

Dare de seamă anuală privind activitatea economico-financiară a Î.S. Hotelul „Zarea” pentru anul 2025

Domeniul de activitate

Întreprinderea de stat Hotelul „Zarea” este o întreprindere care activează în baza principiilor de autogestiuune și autofinanțare, fondator al întreprinderii este Agenția Proprietății Publice. Hotelul este amplasat în centrul orașului adiacent diverselor clădiri, monumente istorice, instituții publice/ private și instituții de învățământ superior. Întreprinderea prestează servicii de cazare pentru cadrele didactice din instituțiile de învățământ, studenții din țară și de peste hotare, elevii din R.Moldova participanți la diverse concursuri, olimpiade, competiții sportive precum și studenții din România, care își fac studiile la ULIM.

O experiență inedită pentru întreprindere, a fost prestarea serviciilor de cazare pentru participanții sportivi din diverse țări, precum Georgia, Armenia în cadrul competițiilor organizate de Clubul sportiv „GARUDA”.

În acest context, întreprinderea a prestat servicii de cazare și pentru participanți ai Festivalului Internațional de Muzică Corală „A ruginit frunza din vii” Ediția a XVII, organizat de AO Asociația Muzical-Corală, Președinte Elena Marian. Au fost stabilite relații de parteneriat cu Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați, Centrul de Excelență în Economie și Finanțe a R.Moldova, precum și Federația de box și TIR.

Totodată pe parcursul acestui an, ÎS Hotelul „Zarea” entitate a Agenției Proprietății Publice, a conlucrat și cu beneficiari din România, întru obținerea unui parteneriat rodnic, găzduind astfel participanți ai mai multor Ansambluri Folclorice.

În cadrul hotelului se cazează cadre didactice, care participă în calitate de evaluatori la verificarea lucrărilor elevilor la examenele de bacalaureat, turiști din diferite țări, oaspeți ai capitalei, precum și participanți ai olimpiadelor organizate de Ministerul Educației și Cercetării a R.Moldova .

Misiunea/scopul principal și obiectivele

Obiectivele principale sunt supremația pe piață, extinderea prin furnizarea în mod continuu de produse, servicii, soluții utile și semnificative pe piața internă. Schimbările de pe piață trebuie văzute ca o oportunitate de dezvoltare, folosirea profitului și abilităților pentru a dezvolta și realiza produse, servicii și soluții inovatoare care să satisfacă necesitățile clienților.

Analiza SWOT

Puncte tari	Puncte slabe
-------------	--------------

- localizarea hotelului; - prețuri mai mici la produse și servicii în comparație cu potențialii concurenți; - promovarea produselor și serviciilor pe plan local și internațional.	- concurența cu hotelurile noi, care au o infrastructură bine dezvoltată; - lipsa spațiilor amenajate pentru săli de conferință; - puține numere de lux și semilux; - amplasarea cafe-barului la etajul 5.
Oportunități	Amenințări
- potențialul turistic al zonei; - dezvoltarea de parteneriate între agenți economici locali și cei străini.	- participarea activă a proprietarilor apartamentelor care prestează servicii de o calitate mai înaltă la un preț mai redus; - eficiența scăzută a utilizării resurselor disponibile; - creșterea considerabilă a prețurilor la serviciile comunale, în special la agentul termic.

În cadrul Î.S. Hotelul „Zarea”, strategiile au fost aplicate prin prisma mixului de marketing:

Strategiile de produs

Studiind strategiile de produs adoptate de Î.S. Hotelul „Zarea” cel mai bine este să evidențiem poziționarea hotelului spre o strategie de calitate a serviciilor oferite. Chiar dacă în ultimii 4 ani din cauza crizei gazelor naturale și războiului la hotarul R.Moldova, acestea avînd un impact major în activitatea economico-financiară a întreprinderii, administrația hotelului s-a bazat pe furnizarea de servicii calitative. Aprecierile de pe platformele online din partea clienților pot demonstra acest fapt. Curățenia, locația și amabilitatea personalului sunt clasate în poziție pozitivă, conform datelor de pe platforma www.booking.com. Astfel, hotelul tinde spre a-și îndeplini misiunea de bază de a oferi oaspeților o experiență care să depășească așteptările și de a oferi servicii calitative.

Strategiile de preț adoptate de Î.S. Hotelul „Zarea”

Pe lângă strategiile de produs aplicate în cadrul hotelului și strategiile de preț au un rol primordial în îndeplinirea misiunii. O strategie de preț adoptată de Î.S. Hotelul „Zarea” este orientarea după prețurile concurenților aplicate pe piață. Astfel administrația hotelului monitorizează în permanență tarifele concurenților și serviciile incluse în tarifele respective. Pe lângă tarifele aplicate, managerii atrag o atenție sporită și la categoria de stele, oferte sau reduceri promovate de hotelurile concurente, activitățile de promovare etc.

O altă strategie de preț ce și-a propus a fi aplicată de Î.S. Hotelul „Zarea” - stabilirea tarifelor pe bază de prognoză. Atunci când se stabilesc prețurile camerelor disponibile pentru viitor, prognoza este un factor important de luat în considerare. Iar pentru aceasta, este nevoie de un istoric al rezervărilor din lunile anterioare bazat

pe sezon, evenimente, cereri și promoții pentru a face o prognoză exactă. Pe lângă cele expuse mai sus, conducerea hotelului va aplica strategia prețurilor diferențiate. Această strategie se bazează pe sezonabilitate și fluctuațiile cererii de produse hoteliere pe teritoriul Republicii Moldova. În plus, elementul cheie al implementării acestei strategii este rata de ocupare a numerelor din hotel. Prin urmare, dacă rata de ocupare depășește 60%, administrația hotelului va stabili un preț mai mare pentru camerele rămase. Și, în cazul unei rate de ocupare mai scăzute, managerul aplică un tarif mai mic.

Hotelul „Zarea” s-a orientat și pe aplicarea unor reduceri. Astfel în perioada sărbătorilor pot fi aplicate reduceri cu până la 5-7%. La fel, și în cazul rezervărilor de grup, în dependență de numărul turiștilor cazați hotelul aplică reduceri cu până la 7%, iar fiecare rezervare de grup este negociată în mod individual.

Strategia de distribuție

Pe lângă strategiile de produs și preț, considerăm că strategia de distribuție, este cheia succesului rezervărilor. Astfel, Î.S. Hotelul „Zarea” folosește canale de plasare atât directe cât și indirecte bazate pe o strategie de distribuție: www.booking.com, www.lista.md, www.101hotels.com, www.hotelzarea.com, pagina facebook a hotelului, agențiile de turism.

În anul 2026, ne propunem să utilizăm platforma www.localbooking.md pentru plasarea serviciilor turistice.

Strategia de promovare

În orice afacere, o strategie durabilă este esențială pentru construirea unui brand, atragerea de noi clienți și menținerea loialității. Industria ospitalității nu este diferită. Prin urmare, importanța strategiei de promovare în industria hotelieră se datorează faptului că ajută la continuitatea afacerii prin evidențierea acesteia pe piața hotelieră.

O opțiune strategică implementată de către administrația hotelului este proactivitatea din partea managementului reputației hoteliere. Chiar și cele mai bune hoteluri vor supăra oaspeții din când în când. De obicei, acei oameni își vor expune plângerile pe platformele de rezervări și pe rețelele de socializare, astfel încât orice hotel va primi una sau două recenzii negative. În acest caz, administrația hotelului consideră foarte util va fi un feedback constructiv, la fel aceste nemulțumiri ar trebui să fie văzute și ca sugestii pentru îmbunătățirea calității serviciilor viitoare.

Veniturile activității economice

Începând cu anul 2025, în cadrul Î.S. Hotelul „Zarea” au fost întreprinse următoarele acțiuni:

1. La începutul anului 2025 în cadrul Î.S. Hotelul „Zarea” conform Procesului-verbal nr.1 din 24.02.2025 al ședinței Consiliului de Administrație a Î.S. Hotelul „Zarea”,

au fost transmise în locațiune spațiile neutilizabile ale hotelului cu suprafața totală de 507,28 m.p. pentru 12 agenți economici.

2. Au fost încheiate contracte privind prestări servicii hoteliere cu noi beneficiari, fapt ce a contribuit la majorarea venitului întreprinderii.

3. În luna februarie-martie 2025, Î.S. Hotelul „ZAREA” a participat ca operator economic în cadrul procedurii de achiziție publică „Licitație decșhisă” privind achiziționarea serviciilor de cazare pentru anul 2025 în valoare de 2 241 000.00 lei, în urma căruia a fost desemnată câștigătoare. Drept urmare, a fost încheiat contractul privind achiziționarea serviciilor de cazare pentru sesiunea de bacalaureat anul 2025 cu Agencia Națională pentru Curriculum și Evaluare.

4.Ținând cont de cheltuielile mari pentru energia termică, pentru evacuarea deșeurilor, apă și canalizare, precum și energie electrică pe care le suportă întreprinderea, ne-am propus optimizarea cheltuielilor respective pentru eficientizarea activității întreprinderii. În acest context, au fost instalate contoare pentru energie electrică, sisteme de iluminare Led/ senzor de mișcare, au fost schimbate contoarele la energia termică și inițiate reparații la sistemul de încălzire centralizată, măsuri pe care ne propunem să le implimentăm și în anul 2026.

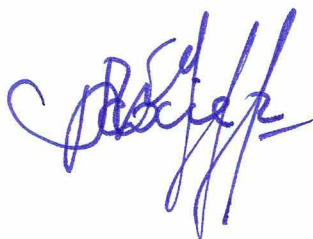
Astfel, din veniturile obținute a fost posibilă efectuarea unor lucrări de reparații curente de urgență atât în secțiile afectate de inundații, cât și în unele numere aflate într-o stare deplorabilă și neutilizabilă. Totodată a fost stinsă o mare parte din datoria acumulată pentru energia termică. Au fost procurate bunuri indispensabile activității hoteliere. Ca rezultat fiind posibilă asigurarea continuității activității productive a hotelului și a obținerii unui profit din activitatea întreprinderii.

Pentru anul 2025 în rezultatul activității economico-financiare a Î.S. Hotelul „Zarea” a înregistrat **venituri** în sumă **9750840,00 lei** și **cheltuieli** în sumă de **9722087, 00 lei**.

În contextul situațiilor menționate supra, în anul 2025 Î.S. Hotelul „Zarea” a înregistrat profit în sumă de **28 753, 00 lei**.

Pentru anul 2026 Î.S. Hotelul „Zarea” își propune să atingă la cote maxime punctele tari și oportunitățile stabilite în Analiza SWOT din planul de afaceri al întreprinderii, iar punctele slabe și amenințările să fie reduse cât mai mult posibil, iar pe pentru viitor chiar excluse din planul de afaceri al entității.

Directoare



Argentina Cocier