливе без розробки і освоєння нових готельних послуг (модифікованих, поліпшених) [13].

Постійне підвищення якості в готельно-ресторанному комплексі «Георг Парк» – це не витрата, а довгостроковий внесок, заснований на забезпеченні вірності клієнтури шляхом задоволення її потреб. Це твердження ґрунтується на дослідженні, що показує, що витрати на придбання нового клієнта вп'ятеро більші за витрати на те, щоб утримати старого за допомогою пропозиції якісного обслуговування. На основі виявлених недоліків в готелі «Україна» пропонується реалізація наступних заходів (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Заходи щодо покращення якості надання послуг в готелі «Україна»

Найменування заходу	Сутність заходу
Заходи щодо покращення якості надання послуг через розвиток професійних навичок	Розроблена система дозволить сформувати процес навчання з урахуванням цілей та завдань усієї організації, її стратегії розвитку.
Заходи щодо формування організаційної культури	Пропонується розробити Кодекс корпоративної поведінки, який міститиме правила, обов'язкові для виконання всіма співробітниками готелю «Україна». Правила дозволять співробітникам мати під рукою алгоритм поведінки у різноманітних робочих ситуаціях.
Захід зі створення банку ідей щодо покращення організації праці	Пропонується створити у готелі «Україна» «Банк ідей» індивідуальних пропозицій, до якого співробітники могли б внести свої пропозиції щодо покращення організації праці.
Захід із формування культури праці через проведення конкурсу «Кращий за професією»	Метою проведення Конкурсу «Кращий за фахом» є підвищення престижу та значущості професіоналізму співробітників «Україна» та розвиток професійної солідарності співробітників.

Джерело: сформовано автором

Саме ця програма заходів щодо вдосконалення та оптимізації надання послуг має підвищити рівень якості надання послуг, а також буде стимулювати та мотивувати персонал готелю «Україна». Ці заходи стануть фундаментальними перед реалізацією цифрових інструментів в систему бронювання готелю «Україна». Стосовно самого цифрового інструментарію зазначимо, що на вітчизняному ринку існує низка технічних засобів, які можна

рекомендувати до впровадження в роботу готелю «Україна», зокрема:

1. Модуль по бронюванню для сайту готелю «Україна», SERVIO HMS Reservation, за його допомогою можна отримувати бронювання від цільової аудиторії без сторонніх і додаткових каналів бронювання. При адаптації данної системи дані можуть проходити синхронізацію з PMS-системою в готелі і на сайті може з'являтися завжди відповідна інформація по доступним і зайнятим номерам і цінам. Всі броні відповідно разом із цим можуть автоматично потрапляти в PMS-систему. При цьому модуль є досить простим в установці і має відповідний необхідний API протокол для інтеграцій з іншими програмами. За рахунок багатомовності і можливості налаштовувати корпоративний колір, відповідно дизайну сайту. Присутня також система налаштувань з використанням різноманітних тарифів і можливістю установки обмежень, наприклад відвідувач бронює кількість днів проживання переглядаючи попередньо вільні номери, що робить рекомендований модуль максимально адаптивним під існуючі потреби готелю «Україна».



Рис. 2.2. Рекомендована цифрова програма бронювання «SERVIO HMS Reservation» для впровадження в роботу готелю «Україна»

Джерело: сформовано автором

2. Мобільний додаток SERVIO Mobile Loyalty з вже вбудованим модулем бронюванням, являє собою найсучасніше рішення серед всіх існуючих інструментів з бронювання номерів. Його ефективність рекламенована тим, що

він спочатку був розроблений для програми лояльності, відповідно з цим проводилась електронна заміна пластикових дисконтних карток і впроваджувався QR-код для можливого зчитування, що виводитиметься на екран смартфона потенційного користувача. Також якщо адаптувати даний додаток для роботи в готель «Україна», відвідувач може заходити у власний кабінет в додатку і отримувати цілодобовий доступ до накопичених бонусів, різноманітних знижок, зможе аналізувати проведені транзакції по карті. За допомогою цього додатку адміністрація готелю «Україна» зможе проводити інформування відвідувачів про наявні акційні пропозиції, або спеціальні можливості, встановлюватиметься сповіщення і календар з нагадуванням про майбутні відвідування чи поселення в готель. При цьому також додається модуль бронювання. Відповідно відвідувач готелю «Україна» при використанні такого цифрового продукту отримає багатofункціональний мобільний додаток, де зможе забронювати собі номер і при цьому обмін даними зможе відбуватись за тим самим принципом, що і в HMS Reservation. Концепт роботи даного додатку відображено на рис.2.3.

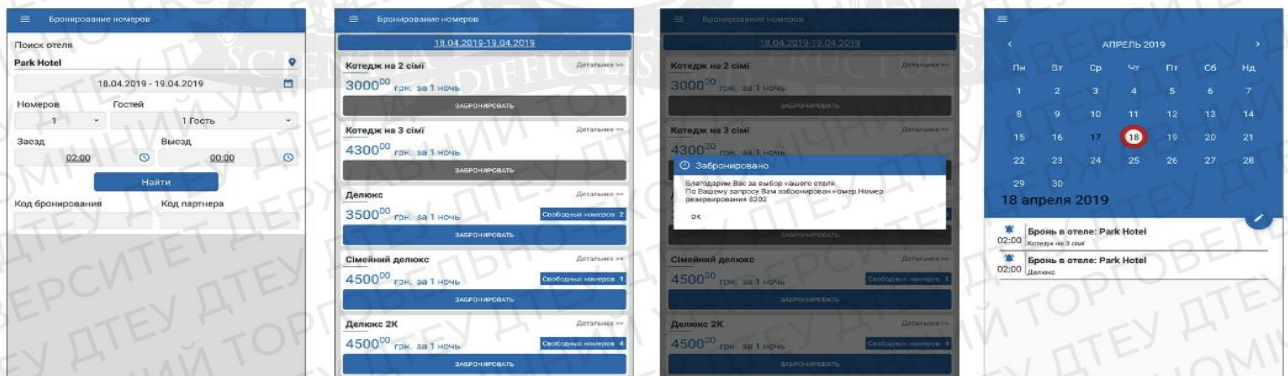


Рис. 2.3. Мобільний додаток для бронювання «SERVIO HMS Reservation» готелю «Україна»

Джерело: сформовано автором

3. Цифровий інструмент для поліпшеного бронювання номерів готелю «Україна» «Channel Manager YieldPlanet». В першу чергу даний додаток призначений для роботи з OTA-каналами і являє собою велику важливість для готелів. Завдяки цьому інструменту готель «Україна» зможе бути розміщеним на

різноманітних OTA-каналах по типу Booking.com, Expedia, Agoda, Airbnb і інших, також стане можливим оновлювати інформацію про доступність номерів, їх фактичну вартість і отримувати бронювання відразу в PMS-систему. Це все відбуватиметься автоматично і без певних додаткових дій зі сторони персоналу. При цьому змінюючи PMS-систему автоматично використовуватиметься зміна цін і змінюватиметься кожен OTA -канал протягом декількох хвилин. Те саме відбуватиметься з бронюванням, коли воно буде проводитись з будь-якого каналу, то відповідно модуль бронювання з сайту або ж додатку стане недоступним на всіх каналах, що використовуються. Самі ж ці броні з використанням каналів OTA, потраплятимуть до HMS самостійно.

4.Цифровий інструмент корпоративного бронювання «SERVIO HMS Corporate». Являє собою програмний інструмент, що дозволяє надавати доступ третім особам до частини номерного фонду готелю «Україна», наприклад різноманітним туристичним агентствам. З допомогою цього додатку агентства зможуть самостійно спостерігати за вільними, або зайнятими номерами в готелі і бронювати їх без додаткового залучення персоналу готелю. Досить зручним є той факт, що за наявності додаткових домовленостей з туристичними фірмами, стане можливим використання партнерського взаємовигідного маркетингу. Приклад цього інструменту зобразимо на рис.2.4.

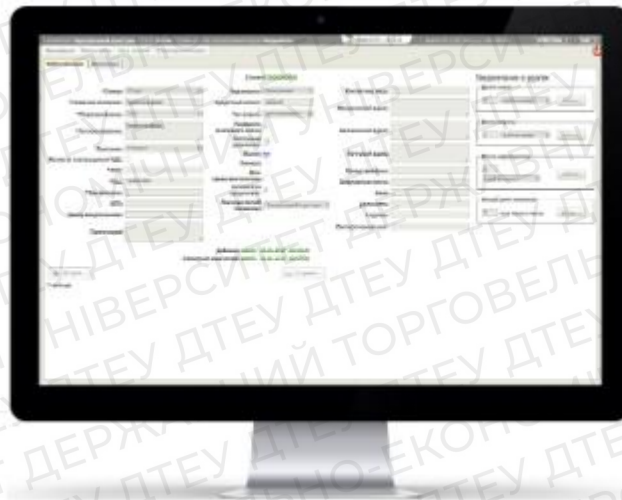


Рис. 2.3. Інструмент для бронювання номерів «SERVIO HMS Corporate»

Джерело: сформовано автором

5. Інструмент для бронювання «PMS-система SERVIO HMS», є основним і досить багатофункціональним інструментом для бронювання номерів в готелі «Україна». До цієї системи можна одночасно підключити безліч додаткових модулів з бронювання зокрема: Reservation, Channel Manager, Mobile Loyalty. Проте окрім автоматичних отримань заявок, в HMS адміністратор зможе вручну здійснювати бронювання відколи номер можуть бронювати по телефону або ж безпосередньо на рецепції готелю «Україна».

Також досить ефективним для digital-концепту бронювання в готелі «Україна» стане використання форм комунікацій для персоналу, зокрема: електронне (дистанційне) навчання, відео та модульне навчання та інші, які пропонується використовувати для персоналу готелю «Україна».

Розроблена програма заходів дозволить сформувати процес покращення якості та оптимізації послуг з урахуванням цілей та завдань усієї організації, її стратегії розвитку і покращити систему бронювання в цілому.

В результаті розробки заходів щодо підвищення кваліфікації персоналу організації «Україна» буде:

- сформована технологія підвищення кваліфікації персоналу організації;
- підвищиться ефективність роботи навченого співробітника та підвищення рівня задоволеності працею;
- розроблено документаційне забезпечення підвищення кваліфікації;
- збільшиться ефективність роботи загалом.

Проектні пропозиції, спрямовані на формування системи підвищення кваліфікації у готелі «Україна», полягають у визначенні форм навчання, розробці процесів та методів навчання та внесенні доповнень до нормативно-методичного забезпечення системи управління персоналом.

Головна мета підвищення кваліфікації персоналу в готелі «Україна» – формування та підтримання необхідного рівня кваліфікації персоналу, з урахуванням вимог та перспектив розвитку, для можливого

впровадження digital-інструментів бронювання в роботу.

Відповідно до стратегічних цілей готель «Україна» зможе отримати наступні переваги:

- корпоративні цілі безперервного навчання: збільшення виручки від реалізації послуг, оновлена система бронювання в готелі;
- організація та формування високо кваліфікованого складу персоналу готелю, що використовує сучасні цифрові продукти у власній роботі;
- особисті цілі співробітників: підвищення професіоналізму, посадове зростання та поліпшення матеріального становища.

2.2. Впровадження технологій digital-бронювання послуг готелю «Україна», м.Київ

Узагальнюючи надані рекомендації по впровадженню технологій digital-бронювання послуг готелю «Україна» зазначимо, що також при реалізації заходів digital-система потребуватиме:

- формування нового сервісного підходу до взаємодії з існуючими відвідувачами;
- початку роботи над плануванням концепції digital-бронювання;
- проведення переговорів між керівним складом для використання грошових коштів на впровадження digital-систем бронювання;
- обговорення з партнерами можливості оптимізації бізнес-процесів;
- можливості просування готельних послуг «Україна» на ринку м.Київ;
- зміцнення партнерства з туристичними фірмами для колаборації і партнерства в концепції маркетингової роботи;
- використання рекомендованих модулів для бронювання.

Відповідно впровадження систем бронювання в роботу готелю «Україна» розпочинатиметься з узгодження стратегічного плану на 2023 рік, який буде спрямований суто на адаптацію цифрової моделі роботи готелю. Для цього сформуємо план у табл.2.1.

Таблиця 2.1

План digital-роботи готелю «Україна» у 2023 році

Дата	2023											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Формування плану для роботи над digital-концепції												
Початок роботи над плануванням концепції digital-бронювання	+											
Проведення переговорів між керівним складом для використання грошових коштів на впровадження digital-систем бронювання	+	+	+									
Обговорення з партнерами можливості оптимізації бізнес-процесів	+			+			+	+		+		
Можливість просування готельних послуг «Україна» на ринку м.Київ	+	+	+	+	+							
Зміцнення партнерства з туристичними фірмами для колаборації і партнерства в концепції маркетингової роботи	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Використання рекомендованих модулів для бронювання	+	+										
Аналіз роботи модулів з бронювання		+	+	+								
Оцінювання ефективності до/після впровадження рекомендованих модулів з бронювання	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Залучення незалежних аудиторів для оцінки роботи готелю «Україна» на ринку м.Київ					+	+	+					

Джерело: складено автором

Оскільки досліджуваному готелю «Україна» було рекомендовано партнерство з туристичними фірмами для поліпшення системи збуту власних послуг, слід додатково зазначити, що робота також повинна проводитись і в соціальних мережах, оскільки більшість відвідувачів спостерігають саме за офіційними сторінками. Відповідно до сформованого плану заходів слід розрахувати бюджет витрат на впровадження digital-концепції бронювання для готелю «Україна». В статтях витрат будуть використані графи попередньо сформованого плану по роботі. Зазначимо, що кошти можуть бути використані з існуючого капіталу готелю «Україна» або з можливістю використання інвестицій, детальніше відобразимо у табл.2.2.

Таблиця 2.2

Бюджетування заходів digital-роботи і оновлення системи бронювання готелю «Україна» у 2023 році

Захід	Стаття витрат	Персонал, задіяний у виконанні завдань	Сума, грн.
1	2	3	4
Початок роботи над плануванням концепції digital-бронювання	Оплата праці	Фінансовий директор	20000
Проведення переговорів між керівним складом для використання грошових коштів на впровадження digital-систем бронювання	Оплата праці	Фінансовий директор	35000
Обговорення з партнерами можливості оптимізації бізнес-процесів	Оплата праці	Управлінський персонал	25000
Можливість просування готельних послуг «Україна» на ринку м.Київ	Оплата праці	Управлінський персонал	8000
Зміцнення партнерства з туристичними фірмами для колаборації і партнерства в концепції маркетингової роботи	Оплата праці	Директор	40000
		Всього	128000

Джерело: розроблено автором

Як бачимо, статті витрат у табл.2.2 передбачають організаційну складову по digital-роботі керівництва над оновленням системи бронювання готелю «Україна» у 2023 році. Відповідно до цього слід також провести розрахунок саме по впровадженню digital-систем з бронювання у табл.2.3.

Відповідно до сформованої табл.2.3 зазначимо, що готель «Україна» зможе впровадити всі 5 цифрових інструментів для digital-бронювання за 680 тис.грн. В долларовому перерахунку відповідно до офіційного курсу НБУ витрати на рік складуть 18380 долл.США.

Таблиця 2.3

**Впровадження digital-інструментів з бронювання номерів в готелі
«Україна»**

№	Назва	Вартість на рік, тис. грн.	Прогнозний вплив на діяльність підприємства
1	Модуль по бронюванню для сайту готелю «Україна» SERVIO HMS Reservation	140	За його допомогою готель «Україна» зможе отримувати бронювання від цільової аудиторії без сторонніх і додаткових каналів бронювання
2	Мобільний додаток SERVIO Mobile Loyalty	280	Комплекс цифрового забезпечення, що дозволить сформувавши програми лояльності, відповідно з цим впроваджується QR-код для можливого зчитування, що виводитиметься на екран смартфона потенційного користувача
3	Цифровий інструмент «Channel Manager YieldPlanet»	100	Готель «Україна» зможе бути розміщеним на різноманітних OTA-каналах по типу Booking.com, Expedia, Agoda, Airbnb і інших, також стане можливим оновлювати інформацію про доступність номерів, їх фактичну вартість і отримувати бронювання відразу в PMS-систему.
4	«SERVIO HMS Corporate»	80	Являє собою програмний інструмент, що дозволяє надавати доступ третім особам до частини номерного фонду готелю «Україна», наприклад різноманітним туристичним агентствам. З допомогою цього додатку агентства зможуть самостійно спостерігати за вільними, або зайнятими номерами в готелі і бронювати їх без додаткового залучення персоналу готелю.
5	Інструмент для бронювання «PMS-система SERVIO HMS»	80	До цієї системи можна одночасно підключити безліч додаткових модулів з бронювання зокрема: Reservation, Channel Manager, Mobile Loyalty. Проте окрім автоматичних отримань заявок, в HMS адміністратор зможе вручну здійснювати бронювання відколи номер можуть бронювати по телефону або ж безпосередньо на рецепції готелю «Україна».
Всього		680	

Джерело: розроблено автором

Відповідно до цього сформуємо табл.2.4. де наведемо доцільність по впровадженню цифрових програм в роботу готелю.

Таблиця 2.4

Доцільність впровадження цифрових програм з бронювання номерів готелю «Україна»

№	Назва	Скорочення витрат		Приріст чистого доходу	
1	Модуль по бронюванню для сайту готелю «Україна» SERVIO HMS Reservation	1-2%	285,62	2-4%	213,73
2	Мобільний додаток SERVIO Mobile Loyalty	3-5%	761,67	6-8%	498,72
3	Цифровий інструмент «Channel Manager YieldPlanet»	2-4%	571,25	7-8%	534,34
4	«SERVIO HMS Corporate»	2%	380,83	2-4%	213,73
5	Інструмент для бронювання «PMS-система SERVIO HMS»	1%	190,41	4-6%	356,23
	Всього		2189,82		1816,78

Джерело: розроблено автором

Отже, реалізація сформованих програм дозволить оптимізувати і поліпшити якість бронювання в готелі «Україна» і сформувані скорочення витрат на суму 2189,82 тис.грн. Відповідно до окупності проект є виправданим, адже приведений дохід під час розрахунку склав 1089,75 тис.грн., а термін окупності даних програм варіюється в межах 5 місяців. За результатами проведеного дослідження було запропоновано виконання послідовних кроків відповідно до впровадження цифрових інструментів з бронювання для готелю «Україна».

ВИСНОВКИ

У ході проведення дослідження щодо адаптації digital-інструментів в роботу готелю «Україна» було:

1. Встановлено, що готель «Україна» функціонує на основі власного статуту. Також було встановлено, що основною метою роботи даного готелю визначено – забезпечення високоякісного прийому, обслуговування, тимчасового проживання, харчування і надання інших послуг, що прибули у відрядження до органів виконавчої і законодавчої влади, урядовим делегаціям, громадянам України та іноземних держав.

2. Обґрунтовано, що готель «Україна» демонструє тенденції занепаду станом на 2020 році. В першу чергу це пов'язано із пандемією COVID-19, тому було досліджено, що ці показники спричинені кризовим становищем під час кризи. Збитковість 2020 року властива кожній графі фінансової звітності, проте аналізуючи співвідношення показників по роботі готелю Україна у 2018 і 2019 роках можна стверджувати, що готель мав хороші показники по прибутковості, що у абсолютному співвідношенні зросли на 18 млн.грн., а у відносному на 6,6 % у порівнянні 2019 року до 2018.

В ході дослідження було також проведено аналіз розподілу відвідувачів і гостей в готелі «Україна» за цілями поїздки. Також згідно з отриманими результатами PEST-аналізу можна сказати, що найбільший вплив на готель «Україна» мають економічні та технологічні фактори. Це можна пояснити тим, що підприємство залежить від вподобань споживачів та встановлену вартість на послуги. Також на бізнес впливає загальний рівень економічної ситуації в країні.

Також було відображено процес бронювання в готелі «Україна», також встановлено, що ефективною в діджитал бронюванні готелю «Україна» є ком'ютеризована система визначення статусу номерів, що використовується в готелі. Наявність телекомунікаційних систем управління і зв'язку може обумовлювати досить швидкий обмін інформацією між персоналом і службами. В свою чергу адміністрація готелю «Україна» мають швидкий цифровий доступ

до номерів і можуть контролювати їх стан, оскільки основна інформація виводиться на монітор пристрою. Також оцінюючи digital-бронювання в роботі готелю «Україна» встановлено що основою digital концепту є комп'ютеризована система, що дозволяє визначати статус номерів.

В результаті розробки заходів щодо підвищення кваліфікації персоналу організації «Україна» буде: сформована технологія підвищення кваліфікації персоналу організації; підвищиться ефективність роботи навченого співробітника та підвищення рівня задоволеності працею; розроблено документаційне забезпечення підвищення кваліфікації; збільшиться ефективність роботи загалом.

Надаючи рекомендації було спочатку деталізовано рекомендації по вдосконаленню сервісної складової готелю «України», зокрема: заходи щодо поліпшення якості послуг: внутрішнє навчання персоналу та запровадження оцінки задоволеності гостя послугами; заходи щодо підвищення рівня сервісу: впровадження системи управління взаємовідносинами з клієнтами; впровадження енергозберігаючих технологій та впровадження обслуговування у номерах; захід зі створення «Банку ідей» – індивідуальних пропозицій, куди співробітники міг би внести свої пропозиції, ідеї.

Також впроважуючи технології digital-бронювання послуг готелю було сформовано план digital-роботи готелю «України» на 2023 рік. Також відповідно до рекомендованих програм було сформовано бюджети на організаційні заходи і на придбання самих цифрових інструментів. Загальна сума на впровадження склала 128000 на організаційні заходи і 680000 на впровадження програм на рік.

Встановлено, що реалізація сформованих програм дозволить оптимізувати і поліпшити якість бронювання в готелі «Україна» і сформувані скорочення витрат на суму 2189,82 тис.грн. Відповідно до окупності проект є виправданим, адже приведений дохід під час розрахунку склав 1089,75 тис.грн., а термін окупності даних програм варіюється в межах 5 місяців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гордієнко Т.В. Використання інформаційних систем в готельному господарстві Харківського регіону / Т.В. Гордієнко // Менеджмент міського та регіонального розвитку: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 28—29 березня. — Х.: ХНАМГ, 2013. — С. 189—190.
2. Коваленко Н.О. Інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності в Україні [Текст] / Н.О. Коваленко // Європейські перспективи. — 2015. — № 7. — С. 174—179.
3. Ковальчук Т.Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства [Текст] / Т.Г. Ковальчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. — 2019. — Вип. 23, Ч. 1. — С. 126—130.
4. Кучеренко К. В. Розвиток інформаційних технологій та їх запровадження у діяльність підприємств туристичної сфери. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rozvitokinformatsiynih-tehnologiy-ta-yih-zaprovadzhennya-udiyalnist-pidpriemstv-turistichnoyi-sferi>
5. Ляпіна І.Ю. Організація та технологія готельного обслуговування : підручник для початкової професійної освіти. Київ : Академія, 2015. 208 с.
6. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 493 с.
7. Рябенка М.О. Застосування новітніх інформаційних систем управління готелем [Електронний ресурс] / М.О. Рябенка, В.В. Троян, Т.М. Молодовець // Матеріали конференції "Перспективные вопросы мировой науки": 17—25 грудня 2014 р. — Софія, Болгарія: "Бял ГРАД-БГ" ООД, 2014. — Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/ryabenka.htm.
8. Федосова К.С. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі [Текст]: монографія / К.С. Федосова, Л.М. Тележенко. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.

9. Халілова-Чуваєва Ю.А. Сучасні тенденції розвитку ІТ-технологій у сфері готельного господарства [Текст] / Ю.А. Халілова-Чуваєва, Н.С. Сорокіна // Матеріали Х Міжнародної науково-практичної конференції "Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання": 21—22 березня 2019 р. — Черкаси: ЧДТУ, 2019. — Т. 1. — 195 с.

10. Шаповалова О.М. Аналіз інноваційної діяльності у сфері послуг на прикладі готельного господарства [Текст] / О.М. Шаповалова, С.С. Козьякова // Інвестиції: практика та досвід. — 2013. — № 17. — С. 70—74.

11. Шикіна О.В. Теоретичні основи діяльності концептуальних готелів та їх класифікація [Текст] / О.В. Шикіна, Г.І. Фадєєва // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. — 2017. — Вип. 6 (11). — С. 212—219.

12. Сайт РБК-Україна. URL: <https://travel.rbc.ua/ukr>.

13. Ресторан майбутнього: українець Дмитро Костик створює глобальну мережу закладів з інтерактивними столами [Електронний ресурс] / Інтернет-бізнес в Україні: [сайт]. — Режим доступу: <https://ain.ua/2015/03/19/restoran-budushhego-ukrainec-dmitrij-kostik-sozdaet-globalnuyu-set-zavedenij-s-interaktivnymi-stolami/>.

14. Hite A., Rossmann R. 2019 Global Hotel Study. An unprecedented, worldwide view of the hospitality industry. CoStar Realty Information, Inc., 2020. URL: <https://str.com/sites/default/files/global-hotel-study-report-2019-2020.pdf>

15. Alpi, K. M., & Evans, J. J. (2019). Distinguishing case study as a research method from case reports as a publication type. *Journal of the Medical Library Association*, 107, (1), 1-5. <https://doi.org/10.5195/jmla.2019.615>

16. Alqershi, N., Ismail, A. I., Abualrejal, H., & Salahudin, S. N. (2020). Competitive advantage achievement through customer relationship management dimensions. *Journal of Distribution Science*, 11, 61–67. <https://doi.org/10.15722/jds.18.11.202011.61>

17. Bauman, A. A. (2020). How do entrepreneurs use social media? *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 14(2), 40–48. <https://doi.org/10.33423/jmdc.v14i2.2832>

18. Berawi, M. A., Suwartha, N., Asvial, M., Harwahyu, R., Suryanegara, M., Setiawan, E. A., Surjandari, I., Zagloel, T. Y. M., & Maknun, I. J. (2020). Digital innovation: Creating competitive advantages. *International Journal of Technology*, 11(6), 1076–1080. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v11i6.4581>

19. Chatterjee, S., & Kar, A. K. (2020). Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact: Empirical insights from India. *International Journal of Information Management*, 53, <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102103>

20. Choi, W., & Burnes, B. (2017). Bonding and spreading: Co-creative relationships and interaction with consumers in South Korea's indie music industry. *Management Decision*, 55, 1905–1923. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2016-0691>

21. Du, R. Y., Netzer, O., Schweidel, D. A., & Mitra, D. (2021). Capturing marketing information to fuel growth. *Journal of Marketing*, 85(1), 163–183. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.003>

22. Gupta, S., Leszkiewicz, A., Kumar, V., Bijmolt, T., & Potapov, D. (2020). Digital analytics: Modeling for insights and new methods. *Journal of Interactive Marketing*, 51, 26–43. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.003>

23. Herhausen, D., Miočević, D., Morgan, R. E., & Kleijnen, M. H. P. (2020). The digital marketing capabilities gap. *Industrial Marketing Management*, 90, 276–290. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.07.022>

24. Hoang, H. G. (2020). Determinants of the adoption of mobile phones for fruit marketing by Vietnamese farmers. *World Development Perspectives*, 17. <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2020.100178>

25. Hollebeek, L. D., & Macky, K. (2019). Digital content marketing's role in fostering consumer engagement, trust, and value: Framework, fundamental propositions, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 27–41. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.07.003>

ДОДАТКИ



Статут досліджуваного готелю «Україна»

ЗАРЕЄСТРОВАНО

Печерською районною у м. Києві
державною адміністрацією
Регстраційний № 21874
у реєстрі суб'єктів підприємницької
діяльності
від "29" _____ 2004 р.

Заступник голови

 Н. М. Кондрашова



ЗАТВЕРДЖЕНО

Розпорядженням Керівника
Державного управління справами
від 19 березня 2004 р. № 154



СТАТУТ

Державного підприємства

"Готель "УКРАЇНА"

Зміни внесені 28.04.04
ДП "Готель "Україна" району
№ 27035
06 / 04 / 1999
Кондрашова

м. Київ
2004 рік

Стаття 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Державне підприємство "Готель "Україна" (далі – Готель) засноване на державній власності Державним управлінням справами відповідно до Розпорядження Керівника Державного управління справами від 19 березня 2004 року № 154 і є правонаступником державного підприємства "Готель "Україна" Управління справами Верховної Ради України, переданого в управління Державного управління справами згідно із Постановою Верховної Ради України "Про передачу цілісного майнового комплексу державного підприємства "Готель "Україна" в управління Державного управління справами" від 19 лютого 2004 року № 1511-IV, розпорядженням Кабінету Міністрів України від 12 лютого 2004 року № 76-р "Про передачу цілісного майнового комплексу державного підприємства "Готельний комплекс "Київ".

1.2. Назва та організаційно - правова форма Готелю:

Повна назва – Державне підприємство "Готель "Україна";

Скорочена назва – ДП "Готель "Україна"

1.3. Органом управління майном щодо Готелю є Державне управління справами.

1.4. Місцезнаходження:

01001, Україна, м. Київ, вул. Інститутська, 4.

Стаття 2. МЕТА ТА ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ

2.1. Готель створено з метою забезпечення високоякісного прийому, обслуговування, тимчасового проживання, харчування та надання інших послуг громадянам, що прибули у відрядження до органів виконавчої та законодавчої влади, урядовим делегаціям, громадянам України та іноземних держав.

2.2. Предметом діяльності Готелю є:

Готельно-побутове обслуговування

- надання готельно-побутових послуг з проживання, відпочинку та харчування громадян, які прибули у відрядження, учасників урядових заходів, що здійснюються центральними органами влади, членів парламентських і урядових делегацій інших країн;
- здійснення за дорученням органу управління майном обслуговування прийомів, зборів, нарад та інших Урядових заходів;
- надання готельних послуг іншим фізичним та юридичним особам;
- надання готельних послуг туристам та іншим окремим категоріям споживачів в порядку, передбаченому чинним законодавством України;
- забезпечення тимчасовим житлом учасників державних та інших протокольних заходів;
- експлуатація будинків, обладнання, комунікацій, підтримка їх в належному стані, здійснення капітальних та поточних ремонтів;
- надання інших готельних послуг згідно з чинним законодавством України.

Додаток Б

Фінансова звітність готелю «Україна» станом на 2020 рік

Додаток 3 до Типових форм фінансової (звітності) бухгалтерського обліку 1 "Звітання власниці про фінансову звітність"

Дата (рік, місяць, день)

ДОКУМЕНТ ПІДПИСАНО	
за ЄДРПОУ	22920100
за ІСЄАТ/У	4018200000
за ІСЄІФ/І	140
за КНЕД	53,10

Підприємство **ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИЄМСТВО "ГОТЕЛЬ "УКРАЇНА"**

Територія **м. Київ, Печерський р-н**

Організаційно-правова форма господарювання **Державне підприємство**

Вид економічної діяльності **Діяльність готелів**

Середня кількість працівників **195**

Адреса, телефон **вулиця Ілзекутська, буд. 4, ПЕЧЕРСЬКИЙ р-н, м. КИЇВ, 04001**

2790333

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний добуток) (форма №2), грошово певнізації якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "У" у відповідній клітинці):
за національними (або зарубіжними) бухгалтерськими обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

У

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

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код риска	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	62	10
первісна вартість	1001	1 048	1 048
накопичена амортизація	1002	986	1 038
1003	-	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1010	45 138	41 238
Основні засоби	1011	130 993	130 181
1012	103 837	108 953	-
1013	-	-	-
Інвестиційна нерухомість	1016	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1020	-	-
Довгострокові біологічні активи	1021	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	-	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:	-	-	-
які обліковуються за встановленою вартістю в валюті і інших підприємств	1030	-	-
1031	-	-	-
1032	-	-	-
1033	-	-	-
1034	-	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
1041	-	-	-
1042	-	-	-
Гудвил	1050	-	-
1051	-	-	-
Підприємстві накопичені витрати	1060	-	-
1061	-	-	-
Залишок коштів у консолідованих страхових резервних фондах	1090	-	-
1091	-	-	-
Усього за розділом I	1095	45 200	41 238
II. Оборотні активи			
Залишки	1100	4 026	1 669
Вироблені запаси	1101	2 061	722
1102	-	-	-
Незавершене виробництво	1103	-	-
Готові продукти	1104	2 025	947
Товари	1110	-	-
Поточні біологічні активи	1111	-	-
1112	-	-	-
Депозити переуступання	1120	-	-
Векселі одержані	1121	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 742	440
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	-	-	-
за виданими авансами	1130	-	-
з бюджетом	1135	175	222
у тому числі з податку на прибуток	1136	165	165
1137	-	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з зарплатних доходів	1140	-	-
1141	-	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
1155	1 116	375	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1160	-	-
1161	-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	4 410	1 269
1166	194	74	-
1167	2 171	960	-
Резерви в банках	1170	8	7
1171	-	-	-
Витрати майбутніх періодів	1180	-	-
1181	-	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	-	-	-
у тому числі в:	-	-	-
резервах довгострокових зобов'язань	1182	-	-
1183	-	-	-
резервах збитків або резервах наліжних витрат	-	-	-
резервах незароблених премій	1184	-	-

Продовження Додатку Б

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші обороти активів	1190	416	447
Усього за розділом II	1195	11 893	4 447
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1290	-	-
Баланс	1390	57 093	45 685

Назва	Код радика	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (дійсний) капітал	1400	11 096	11 606
Внески до зареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1403	-	-
Додатковий капітал	1410	38 533	38 533
Обліговий фонд	1411	-	-
Належності курсової різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1413	-	-
Нерозподілений прибуток (збиток) (збиток)	1420	(5 793)	(20 376)
Неоплачений капітал	1423	-	-
Виключений капітал	1430	-	-
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	43 746	29 163
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Підприємні податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільові фінансування	1525	-	-
Істагодівня допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	-	-
резерв збитків або резерв належних витрат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Презервний фонд	1540	-	-
Резерв на виплату дисконту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Венчурні вклади	1605	-	-
Поточна кредиторська зборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	5 350	4 683
розрахунки з бюджетом	1620	1 825	5 400
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунки зі страхування	1625	365	250
розрахунки з оплати праці	1630	1 435	1 198
Поточна кредиторська зборгованість за розрахунками авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська зборгованість за розрахунками з учасниками	1640	39	-
Поточна кредиторська зборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська зборгованість за спільною діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	2 950	1 357
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від нерезидентів	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 383	4 046
Усього за розділом III	1695	13 347	16 532
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста зарплата, акції належні недержавному пенсійному фонду	1800	-	-
Баланс	1390	57 093	45 685



Керівник
Головний бухгалтер

Ельза Бісціль
Олександрівна



Василь Богдан Михайлович
Іує Людмила Олександрівна

1 Відповідає за розкриття, адекватному контролюючому органу виконавчої влади, що розглядає державну політику у сфері статистики.

Продовження Додатку Б

Підприємство ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИЄМСТВО "ГОТЕЛЬ "УКРАЇНА"
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за СДРПОУ

КОДИ		
2021	01	01
22026108		
ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2020 Р-

Форма №2 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	34 720	142 128
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховування	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(34 732)	(111 407)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	-	30 721
збиток	2095	(12)	(-)
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	920	611
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	(11 844)	(23 176)
Витрати на збут	2150	(1 721)	(6 216)
Інші операційні витрати	2180	(1 925)	(1 651)
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	-	289
збиток	2195	(14 582)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	-	-
Інші доходи	2240	7	25
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(-)	(-)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження Додатку В

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	-	314
збиток	2295	(14 575)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-	-
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	-	314
збиток	2355	(14 575)	(-)

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	(14 575)	314

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	11 630	42 710
Витрати на оплату праці	2505	14 314	38 959
Відрахування на соціальні заходи	2510	3 228	8 403
Амортизація	2515	5 945	8 777
Інші операційні витрати	2520	15 105	43 601
Разом	2550	50 222	142 450

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	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Василий Богдан Михайлович

Василий Богдан Михайлович

Головний бухгалтер

ЕП Іус Людмила
Олександрівна

Іус Людмила Олександрівна



Закінчення Додатку Б

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Передбачено контрактом					Фактичне виконання				
			за кварталами				на кінець року	за кварталами				на кінець року
			I	II	III	IV		I	II	III	IV	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	II. Показники майнового стану підприємства											
8.	Необоротні активи, у тому числі:	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	41 553,0	0,0	0,0	0,0	0,0	41 238,0
	основні фонди:											
	залишкова вартість	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	40 138,0	0,0	0,0	0,0	0,0	41 228,0
	знос	%	0,00	0,00	0,00	0,00	73,5	0,00	0,00	0,00	0,00	72,55
	незавершене будівництво	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	1 275,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	нематеріальні активи	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	140,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0
9.	Оборотні активи, у тому числі:	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	10 843,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4 447,0
	запаси	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	2 897,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1 669,0
	дебіторська заборгованість	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	2 197,0	0,0	0,0	0,0	0,0	440,0
	фінансові інвестиції	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	грошові кошти та їх еквіваленти	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	3 124,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1 269,0
10.	Власний капітал	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	43 861,0	0,0	0,0	0,0	0,0	29 163,0
11.	Кредиторська заборгованість, у тому числі:	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	7 338,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	за товари, роботи, послуги	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	2 468,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4 085,0
	перед бюджетами	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	2 060,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5 400,0
	перед державними цільовими фондами	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	з оплати праці	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	1 250,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1 198,0

Керівник підприємства

Василів Богдан Михайлович
(ініціали, прізвище)

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

Додаток В

Фінансова звітність готелю «Україна» станом на 2019 рік

Додаток І
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку І "Звітний вплив до фінансової звітності"

Дата (рок, місяць, день) **ДОКУМЕНТУВАННЯ**
за ЄДРПОУ 22926100
за КОАТУУ 8038200000
за КОПІФГ 140
за КВЕД 55.10

2790333

Підприємство **ДЕРЖАННЕ ПІДПРИЄМСТВО "ГОТЕЛЬ "УКРАЇНА"**
Територія **м.Київ** **Печерський р-н**
Організаційно-правова форма господарювання **Державне підприємство**
Вид економічної діяльності **Діяльність готелів**
Середня кількість працівників **251**
Адреса, телефон **вулиця Інститутська, буд. 4, ПІВЧЕРСЬКІЙ Р-Н, м. КИЇВ, 01001**
Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного знаку (окрім розлігу IV з'яту про фінансовий результат (Звіт про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого заводяться в гривнях з копійками)
Складено (зробити позначку "V" у відповідній клітинці)
за національними (стандартними) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2019 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рідься	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	115	62
первісна вартість	1001	1 039	1 048
накопичена амортизація	1002	924	986
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 267	-
Основні засоби	1010	40 311	45 138
первісна вартість	1011	140 408	150 995
знос	1012	100 097	105 857
інвестиційна веруємість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної веруємості	1016	-	-
знос інвестиційної веруємості	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	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у акціонарських опціонних резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	41 693	45 280
II. Оборотні активи			
Залишки	1100	2 853	4 026
Виробничі запаси	1101	1 959	2 001
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	894	2 025
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дивіденди переотримані	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцією, товари, роботи, послуги	1125	3 023	1 742
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	-	-
з бюджетом	1135	393	375
у тому числі з податку на прибуток	1136	120	165
Дієторська заборгованість за розрахунками з зарплатних доводів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	792	1 116
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Трощі та їх еквіваленти	1165	4 025	4 410
Готівка	1166	247	191
Рухомі в бізнес	1167	2 181	2 171
Витрати майбутніх періодів	1170	18	8
Частина переотримань у страхових резервах у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1180	-	-
резервах збитків або резервах взаємних пов'язань	1182	-	-
резервах незароблених дивідендів	1183	-	-

Продовження Додатку В

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	267	416
Усього за розділом II	1198	11 371	11 893
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	53 064	57 093
Пасиви			
I. Власний капітал	1	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
Зарезервовані (пайовий) капітал	1400	11 006	11 006
Внески до зарезервованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	38 533	38 533
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1413	-	-
Нерозподілений прибуток (залежний збиток)	1420	(5 824)	(5 703)
Наслідковий капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	43 715	43 746
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Заняті зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредитні банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Вигодний допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань	1532	-	-
резерв збитків або резерв невласних витрат	1533	-	-
резерв амортизації активів	1534	-	-
інші страхові резерви	1535	-	-
Інвестиційні контракти	1540	-	-
Інші фонди	1545	-	-
Резерв на виплату дивидендів	1549	-	-
Усього за розділом II	1598	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Корс-контрактні кредитні банків	1600	-	-
Векселі вдаті	1605	-	-
Поточна кредиторська зобов'язаність за довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	3 684	5 350
розрахунки з бюджетом	1620	1 369	1 825
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1622	371	363
розрахунками з емітентами	1623	1 264	1 435
Поточна кредиторська зобов'язаність за операціями з активами	1635	-	-
Поточна кредиторська зобов'язаність за розрахунками з учасниками	1640	68	39
Поточна кредиторська зобов'язаність із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська зобов'язаність за страхового діяльності	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	1 496	2 950
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Часточкові комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 106	1 383
Усього за розділом III	1695	9 349	13 347
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	53 064	57 093

Керівник


Василь Богдан Михайлович

Василь Богдан Михайлович

Головний бухгалтер


Іус Людмила Олександрівна

Іус Людмила Олександрівна

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

Закінчення Додатку В

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Передбачено контрактом					Фактичне виконання				
			за кварталами				на кінець року	за кварталами				на кінець року
			I	II	III	IV		I	II	III	IV	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	II. Показники майнового стану підприємства											
8.	Необоротні активи, у тому числі:	тис. грн	0,0	0,0	0,0	52 753,0	52 753,0	40 925,0	42 493,0	43 791,0	45 200,0	0,0
	основні фонди:											
	залишкова вартість	тис. грн	0,0	0,0	0,0	51 200,0	51 200,0	40 085,0	41 691,0	43 136,0	45 138,0	0,0
	знос	%	0,00	0,00	0,00	68,51	68,51	71,69	71,17	70,78	70,11	0,00
	незавершене будівництво	тис. грн	0,0	0,0	0,0	1 286,0	1 286,0	741,0	717,0	585,0	0,0	0,0
	нематеріальні активи	тис. грн	0,0	0,0	0,0	267,0	267,0	100,0	85,0	70,0	62,0	0,0
9.	Оборотні активи, у тому числі:	тис. грн	0,0	0,0	0,0	7 846,0	7 846,0	10 938,0	11 041,0	11 614,0	11 893,0	0,0
	запаси	тис. грн	0,0	0,0	0,0	1 310,0	1 310,0	3 201,0	1 864,0	1 711,0	4 026,0	0,0
	дебіторська заборгованість	тис. грн	0,0	0,0	0,0	4 037,0	4 037,0	1 399,0	2 155,0	2 416,0	1 742,0	0,0
	фінансові інвестиції	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	грошові кошти та їх еквіваленти	тис. грн	0,0	0,0	0,0	2 280,0	2 280,0	3 808,0	4 499,0	5 179,0	4 410,0	0,0
10.	Власний капітал	тис. грн	0,0	0,0	0,0	43 715,0	43 715,0	43 719,0	43 774,0	43 823,0	43 746,0	0,0
11.	Кредиторська заборгованість, у тому числі:	тис. грн	0,0	0,0	0,0	16 884,0	16 884,0	7 016,0	7 791,0	8 496,0	10 397,0	0,0
	за товари, роботи, послуги	тис. грн	0,0	0,0	0,0	12 203,0	12 203,0	2 867,0	3 011,0	3 117,0	5 350,0	0,0
	перед бюджетами	тис. грн	0,0	0,0	0,0	2 906,0	2 906,0	1 841,0	2 072,0	2 404,0	1 825,0	0,0
	перед державними цільовими фондами	тис. грн	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	з оплати праці	тис. грн	0,0	0,0	0,0	1 775,0	1 775,0	1 078,0	1 298,0	1 296,0	1 435,0	0,0

Керівник підприємства

(підпис)

Василів Богдан Михайлович
(ініціали, прізвище)

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

Додаток Г

Фінансова звітність готелю «Україна» станом на 2018 рік

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

Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
2019 01 01	2019 01 01
за СДРГОУ	22926100
за КОДАТУ	8038200000
за КОПФГ	140
за КВЕД	55.1

Підприємств ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИЄМСТВО "ГОТЕЛЬ "УКРАЇНА"
Територія ПЕЧЕРСЬКИЙ
Організаційно-правова форма господарювання Державне підприємство
Вид економічної діяльності Діяльність готелів і подібних закладів тимчасового
Середня кількість працівників 241
Адреса, телефон Заступська, 4, м. Київ, Печерський, 01001, Україна, 044 279 03 35

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного знаку (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма № 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)
Складена (зроблена позначку "у" у відповідній клітинці)
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2018 р.

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	206	115
первісна вартість	1001	1 039	1 039
накопичена амортизація	1002	833	924
Незавершені капітальні інвестиції	1005	2 269	1 267
Основи засоби	1010	41 491	40 311
первісна вартість	1011	126 951	140 408
знос	1012	85 460	100 097
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	0
Знос інвестиційної нерухомості	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств інші фінансові інвестиції	1030	0	0
1035	0	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	43 966	41 693
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	2 281	2 853
Вироблені запаси	1101	1 656	1 969
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	605	884
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Договори перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцією, товари, роботи, послуги	1125	2 284	3 023
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за податковими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	121	393
у тому числі з податку на прибуток	1136	120	120
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інші поточні дебіторська заборгованість	1155	1 025	792
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	3 686	4 025
Готівка	1166	445	247
Рахунки в банках	1167	2 255	2 381
Витрати майбутніх періодів	1170	13	18
Частина перестрахованих у страхових резервах у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1180	0	0
1181	0	0	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незадовблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	544	267
Усього за розділом II	1195	9 934	11 371
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	53 900	53 064

Продовження Додатку Г

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	11 006	11 006
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	38 533	38 533
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(5 855)	(5 824)
Нсплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	43 684	43 715
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	2 986	3 684
розрахунками з бюджетом	1620	1 116	1 360
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	288	371
розрахунками з оплати праці	1630	923	1 264
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	37	68
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	1 816	1 496
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	3 050	1 106
Усього за розділом III	1695	10 216	9 349
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та грошима вибуття			
Чиста вартість акцій іншої компанії в очікуванні продажу	1700	0	0
Баланс	1800	0	0
Усього за розділом IV	1900	0	0
Баланс	1900	53 900	53 064

Керівник

Головний бухгалтер



Василів Богдан Михайлович

Іве Людмила Олександрівна

Продовження Додатку Г

Підприємство ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИСМСТВО "ТОТЕЛЬ "УКРАЇНА"
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ
2019.01.01
22926100

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2018 рік

Форма N 2 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	148 872	116 460
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, започа суми	2011	0	0
Премії, передачі у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестрахованих у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(122 595)	(96 058)
Чисті повесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий:			
прибуток	2090	26 277	20 402
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестрахованих в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	884	705
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання когнів, нивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(20 291)	(15 346)
Витрати на збут	2150	(4 919)	(4 139)
Інші операційні витрати	2180	(1 680)	(1 441)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	271	181
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	25	25
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	296	206
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	296	206
збиток	2355	(0)	(0)

Продовження Додатку Г

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Доходівка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Доходівка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	296	206

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	40 575	16 987
Витрати на оплату праці	2505	31 654	21 347
Відрахування на соціальні заходи	2510	6 906	4 707
Амортизація	2515	16 692	18 469
Інші операційні витрати	2520	53 658	42 002
Разом	2550	149 485	103 512

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	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

д/н

Керівник

Головний бухгалтер



Василь Богдан Михайлович

Іус Людмила Олександрівна

Фактори впливу на діяльність готелю «Україна»

Опис чинника	Балова оцінка впливу чинника (1 - найменший, 3 - найбільший)	Вагомість чинника (балова оцінка певного чинника / сума балових оцінок усіх чинників)	Оцінка ймовірності зміни чинників (1 - низька, 5 - висока)					Середня оцінка експертів (сума оцінок всіх експертів / кількість експертів)	Оцінка з поправкою на вагу (стовбець 5 * стовбець 3)
			експерт 1	експерт 2	експерт 3	експерт 4	експерт 5		
політичні чинники (Р)									
Податкова політика (тарифи та пільги)	2	0,03	3	4	3	4	3	3,4	0,10
Антимонопольне та трудове законодавство	3	0,04	2	2	3	3	2	2,4	0,11
Законодавство з охорони навколишнього середовища	2	0,03	3	3	3	3	3	3,0	0,09
Свобода інформації та незалежність ЗМІ	1	0,01	2	2	1	2	1	1,6	0,02
Митна система	3	0,04	3	3	4	4	3	3,4	0,15
Підсумок за групою чинників (Р)	11	x	x	x	x	x	x	13,8	x
ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ (Е)									
Темпи зростання економіки	2	0,03	3	3	4	5	3	3,6	0,11
Рівень інфляції і процентні ставки	2	0,03	4	5	5	5	4	4,6	0,14
Курси основних валют	3	0,04	4	5	5	5	5	4,8	0,21
Рівень наявних доходів населення	3	0,04	3	4	3	2	4	3,2	0,14
Кредитно-грошова і податково-бюджетна політика країни	2	0,03	2	2	3	3	2	2,4	0,07
Підсумок за групою чинників (Е)	12	x	x	x	x	x	x	18,6	x
СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ТА ДЕМОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ (S)									
Рівень охорони здоров'я	2	0,03	2	1	2	2	2	1,8	0,05
Вимоги до якості продукції і рівню сервісу	3	0,04	1	2	3	2	2	2,0	0,09
Культура формування заощаджень і кредитування в суспільстві	1	0,01	2	2	1	2	2	1,8	0,03
Спосіб життя і звички споживання	1	0,01	1	2	2	2	2	1,8	0,03
Підсумок за групою чинників (S)	7	x	x	x	x	x	x	7,4	x
ТЕХНОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ (Т)									
Рівень інновацій та технологічного розвитку галузі	3	0,04	3	3	2	4	4	3,2	0,14
Витрати на дослідження і розробки	3	0,04	3	2	2	4	3	2,8	0,12
Доступ до новітніх технологій	2	0,03	2	3	3	2	3	2,6	0,08
Ступінь використання, впровадження та передачі технологій	2	0,03	2	4	2	4	3	3,0	0,09
Ставлення до натуральним і екологічно-чистим продуктам	3	0,04	3	4	5	4	3	3,8	0,17
Підсумок за групою чинників (Т)	13	x	x	x	x	x	x	15,4	x
ЗАГАЛЬНИЙ ПІДСУМОК	68	x	x	x	x	x	x	55,2	x