

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут
«Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій

ДО ЗАХИСТУ
Завідувачка
кафедри готельно-ресторанного
бізнесу та харчових технологій
к.е.н., доцент Данько Н.І.

Кваліфікаційна робота магістра
на тему: «Обґрунтування доцільності реалізації інвестиційного проекту
щодо створення закладу ресторанного типу»

Виконав: студент 6 курсу, групи УГР-61
Спеціальність 241
«Готельно-ресторанна справа»
Бойко Матвій Станіславович

Керівник
докт. екон. наук, доцент Строкович Г.В.

Рецензент
канд. екон. наук, доцент Шамара І.М.

Підсумкова оцінка:
За шкалою ЗВО _____
Кількість балів _____

Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. КАРАЗІНА

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

Студента Бойко Матвій Станіславович

Курсу _____ ІІ _____ групи УГР-61

Тема дипломної роботи «Обґрунтування доцільності реалізації інвестиційного проекту щодо створення закладу ресторанного типу»
затверджена наказом від “26”10.2021 року № 0210-05/ 2086

Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
РОЗДІЛ 1 Теоретичні основи аналізу інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу	25.10.2024	
РОЗДІЛ 2 Аналіз стану інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу	26.11.2024	
РОЗДІЛ 3 Формування інвестиційного проекту щодо створення закладу ресторанного типу	26.11.2024	
РОЗДІЛ 3 Охорона праці та безпека в готельно-ресторанному бізнесі		

Термін подання дипломної роботи на кафедру 1.12.2024 р.

Термін та результати попереднього захисту (допуск/недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 18-20.11.2024 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ _____ Г.В. Строкович

Дата видачі завдання 1.03.2024 р.

Завдання прийняте до виконання дипломником Бойко М.С.

Завідувача кафедри

готельно-ресторанного бізнесу

та харчових технологій _____ доцент Н. І. Данько

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота містить: 101 сторінку, 19 таблиць, 19 рисунків, 84 літературних джерела.

НАЗВА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ: «Обґрунтування доцільності реалізації інвестиційного проекту щодо створення закладу ресторанного типу».

ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ: теоретичні основи та методичні підходи до аналізу інвестиційної привабливості бізнесу, практичні рекомендації щодо планування економічної ефективності реалізації проекту зі створення ресторану.

ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ: аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу та обґрунтування інвестиційного проекту щодо створення закладу ресторанного типу.

МЕТА РОБОТИ: це формування та обґрунтування інвестиційного проекту щодо створення закладу ресторанного типу.

ЗАВДАННЯ РОБОТИ: обґрунтувати сутність поняття «інвестиційна привабливість»; проаналізувати методичні основи аналізу інвестиційної привабливості бізнесу; ідентифікувати фактори, що впливають на інвестиційну діяльність у готельно-ресторанній галузі; здійснити аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу України; провести аналіз обсягів реалізованих послуг та податкових надходжень від туристичної галузі; проаналізувати готельно-ресторанний ринок України; провести стратегічний аналіз створення нового ресторану; розробити концепцію проекту щодо створення ресторану; здійснити планування економічної ефективності реалізації проекту зі створення ресторану; проаналізувати заходи з безпеки життєдіяльності в закладах ресторанного бізнесу.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ: методи теоретичного узагальнення, системний підхід, контент-аналіз, методи аналізу та синтезу, компаративний аналіз, економічний та інвестиційний аналіз, спостереження, узагальнення.

НАУКОВА НОВИЗНА ДОСЛІДЖЕННЯ: за результатами проведених досліджень існуючих теоретичних та практичних положень, актуальних статистичних даних, автором запропоновано інвестиційний проект щодо створення закладу ресторанного типу.

Одержані результати можуть бути використані в організації роботи готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

РІК ВИКОНАННЯ 2024 РІК ЗАХИСТУ 2024

КЛЮЧОВІ СЛОВА: АНАЛІЗ, ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС, ФАКТОРИ, РИНОК, СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ, ПРОЕКТ, ЕФЕКТИВНІСТЬ, ОХОРОНА ПРАЦІ.

ABSTRACT

The qualification work comprises: 101 pages, 19 tables, 19 figures, and 84 references.

TITLE OF THE QUALIFICATION WORK: "Justification for the Feasibility of Implementing an Investment Project for the Establishment of a Restaurant-Type Facility."

RESEARCH SUBJECT: Theoretical foundations and methodological approaches to analyzing business investment attractiveness, as well as practical recommendations for planning the economic efficiency of a restaurant project implementation.

RESEARCH OBJECT: Analysis of the investment attractiveness of the hospitality and restaurant industry and justification for an investment project to establish a restaurant-type facility.

PURPOSE OF THE WORK: To develop and substantiate an investment project for the establishment of a restaurant-type facility.

TASKS OF THE WORK: to substantiate the essence of the concept of "investment attractiveness."; to analyze methodological foundations for assessing business investment attractiveness; to identify factors influencing investment activity in the hospitality and restaurant industry; to analyze the investment attractiveness of Ukraine's hospitality and restaurant business; to analyze the volume of services provided and tax revenues from the tourism sector; to analyze the hotel and restaurant market in Ukraine; to conduct a strategic analysis for establishing a new restaurant; to develop a project concept for creating a restaurant; to plan the economic efficiency of implementing the restaurant project; to analyze safety measures in restaurant business operations.

RESEARCH METHODS: Methods of theoretical generalization, systems approach, content analysis, methods of analysis and synthesis, comparative analysis, economic and investment analysis, observation, and generalization.

SCIENTIFIC NOVELTY OF THE RESEARCH: Based on the conducted analysis of existing theoretical and practical provisions and relevant statistical data, the author has proposed an investment project for the establishment of a restaurant-type facility.

The results obtained can be used to organize operations in the hospitality and restaurant industry in Ukraine.

YEAR OF COMPLETION: 2024 **YEAR OF DEFENSE:** 2024

KEYWORDS: Analysis, investment attractiveness, hospitality and restaurant business, factors, market, strategic analysis, project, efficiency, labor safety.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	6
1.1. Сутність поняття «інвестиційна привабливість».....	6
1.2. Методичні основи аналізу інвестиційної привабливості бізнесу.....	13
1.3. Фактори, що впливають на інвестиційну діяльність у готельно-ресторанній галузі.....	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	33
2.1. Аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу України.....	33
2.2. Аналіз обсягів реалізованих послуг та податкових надходжень від туристичної галузі.....	45
2.3. Аналіз готельно-ресторанного ринку України.....	51
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ЩОДО СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ТИПУ.....	60
3.1. Стратегічний аналіз створення нового бізнесу (ресторану).....	60
3.2. Концепція проекту щодо створення ресторану.....	65
3.3. Планування економічної ефективності реалізації проекту зі створення ресторану.....	75
ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	84

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми дослідження. У сучасних умовах готельно-ресторанна галузь є однією з найбільш динамічно відновлюваних сфер економіки. Вона сприяє покращенню якості життя місцевого населення, створенню нових робочих місць, залученню інвестицій та їх швидкому поверненню, а також наповненню державного та місцевих бюджетів через сплату податків. Крім того, якісне надання послуг у цій сфері покращує імідж країни, сприяє залученню більшої кількості туристів і створює сприятливі умови для співпраці з міжнародними партнерами українських підприємців.

У зв'язку з цим актуальним є обґрунтування доцільності реалізації інвестиційного проекту зі створення закладу ресторанного типу, який може стати дієвим інструментом у подоланні кризових явищ в економіці країни.

Ця магістерська кваліфікаційна робота передбачає аналіз теоретичних засад інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу. Зокрема, розглядається сутність поняття «інвестиційна привабливість», існуючі методичні підходи до її аналізу, а також ключові фактори, що впливають на інвестиційну діяльність у цій галузі.

Важливим завданням є аналіз стану інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу. Для цього необхідно провести ретроспективний аналіз інвестиційної привабливості цієї сфери в Україні, дослідити обсяги наданих послуг і податкові надходження від туристичної галузі, а також оцінити сучасний стан ринку готельно-ресторанного бізнесу країни.

На основі отриманих результатів доцільно розробити інвестиційний проект для створення ресторанного закладу. У межах цього завдання слід здійснити стратегічний аналіз можливості відкриття нового ресторану, сформулювати його концепцію та спланувати економічну ефективність реалізації проекту.

Об'єкт дослідження: аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу та розробка інвестиційного проекту для створення ресторанного закладу.

Предмет дослідження: теоретичні засади та методичні підходи до аналізу інвестиційної привабливості бізнесу, а також практичні рекомендації щодо економічного планування проекту створення ресторану.

Мета роботи: розробка та обґрунтування інвестиційного проекту для створення ресторанного закладу.

Для досягнення мети дослідження були сформульовані та вирішені такі завдання:

- визначити сутність поняття «інвестиційна привабливість»;
- дослідити методологічні основи аналізу інвестиційної привабливості бізнесу;
- ідентифікувати основні чинники, що впливають на інвестиційну діяльність у готельно-ресторанній сфері;
- провести аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу в Україні;
- оцінити обсяги наданих послуг і податкових надходжень від туристичної галузі;
- дослідити ринок готельно-ресторанного бізнесу України;
- виконати стратегічний аналіз можливостей створення нового ресторану;
- розробити концепцію проекту для відкриття ресторанного закладу;
- здійснити планування економічної ефективності реалізації ресторанного проекту;
- оцінити заходи з забезпечення безпеки життєдіяльності в закладах ресторанного бізнесу.

Інформаційна база дослідження включає наукові публікації, законодавчі та нормативні акти Кабінету Міністрів України та інших виконавчих органів влади, офіційні дані Державної служби статистики України, матеріали періодичних видань, а також ресурси мережі Інтернет.

Дана робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, містить 91 сторінок тексту, 10 рисунків, 13 таблиць

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Сутність поняття «інвестиційна привабливість»

Рівень розвитку будь-якої країни значною мірою залежить від її інвестиційної привабливості, як на державному рівні, так і на рівні окремих суб'єктів господарювання. За висновками Нікольчук Ю. М. та Лопатовської О. О. [40], інвестиційна привабливість є ключовим чинником активізації інвестиційних процесів на макроекономічному рівні, що набуває особливої важливості в умовах сучасних складних реалій. Водночас її значення не менш важливе й на мікроекономічному рівні.

На думку згаданих авторів [40], високий рівень інвестиційної привабливості сприяє збільшенню обсягів залучених інвестицій, що позитивно впливає на рівень зайнятості населення та покращує загальне соціально-економічне становище країни. Тому необхідність залучення інвестицій в економіку України, як на макро-, так і на мікроекономічному рівнях, є одним із головних викликів сьогодення, що вимагає стратегічних рішень.

Економічний розвиток України та орієнтація на інтеграцію [45] передбачали збільшення обсягів інвестицій. Проте події початку 2022 року не лише зупинили цей процес, а й завдали значної шкоди економіці, яка в майбутньому потребуватиме ще більших інвестицій для відновлення.

Однією з галузей економіки, яка потребує відносно невеликих обсягів інвестицій і характеризується коротким періодом окупності, є готельно-ресторанний бізнес. Ця сфера може стати перспективним напрямком для залучення інвестицій у період економічного відновлення.

У науковій літературі [4, 10, 14, 17, 18, 22, 23, 26, 29–33, 36–42, 50, 51] існує значна кількість визначень терміна «інвестиційна привабливість». За твердженням

Нікольчук Ю. М. та Лопатовської О. О. [40], інвестиційна привабливість визначається як «поєднання характеристик, засобів і можливостей, що в сукупності відображають потенційний платоспроможний попит на інвестиції».

Вказані автори [37, 40, 43] досліджують інвестиційну привабливість на рівні країни та трактують її як характеристику, що демонструє вигідність або невикладення капіталу. Однак, на наш погляд, таке визначення дещо звужує сенс цієї категорії, оскільки інвестиції можуть здійснюватися не лише для отримання прибутку, а й з метою спонсорської діяльності. Така діяльність сприяє підвищенню соціальної відповідальності, покращенню соціальних відносин у суспільстві та позитивно впливає на якість життя населення.

Коли мова йде про комерційні інвестиції, важливо враховувати не лише вигідність вкладень, але й рівень ризиків, дисконтований період окупності та інші фактори.

Систематизація наукових підходів до визначення сутності поняття «інвестиційна привабливість» видається доцільною. Наприклад, Гунько В. [18, с. 71] розглядає інвестиційну привабливість як здатність країни та суб'єктів господарювання залучати капітал у певних обсягах і формах, ефективно його освоювати та гарантувати повернення інвестованих коштів із достатнім рівнем прибутку за прийняттого рівня ризику.

Проте в цьому визначенні не враховується строк повернення капіталу та очікуваний рівень прибутковості, на який розраховує інвестор. Ці аспекти є важливими для комплексного розуміння поняття «інвестиційна привабливість».

Коваль Н. [26, с. 4] визначає інвестиційну привабливість як «позицію країни на світовому ринку інвестиційних ресурсів порівняно з іншими країнами-реципієнтами, яка залежить від умов інвестиційної діяльності в країні та характеризує доцільність вкладення капіталу в конкретну державу». Автор акцентує увагу на макроекономічному рівні аналізу інвестиційної привабливості.

Колесник Я. та Скоробагатова Н. [29] розглядають інвестиційну привабливість як економічну категорію, яка об'єднує оцінку таких характеристик,

як природно-ресурсний потенціал, рівень економічного розвитку, політична стабільність, освітній та науковий потенціал, географічне положення, а також господарський розвиток країни. Ці характеристики дозволяють інвестору оцінити доцільність вкладення капіталу та перспективи подальшої діяльності. Водночас автори наголошують на важливості таких складових, як правове регулювання, прозорість економічної діяльності, ефективність судової системи тощо.

Марченко Н. [836] визначає інвестиційну привабливість як «сукупність чинників політичного, правового, економічного, соціального та організаційного характеру, що формують загальну привабливість країни для інвесторів». Проте важливо додати й такі ключові аспекти, як фінансові, екологічні та трудові чинники, які значно впливають на загальний рівень інвестиційної привабливості.

Рзаєв Г. і Вакулова В. [50, с. 138] визначають інвестиційну привабливість як «сукупність політичних, правових, економічних і соціальних умов (факторів, елементів), що забезпечують і сприяють інвестиційній діяльності як вітчизняних, так і іноземних інвесторів, визначаючи ступінь ризику інвестицій». Однак у сучасних умовах також необхідно враховувати такі важливі аспекти, як трудові ресурси, логістична інфраструктура та інші фактори, що мають вирішальний вплив на інвестиційну діяльність.

Савіна Н. [51] зазначає, що «інвестиційна привабливість є інтегральною характеристикою, яка охоплює ефективність функціонування галузей економіки, видів діяльності, регіонів та окремих реальних проєктів». Для повноцінного аналізу інвестиційної привабливості необхідно враховувати її на всіх рівнях, зокрема й на рівні держави.

Грицаєнко Г. [17] стверджує, що підвищенню інвестиційної привабливості України сприятимуть реформи, які стануть основою для покращення економічних процесів. Зокрема, автор наголошує, що «...першочерговими завданнями є боротьба з корупцією, судова реформа для захисту прав інвесторів, валютне регулювання, реформа банківського сектору та ефективна податкова реформа» [17,

с. 89]. Усі ці заходи сприятимуть формуванню демократичної, прозорої та проєвропейської економіки.

За результатами аналізу існуючих підходів можна погодитися з позицією Нікольчук Ю. М. та Лопатовської О. О. [40], які виділяють три основні напрями в трактуванні категорії «інвестиційна привабливість»:

1. На основі цілей інвестора.
2. На основі сукупності різних факторів.
3. На основі співвідношення дохідності та ризику.

Автори першого напрямку розглядають інвестиційну привабливість переважно з позиції інвестора, не прив'язуючись до конкретних показників. Цей підхід базується на оцінці об'єкта за кількома аспектами. У цьому випадку інвестиційна привабливість визначається як сукупність економічних і психологічних факторів, які для інвестора означають можливість отримання максимального прибутку за мінімального рівня ризику вкладених коштів.

Таким чином, такий підхід відображає інтереси інвестора, оцінюючи потенційні об'єкти інвестування з погляду їхньої дохідності та прийняттого рівня ризику.

Бланк І. А. [6, 7] акцентує увагу на узагальненні переваг і недоліків інвестування в різні напрями й об'єкти з погляду конкретного інвестора.

Ройзман І. І. та Шахназаров А. Г. [49] виділяють сукупність об'єктивних характеристик, властивостей, засобів і можливостей, які формують потенційний платоспроможний попит на інвестиції в основний капітал.

Севрюгін Ю. В. [52] підкреслює важливість системи платоспроможних чинників, що визначають попит бізнесу на інвестиції.

Лях П. А. і Новікова І. Н. [38] звертають увагу на комплекс характеристик, які забезпечують найвигідніше та найменш ризиковане вкладення капіталу в певну сферу або вид діяльності.

Модорська Г. Г. [43] розглядає економіко-психологічні показники діяльності підприємства, які визначають бажані параметри інвестиційної поведінки з погляду інвестора.

Представники другої групи підходів зосереджуються на цілях інвестора.

Гольников Г. Л. і Патрушева Є. Г. [34] акцентують увагу на необхідності забезпечення гарантованого, надійного та своєчасного досягнення цілей інвестора на основі економічних результатів його діяльності.

Нападовська І. В. [37] наголошує на системній сукупності потенційних можливостей вкладення капіталу, спрямованих на отримання економічних вигід у майбутньому. Ці можливості, на її думку, залежать від результатів минулої господарської діяльності потенційного об'єкта інвестування та оцінюються інвестором суб'єктивно.

Гуськова Т. Н. і Рябцев В. М. [22] акцентують увагу на такому рівні господарсько-економічного розвитку, який із високою ймовірністю дозволяє отримати задовільний рівень прибутковості або інший позитивний ефект у прийнятні для інвестора строки.

Третя група дослідників зосереджується на співвідношенні дохідності та ризику. Зокрема, Бочаров В. В. і Леонтьєв В. Є. [9] підкреслюють важливість досягнення економічного ефекту (доходу) від інвестицій за умови мінімального рівня ризику.

В. Шарп і Х. Марковіц [48] обґрунтовують можливість максимізації прибутку за певного, заздалегідь визначеного рівня ризику.

Веселов Д. В. [10] акцентує увагу на необхідності аналізу співвідношення між ризиками та потенційними фінансовими вигодами, які можуть бути отримані в результаті інвестування в бізнес.

Іванов А. П. і Сахарова І. В. [23] звертають увагу на сукупність економічних і фінансових показників, які характеризують суб'єкт господарювання. Вони стверджують, що ці показники визначають можливість отримання максимального прибутку при мінімальному ризику вкладення капіталу.

На думку Ігольников Г. Л. та Патрушевої Є. Г. [25], інвестиційна привабливість – це гарантоване, надійне і своєчасне досягнення цілей інвестора на основі економічних результатів його діяльності. Хоча ці дослідження мають значну наукову цінність, вони не повністю враховують інтереси всіх суб'єктів інвестиційного процесу.

Бочаров В. В. і Леонт'єв В. Є. [9] також підкреслюють, що інвестиційна привабливість визначається через наявність економічного ефекту (доходу) від інвестицій за умов мінімального ризику.

В. Шарп і Х. Марковіц [43] вважають пріоритетним досягнення максимального прибутку за визначеного рівня ризику.

Варто зазначити, що термін «інвестиційна привабливість» часто використовується в економічній літературі для оцінки доцільності реалізації певного інвестиційного проекту, вибору альтернативних варіантів його виконання та визначення ефективності розміщення ресурсів.

А.А. Агеєнко [1] зазначає, що інвестиційна привабливість суб'єкта господарювання визначається сукупністю економічних, організаційних, соціальних, правових і політичних факторів, які впливають на доцільність інвестування в цей суб'єкт.

І.М. Боярко [10] розглядає інвестиційну привабливість підприємства як якісну характеристику, що відображає здатність реалізувати інвестиційний потенціал.

О.В. Носова [41] трактує інвестиційну привабливість як комплексну характеристику підприємства, яка враховує також промисловий потенціал регіону, де це підприємство функціонує.

О.В. Пирог [42] пропонує оцінювати інвестиційну привабливість суб'єкта господарювання через порівняльний аналіз із іншими можливими об'єктами для інвестування.

Г.В. Строкович [54] визначає інвестиційну привабливість з позиції системного аналізу, що враховує сукупність чинників, які впливають на фінансово-

господарський стан підприємства, та застосування економіко-математичних методів для оцінки ефективності його діяльності.

О.П. Коюда [31] акцентує увагу на інвестиційній привабливості, враховуючи управлінську, фінансово-господарську діяльність підприємства, а також його здатність залучати інвестиції.

Н.С. Краснокутська [32] оцінює інвестиційну привабливість підприємства через комплекс економіко-психологічних характеристик.

Нікольчук Ю. М. і Лопатовська О. О. [40] зазначають, що умови для інвестиційної діяльності визначаються такими факторами: рівень розвитку продуктивних сил, інвестиційного ринку, фінансово-кредитної системи; розвиненість законодавчо-нормативної бази; прозорість і умови ведення діяльності для іноземних інвесторів.

На думку Небрата В. В. і Корніяки О. В. [38], чинники, що визначають інвестиційну привабливість, поділяються на:

- Статичні, які є мало керованими через відсутність управлінського впливу.
- Інерційні, які вимагають тривалого та системного управління для позитивних змін.
- Динамічні, що реагують на управлінський вплив зі швидкими змінами.

Таким чином, інвестиційна привабливість готельно-ресторанного бізнесу є багатогранною категорією, яка поєднує фактори макроекономічного середовища, зокрема інвестиційний клімат та інфраструктуру, і фактори мікроекономічного рівня. Останні включають перспективи розвитку бізнесу, його фінансово-економічний стан, стан виробничих фондів, кваліфікацію персоналу та можливості розвитку завдяки реалізації інвестиційних проектів.

1.2. Методичні основи аналізу інвестиційної привабливості бізнесу

Для подолання сучасних кризових умов, будь-який бізнес у майбутньому потребуватиме значних обсягів інвестицій. Це дозволить подолати виклики, пов'язані з воєнною агресією, зниженням платоспроможного попиту, розривом логістичних ланцюгів, зростанням ризиків та суттєвим зменшенням конкурентоспроможності підприємств.

У таких умовах організаціям доцільно розробляти перспективні плани розвитку, які включають впровадження інноваційних технологій, сучасного обладнання та інших інновацій. Однак реалізація цих амбітних планів неможлива лише за рахунок власних ресурсів, які є обмеженими за обсягами. Використання виключно власних коштів також зменшує гнучкість та ефективність управління бізнесом. Тому актуальним стає питання аналізу інвестиційної привабливості бізнесу.

Результативність використання інвестиційних ресурсів залежить від інвестиційного потенціалу об'єкта інвестування. Він визначається здатністю підприємства ефективно реалізувати залучені кошти, забезпечити швидке повернення інвестицій і максимізувати прибуток. Досягнення цього можливе завдяки використанню сучасних систем управління ресурсами.

Наразі існують різні підходи до оцінки інвестиційної привабливості бізнесу [4, 10, 14, 17, 18, 22, 23, 26, 29–33, 36–42, 50, 51]. Найбільш поширеними є методи, що формують інтегральний показник, який значно спрощує порівняння суб'єктів господарювання та автоматизацію процесу оцінки.

За думкою багатьох науковців [14, 17, 18, 22, 23, 26], сьогодні виділяють п'ять основних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства:

Методи, засновані на оцінці фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання.

Методи, що базуються на аналізі господарсько-економічних показників, які враховують не лише фінансові, а й інші характеристики діяльності підприємства.

Методи, що оцінюють вплив внутрішніх та зовнішніх чинників на інвестиційну привабливість підприємства.

Ці підходи дозволяють отримати комплексне уявлення про потенціал суб'єкта господарювання, а також сприяють прийняттю стратегічно обґрунтованих рішень щодо інвестування.

- Методи, засновані на комплексному порівняльному аналізі інвестиційної привабливості, які враховують особливості галузі, регіону та конкретного суб'єкта господарювання.

- Методи, які оцінюють суб'єкт господарювання за критерієм ринкової вартості бізнесу.

Для оцінки суб'єкта господарювання, що функціонує, традиційно використовуються такі підходи:

Прибутковий метод, який визначає вартість підприємства на основі доходу, який воно здатне забезпечити власнику в майбутньому, включаючи прибуток від реалізації надлишкових активів.

- Порівняльний метод, що базується на співставленні вартості суб'єкта господарювання з аналогічними підприємствами.

- Витратний метод, що враховує ринкову вартість активів бізнесу за вирахуванням його кредитних та інших зобов'язань [36–42, 50, 51].

На думку багатьох дослідників [4, 10, 14, 17], такі підходи є зрозумілими та доцільними. Зокрема, дохідний підхід заслуговує на детальніший розгляд.

Дохідний підхід. Цей підхід базується на застосуванні одного з двох методів:

- Метод дисконтування грошових потоків, який передбачає оцінку вартості бізнесу шляхом приведення майбутніх грошових потоків до теперішньої вартості.

- Метод капіталізації майбутніх доходів, що визначає вартість бізнесу на основі очікуваного доходу за певний період часу.

Один із перших та найбільш розгорнутих методів дохідного підходу був розроблений американськими вченими ще у 1980-х роках [68]. Його основою є ідея

формування вартості бізнесу, що ґрунтується на реальних доходах і грошових потоках.

Застосування цього методу потребує виконання таких обов'язкових умов:

Можливість оцінити майбутні доходи підприємства за визначений період часу.

Наявність прогнозів щодо грошових потоків бізнесу.

Якщо перспективи підприємства є нестабільними або невизначеними, застосування цього методу може бути складним.

Оцінка суб'єктів господарювання з погляду формування майбутнього прибутку в Україні почала застосовуватися відносно недавно. Основними труднощами в її використанні є відсутність тривалої практики, складність прогнозування доходів, а також високий рівень політичних, економічних та інших ризиків. Додатковим фактором є тенденція багатьох підприємств занижувати прибуток у бухгалтерській звітності.

Окрім того, показник прибутку за останній звітний період не завжди точно відображає ефективність діяльності бізнесу. Він може бути пов'язаний із інвестиціями, капітальними витратами або іншими фінансовими операціями, що спотворюють реальну рентабельність. Прогнозування прибутків у майбутніх періодах ускладнюється впливом як внутрішніх (позиція на ринку, стан активів, рівень інновацій, якість менеджменту), так і зовнішніх (діяльність конкурентів, ринкова кон'юнктура) факторів [36].

Цей метод, як правило, демонструє більшу точність при оцінці малих бізнесів і підприємств сфери послуг у порівнянні з витратним або порівняльним методами. Якщо поточна діяльність підприємства відповідає очікуваним майбутнім показникам, а динаміка розвитку може бути спланована, цей метод є ефективним для оцінки вартості підприємства [40].

Метод також доречно застосовувати, якщо очікується суттєва зміна результативних показників у майбутніх періодах [49]. Це стосується підприємств, які починають випуск нової продукції, запроваджують нові послуги або працюють

у галузях із циклічним чи сезонним попитом. Для підприємств із циклічною діяльністю при оцінці рентабельності важливо враховувати середній показник між піковими та низькими періодами, щоб уникнути перекосів у розрахунках.

Застосування цього методу має низку обмежень, які необхідно враховувати, щоб уникнути некоректного розрахунку собівартості:

- Можливість точного прогнозування доходів на майбутні періоди. Достовірність результатів значною мірою залежить від точності прогнозів.

- Сприйняття результатів державними органами. Оцінка, отримана цим методом, може не враховуватися через те, що вона базується не лише на поточній діяльності підприємства, але й на прогнозах. Це особливо важливо для проектів із залученням державного фінансування.

- Нестача даних для прогнозування. Відсутність або недостатність інформації ускладнює обґрунтоване прогнозування прибутку чи грошових потоків на тривалий період [14].

Критично важливим для підвищення об'єктивності оцінки є інформація про життєвий цикл продукту та стадію, на якій він перебуває.

Також важливо враховувати загальний економічний стан галузі, оскільки він істотно впливає на вартість бізнесу. На піку розвитку галузі вартість підприємств зростає, навіть за наявності однакового набору активів і ринкових умов. У такій ситуації, коли бізнес стає високоприбутковим, вартість підприємства пропорційно збільшується відповідно до його прибутку.

При оцінці діючого бізнесу для інвестиційних цілей важливо уникати ототожнення вартості бізнесу із вартістю його майна. Слід враховувати такі чинники, як права власності, технології, конкурентні переваги, а також матеріальні та нематеріальні активи, що забезпечують підприємству стабільний дохід від його діяльності.

На думку Ахметшина М. [68] і Вільямсона [76], потенційним інвесторам важливо оцінювати інвестиційну привабливість суб'єктів господарювання. Іляш О. [22] підтримує цю позицію, наголошуючи, що для точної оцінки інвестиційної

привабливості інвестори орієнтуються на макроекономічні показники країни за останні 3–5 років, а також на результати фінансово-господарської діяльності підприємств, які розглядаються як потенційні об'єкти для інвестування.

Автори [17, 18] розробили алгоритм оцінки інвестиційної привабливості на рівні країни, галузі та суб'єктів господарювання. Він передбачає розрахунок інтегрального індексу інвестиційної привабливості. У рамках запропонованого підходу було сформовано систему показників макrorівневої інвестиційної привабливості, поділену на три ключові групи:

1. Соціально-економічна привабливість. Базується на 12 компонентах, згрупованих за напрямками ефективності, інноваційності та розвитку.
2. Юридична привабливість. Оцінюється через індекс легкості ведення бізнесу (Doing Business Report [78]).
3. Інвестиційні ризики. Ранжуються за п'ятьма основними категоріями: згуртованість, економічні, політичні, соціальні та міжгалузеві ризики (The Fund for Peace [82], Fragile States Index [81]).

Іншого підходу до оцінки інвестиційної привабливості дотримуються К. Г. Коляда, Т. В. Пуліна та І. А. Нечаєва [30]. У своїй роботі автори [30] пропонують розподіл показників на дві основні групи, що відображає їхній підхід до структурування та аналізу інвестиційної привабливості.

Перша група методик оцінки інвестиційної привабливості базується на показниках фінансової звітності суб'єктів господарювання, тобто на оцінці їхнього фінансового стану. Згідно з методикою, розробленою Суркіним П. М. [55], оцінка здійснюється за трьома напрямками: показники ринкової стійкості, коефіцієнти ліквідності та рентабельності. Циганов А. В. [56] пропонує використовувати показники, які характеризують ефективність діяльності та платоспроможність підприємства. Ендовицкий Д. А. [21] зосереджується на показниках ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, оборотності активів та рентабельності господарської діяльності. Аніскін Ю. П. [2] застосовує методику оцінки на основі факторного аналізу рентабельності активів.

Основними перевагами таких підходів є простота розрахунків та доступність необхідної інформації. Однак суттєвим недоліком є те, що аналіз інвестиційної привабливості базується лише на фінансовому стані бізнесу, що не охоплює всі аспекти його діяльності.

До другої групи належать комплексні методики оцінки інвестиційної привабливості. Наприклад, Севрюгин Ю. В. [52] запропонував кваліметричну модель оцінки інвестиційної привабливості підприємств. Ця методика дозволяє оцінювати три локальні та один інтегральний показник за допомогою середньозваженого методу [2]. Недоліком цього підходу є якісний характер параметрів (критеріїв), що ускладнює об'єктивність оцінки [17].

У методиці Валінурової Л. С. та Казакова О. Б. [13] здійснено класифікацію внутрішніх факторів інвестиційної привабливості підприємства та визначено їхні параметри. Однак покладатися виключно на внутрішні фактори під час оцінки вважається недоцільним.

Таким чином, за висновками К. Г. Коляди, Т. В. Пуліної та І. А. Нечаєвої [30], сучасні методики оцінки інвестиційної привабливості підприємств можна поділити на дві групи:

1. Методи, засновані на аналізі фінансово-господарської діяльності та конкурентоспроможності підприємств.
2. Методи, що враховують інвестиційний потенціал і рівень інвестиційних ризиків.

У багатьох країнах для оцінки інвестиційної привабливості широко застосовуються рейтингові методи, такі як Fortune 500 [80], Global 1000 [83], BusinessWeek 1000 [77]. Ці підходи базуються на аналізі фінансово-господарських показників підприємств, включаючи обсяги доходів, прибутків, активів, ефективність інвестицій, темпи зростання прибутків, доходів, кількості працівників, а також ринкову вартість компанії [9].

Наприклад, у рейтингу Forbes [79] для оцінки інвестиційної привабливості організації пропонується використовувати чотири ключові показники:

- виручка;
- прибутковість капіталу;
- ціна акцій компанії;
- чиста рентабельність.

А. Chandra та А. Reinstein [67] розширили цю методику, додавши показники, які, на їхню думку, краще відображають інвестиційну привабливість. До них належать:

- темпи зростання виручки та чистого прибутку;
- прибуток на одну акцію та темпи його зростання за п'ять років;
- дивідендна прибутковість;
- коефіцієнт "ціна/прибуток";
- частка позикових коштів;
- балансова вартість однієї акції;
- ринкова вартість компанії.

Проте цей підхід не враховує якісні показники, оскільки вони, на думку авторів, не мають значного впливу на рішення інвесторів [67].

Разом із тим методичні підходи, запропоновані багатьма дослідниками [17, 18, 22, 23, 26, 29–33], мають певні обмеження. Зокрема:

- Більшість із них спрямована на аналіз фінансових, а не реальних інвестицій. Методи, що враховують реальні інвестиції, зазвичай розроблені для умов стабільної економіки.

- Багато методик базуються на ретроспективному аналізі фінансових показників, тоді як інвесторів більше цікавлять перспективи майбутньої діяльності.

- Значна частина методів ґрунтується на експертних оцінках, які є суб'єктивними та мають високий рівень невизначеності [18].

Таким чином, хоча рейтингові та традиційні підходи до оцінки інвестиційної привабливості надають важливу інформацію, вони часто не враховують динамічних змін і специфічних потреб інвесторів, особливо в умовах нестабільної економіки.

Для оцінки інвестиційної привабливості застосовуються різноманітні фінансові коефіцієнти, які підбираються відповідно до мети та глибини аналізу. Найбільшу цінність такі коефіцієнти мають при дослідженні їх динаміки за тривалий період, зазвичай 3–5 років.

Підсумовуючи викладене, можна зробити кілька висновків щодо методичних підходів до оцінки інвестиційної привабливості:

1. Більшість методик базується на показниках фінансової звітності.
2. Показники фінансової звітності є універсальними за своєю сутністю.
3. Такі показники не враховують специфіки діяльності конкретної організації.
4. Для комплексної оцінки інвестиційної привабливості необхідно враховувати додаткові чинники, крім фінансової звітності.

К. Г. Коляда та інші [30] запропонували удосконалене методичне забезпечення оцінки інвестиційної привабливості, яке включає такі етапи:

- Оцінка майнового стану підприємства та динаміки його змін. Це дозволяє визначити абсолютні та відносні зміни статей балансу, тенденції розвитку, а також структуру фінансових ресурсів.
- Оцінка фінансових результатів діяльності. Цей етап охоплює аналіз ліквідності, платоспроможності, ділової активності, рентабельності тощо. Дослідження динаміки та структури фінансових результатів допомагає ідентифікувати фактори, що впливають на формування чистого прибутку (або збитку).

Вірянська О. В. [14] пропонує підхід, що акцентує увагу на аналізі господарського стану підприємств, який оцінюється через фінансові показники:

- Ліквідність — здатність трансформувати активи в грошові кошти за необхідності.
- Майновий стан — співвідношення оборотних і необоротних активів.
- Ділова активність — показник, що характеризує ефективність фінансових процесів, від яких залежить прибутковість.

- Фінансова залежність — рівень залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування.

- Рентабельність — ефективність використання власних фінансових ресурсів.

Однак, на нашу думку, оцінка інвестиційної привабливості, заснована виключно на фінансових показниках, є недостатньою. На фінансовий стан підприємства значно впливають інші фактори, зокрема:

- Стан виробничих фондів.
- Рівень кваліфікації персоналу.
- Інші нематеріальні активи та зовнішні фактори.

Таким чином, для забезпечення об'єктивної оцінки інвестиційної привабливості необхідно враховувати комплекс як фінансових, так і нефінансових чинників.

Для оцінки інвестиційної привабливості підприємств доцільно використовувати систему збалансованих показників, запропоновану американськими вченими Капланом Р. і Нортон Д. [24]. Як зазначають автори, ця система базується на чотирьох ключових складових, що забезпечують баланс між довгостроковими та короткостроковими цілями, бажаними результатами та факторами їх досягнення, а також між об'єктивними критеріями та суб'єктивними показниками [24].

Однією з основних переваг системи збалансованих показників є її здатність доповнювати фінансові показники операційними, стратегічними та якісними індикаторами, що включають монетарні та немонетарні показники.

Зростання інвестиційної привабливості сприяє активізації реалізації інвестиційних проектів. Інвестиційний проект [35] зазвичай визначається як діяльність, спрямована на створення або зміну технічної, економічної чи соціальної систем, розробку нових структур управління або виконання науково-дослідних програм.

Оцінка ефективності інвестиційних проектів є одним із найважливіших етапів управління інвестиціями. Від якості такої оцінки залежить обґрунтованість і доцільність прийняття остаточних рішень.

Аналіз літературних джерел [34, 36] свідчить, що для отримання об'єктивних результатів під час оцінки ефективності інвестиційних проектів необхідно звертати увагу на такі аспекти:

- Оцінка ефективності проекту повинна базуватися на порівнянні обсягів інвестиційних витрат із запланованим прибутком та термінами окупності інвестицій.
- Оцінка обсягів інвестиційних витрат має враховувати всі ресурси, залучені в процесі реалізації проекту.
- Оцінка окупності інвестицій і чистого грошового потоку, що включає суми чистого прибутку та амортизаційних відрахувань у процесі експлуатації проекту.
- Приведення витрат і грошових потоків до теперішньої вартості за допомогою дисконтної ставки, яка повинна бути диференційованою залежно від типу інвестиційного проекту.

Таким чином, застосування таких підходів дозволяє забезпечити більш точну та об'єктивну оцінку інвестиційної привабливості та ефективності проектів, що сприяє прийняттю оптимальних управлінських рішень.

Ефективність інвестованого капіталу визначається шляхом порівняння грошового потоку (cash flow), сформованого під час експлуатації інвестиційного проекту, із початковими інвестиціями [34]. Проект вважається прибутковим, якщо забезпечується повне повернення вкладених коштів при прийнятній нормі прибутковості для всіх інвесторів.

Для цього необхідно привести до теперішньої вартості як інвестований капітал, так і грошові потоки [84]. Приведення здійснюється диференційовано для кожного етапу інвестування.

Процес дисконтування [84] усіх грошових потоків – як відтоків, так і притоків – виконується з використанням дисконтних ставок, що визначаються залежно від специфіки інвестиційного проекту.

На думку багатьох дослідників [50, 56], для розрахунку ефективності інвестицій можуть застосовуватися такі ставки:

- середньозважена вартість капіталу;
- середня депозитна або кредитна ставка;
- індивідуальна норма прибутковості;
- рівень ризиків і ліквідності інвестицій тощо.

Методи оцінки ефективності інвестиційних проектів поділяються на дві основні групи:

1. Методи, що передбачають використання дисконтування [34]:

- метод чистого приведенного доходу (NPV);
- метод визначення індексу рентабельності інвестицій (PI);
- метод внутрішньої норми прибутковості (IRR);
- дисконтований термін окупності (DPB).

2. Методи, що не передбачають дисконтування [24]:

- метод визначення терміну окупності інвестицій (PP);
- метод середньої норми прибутку на інвестиції (ARR).

Огляд методів

Метод розрахунку чистого приведенного доходу (NPV):
Цей метод аналізу інвестицій [84] ґрунтується на визначенні величини, отриманої в результаті дисконтування різниці між річними грошовими відтоками і притоками, накопиченими протягом усього терміну реалізації проекту.

Формула розрахунку чистого приведенного доходу (NPV) [84] наведена нижче (1.1)

Застосування цього методу дозволяє оцінити реальну вартість проекту, враховуючи вартість грошей у часі, що робить його одним із найпоширеніших інструментів у практиці оцінки інвестиційних проектів.

$$NPV = \frac{P_n}{(1+r)^n} \cdot IC \quad (1.1)$$

де P_n – річні грошові поступлення впродовж n років;

r – дисконтна ставка;

IC – стартові інвестиції;

n – термін реалізації проекту.

У випадку: якщо $NPV > 0$, проект слід приймати до реалізації; якщо $NPV < 0$, проект слід відхилити, оскільки він збитковий; якщо $NPV = 0$, проект не є прибутковим і не є збитковим (ситуація невизначеності).

Метод визначення індексу рентабельності інвестицій (PI), який є продовженням попереднього [84]. Проте, на відміну від показника NPV, показник PI – це відносна величина, яка характеризує рівень прибутковості інвестицій і визначається за такою формулою:

$$PI = \sum_n \frac{P_n}{(1+r)^n} \cdot IC \quad (1.2)$$

У випадку: якщо $PI > 1$, то проект прибутковий, його варто прийняти; якщо $PI < 1$, то проект збитковий, його варто відхилити; якщо $PI = 1$, то прибутковість інвестицій точно відповідає нормативу рентабельності (проект не є прибутковим і не є збитковим)

Метод визначення внутрішньої норми прибутковості (IRR) базується на розрахунку такої ставки дисконту, за якої теперішня вартість очікуваних грошових потоків (притоків і відтоків) стає рівною. Цей показник відображає максимально допустимий відносний рівень витрат, пов'язаних із реалізацією інвестиційного проекту, і визначає верхню межу процентної ставки, за якої бізнес може окупити вкладені кошти.

Практичне застосування цього методу [84] передбачає вибір двох значень ставки дисконту $r_1 < r_2$, таких, що в інтервалі (r_1, r_2) функція $NPV=f(r)$ змінює знак із «+» на «-» або навпаки.

Для визначення IRR використовується така формула: (Слід додати формулу, якщо необхідно).

Цей метод є важливим інструментом для оцінки інвестиційних проектів, оскільки дозволяє визначити точку беззбитковості з урахуванням вартості грошей у часі та прийняти обґрунтоване рішення щодо доцільності інвестування.

$$IRR = r_1 + \frac{f(r_1)}{f(r_1) - f(r_2)} * (r_2 - r_1) \quad (1.3)$$

Аналіз літературних джерел, свідчить про наявність методів, в яких процес дисконтування може не використовуватися. До таких методів відносять наступні.

Метод визначення терміну окупності інвестицій (PP).

Термін окупності інвестицій [84] – це тривалість часу, впродовж якого недисконтовані прогнознi надходження грошових коштів перевищують не дисконтовану суму інвестицій, тобто це число років, необхідних для відшкодування інвестицій.

Показник терміну окупності інвестицій можна визначити за такою формулою:

$$PP = \frac{IC}{\bar{D}}, \quad (1.4)$$

де \bar{D} – середньорічна сума грошового потоку, яка визначається за формулою:

$$\bar{D} = \sum P_n : n \quad (1.5)$$

Метод визначення середньої норми прибутку на інвестиції (ARR) [84].

Суть цього методу [38] полягає у визначенні співвідношення середнього прибутку, отриманого з бухгалтерської звітності, до середньої величини інвестицій.

Розрахунок може виконуватися [38] на основі прибутку (доходу) до виплати податків і відсотків за кредит або на основі прибутку (доходу) після сплати податків, але до виплати відсотків за кредит. Останній підхід є більш поширеним, оскільки він краще відображає вигоду, яку отримують власники бізнесу та потенційні інвестори.

Середня величина інвестицій, щодо якої визначається рентабельність [25], розраховується як середнє значення між вартістю активів на початок і кінець розрахункового періоду.

Формула для розрахунку норми прибутку на інвестиції (ARR) є такою:

$$ARR = \frac{P * (1 - t)}{IC + RV} * 100\%, \quad (1.6)$$

де P – середньорічний прибуток від реалізації проекту (грошовий потік);

t – ставка оподаткування

RV – залишкова або ліквідаційна вартість проекту.

Цей метод дозволяє оцінити ефективність використання інвестицій і є зручним інструментом для прийняття інвестиційних рішень.

Основними недоліками цього методу є кілька аспектів. По-перше, складно визначити, який саме рік реалізації інвестиційного проекту варто використовувати для розрахунку норми прибутку. По-друге, метод не враховує вплив часу на грошові потоки: інвестований капітал порівнюється з прибутком, який може бути отриманий через кілька років.

У випадку зростання інфляції реальна вартість очікуваних грошових потоків зменшується. Якщо інвестор не враховує ризик інфляції, показники, такі як NPV або IRR, можуть бути штучно завищеними.

Для врахування інфляції під час оцінки ефективності проекту [14] необхідно:

1. Скоригувати грошові потоки на середньорічний індекс інфляції, а потім дисконтувати їх за відповідною ставкою.
2. Визначити ставку дисконту, яка враховує інфляційний індекс, і скоригувати грошові потоки з використанням нової ставки, що враховує вплив інфляції.

Такий підхід дозволяє більш об'єктивно оцінити ефективність інвестиційного проекту в умовах інфляції.

$$r_i = (1 + r) * (1 + i) - 1, \quad (1.7)$$

де r_i – ставка дисконту з урахуванням інфляції;

i – середньорічний індекс інфляції.

Для покращення конкурентних позицій ресторанні підприємства змушені постійно розвиватися, впроваджуючи сучасні інновації, розширюючи спектр послуг та переймаючи найкращий зарубіжний досвід. Умови жорсткої конкуренції вимагають залучення значних інвестицій, без яких активний розвиток стає неможливим.

Для реалізації стратегічних проектів у ресторанному бізнесі доцільно використовувати зовнішні джерела фінансування, оскільки забезпечити проекти виключно за рахунок власних ресурсів найчастіше не є можливим. У той же час інвестори зацікавлені в отриманні прибутку з мінімізацією всіх можливих ризиків, пов'язаних з інвестуванням.

З метою оцінки доцільності інвестування проводиться аналіз інвестиційної привабливості конкретного ресторанного підприємства чи проекту. Такий аналіз дозволяє визначити потенціал розвитку, знизити ризики і забезпечити взаємовигідну співпрацю між підприємством та інвесторами. У результаті залучені

інвестиції сприяють підвищенню конкурентоспроможності ресторанного бізнесу, створюють базу для економічного зростання та покращують його позиції на ринку.

1.3. Фактори, що впливають на інвестиційну діяльність у готельно-ресторанній галузі

Аналіз категорії «інвестиційна привабливість», проведений у п. 1.1, дозволяє дійти висновку, що її можна розглядати у вузькому та широкому аспектах.

У вузькому аспекті інвестиційна привабливість визначається через здатність суб'єкта господарювання забезпечувати певний рівень прибутковості та стабільності фінансового стану у короткостроковому періоді.

У широкому аспекті вона відображає можливість досягнення стратегічних цілей підприємства, заснованих на постійному підвищенні рівня його інвестиційної привабливості [45, с. 46].

Загалом, інвестиційна привабливість суб'єкта господарювання трактується як сукупність кількісних і якісних характеристик, які слугують основою для прийняття рішення щодо доцільності здійснення інвестиційної діяльності, визначення її обсягів, джерел фінансування, структури та строків реалізації [5, с. 19].

У контексті готельно-ресторанного бізнесу інвестиційна привабливість підприємств залежить від таких факторів:

Регіональна приналежність і перспективи розвитку як самого регіону, так і суб'єкта господарювання.

Законодавчі обмеження, включаючи податкове навантаження, митне регулювання, ліцензійні вимоги, трудові відносини.

Ринкові умови, такі як ємність ринку, рівень платоспроможності місцевого населення і туристів.

Фінансові умови, зокрема доступність кредитування, облікова ставка НБУ, власні вільні кошти підприємства.

Важливим аспектом оцінки інвестиційної привабливості є визначення та класифікація факторів, що на неї впливають. Такий підхід забезпечує більш структуроване розуміння цієї категорії, що сприяє прийняттю обґрунтованих рішень щодо її покращення.

Відповідно до найпоширенішої класифікації, всі фактори, що впливають на інвестиційну привабливість, можна розподілити на дві основні групи залежно від джерела впливу: зовнішні та внутрішні. За напрямом дії фактори доцільно розділити на загальні та регіональні.

Структуризація факторів, які впливають на інвестиційну привабливість суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, представлена в таблиці 1.1.

Згідно з цією класифікацією:

Зовнішні фактори – це ті, на які представники бізнесу не можуть впливати, але які безпосередньо впливають на їхню діяльність.

Внутрішні фактори залежать від ефективності роботи самого суб'єкта господарювання. Їхній позитивний вплив можна посилити завдяки прийняттю обґрунтованих управлінських рішень, що сприятиме покращенню загального стану бізнесу.

Таким чином, системний аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів дозволяє підприємствам готельно-ресторанного бізнесу вчасно адаптуватися до змін у середовищі та підвищувати рівень своєї інвестиційної привабливості.

Таблиця 1.1 – Фактори впливу на інвестиційну привабливість суб'єктів господарювання готельно-ресторанного бізнесу [Адаптовано за 4, 17, 18]

За джерелом впливу	
Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
<ul style="list-style-type: none"> - галузева приналежність, - географічне розташування, - екологічна ситуація, - розвиненість інфраструктури, - наявність туристичних об'єктів, - культура освіта населення, - економічна і соціально-політична стабільність, 	<ul style="list-style-type: none"> - виробничі, матеріальні, трудові, сервісні та інші ресурси і технології, які є в наявності у бізнес-представників, - стратегія розвитку суб'єктів господарювання готельно-ресторанній галузі,

<ul style="list-style-type: none"> -нормативно-правова база та інформаційне поле, - пільги для інвесторів. 	<ul style="list-style-type: none"> - конкурентоспроможність суб'єкта господарювання готельно-ресторанній галузі, - тривалість інвестиційних програм, - рівень платоспроможності, - стан майна, рівень сервісу, - наявність вільних фінансових коштів, - прибутковість бізнесу, - витрати бізнесу, - структура капіталу.
За напрямом дії	
Фактори загальної дії	Фактори регіональної дії
<ul style="list-style-type: none"> - соціально-економічні (загальний розвиток галузей економіки, фінансово-кредитної системи, функціонування фондового ринку, рівень інфляції), - політичні (політична ситуації в країні, нормативно-правова база в галузі інвестування) 	<ul style="list-style-type: none"> - галузева структура економіки регіону , - рекреаційне середовище, - наявність та доступність природного середовища, - розвиток інфраструктури, - наявність та доступність фінансових ресурсів, - дії місцевих органів влади у сфері інвестиційної політики регіону, - привабливість регіонального ринку для іноземних інвесторів

Якщо розглядати класифікацію факторів за напрямом дії, то як фактори загальної дії, так і фактори регіональної дії мають безпосередній вплив на результати діяльності суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

На думку Нікольчук Ю. М. [39], інвестиційна привабливість суб'єктів господарювання залежить від великої кількості як зовнішніх, так і внутрішніх факторів.

Систематизований перелік факторів, що впливають на інвестиційну привабливість підприємств готельно-ресторанного бізнесу, наведено в таблиці 1.2.

Згідно з представленою у таблиці 1.2 класифікацією, фактори, що впливають на інвестиційну привабливість суб'єктів господарювання готельно-ресторанного бізнесу, можна поділити на дві основні групи: зовнішні та внутрішні. Кожна з цих груп включає окремі складові, аналіз яких дозволяє оцінити їхній вплив на інвестиційну привабливість як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі.

Таблиця 1.2 – Фактори, що впливають на інвестиційну привабливість суб’єктів господарювання готельно-ресторанного бізнесу [22, 26]

№	Фактор	Складові факторного впливу
Зовнішні фактори		
1	Інвестиційна привабливість країни	Динаміка ВВП, динаміка валютного курсу, рівень попиту на продукцію, динаміка фондових індексів, ставки банківського кредитування, податкове середовище, закордонні інвестиції в економіку.
2	Інвестиційна привабливість галузі	Прибутковість галузі, перспективи розвитку, інвестиційні ризики (рівень конкуренції, інфляційна стійкість продукції, соціальна напруга в галузі).
3	Інвестиційна привабливість регіону	Рівень економічного розвитку регіону, інвестиційна інфраструктура, демографічні показники, ринок та комерційна інфраструктура, екологічні та криміногенні ризики.
Внутрішні фактори		
1	Спеціалізація	Ринкова ніша, потенціал розширення клієнтської бази, частка ринку спеціалізованих закладів.
2	Стан матеріально-технічної бази	Забезпеченість основними фондами, відповідність матеріально-технічної бази спеціалізації закладу, ступінь зносу та оновлення основних фондів.
3	Кадрове забезпечення	Кваліфікація персоналу, відповідність чисельності та структури кадрів спеціалізації закладу, рівень менеджменту, організаційна структура управління.
4	Маркетингове забезпечення	Маркетингова стратегія, цінова політика, рекламна діяльність, акційні заходи, інформаційна політика.
5	Гудвіл	Ліцензії, права, патенти, імідж, ділова репутація, наявність вебсайту.
6	Фінансово-майновий стан	Прибутковість, платоспроможність, ліквідність, ділова активність, фінансова стійкість, рівень фінансового та комерційного ризику.

Крім того, у сучасних умовах існує значна кількість джерел фінансових ресурсів, які можна використовувати для розвитку готельного бізнесу. Потенційні джерела інвестування для суб’єктів господарювання готельно-ресторанного бізнесу представлені у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Потенційні джерела інвестування у суб'єкти господарювання готельно-ресторанного бізнесу [38, 54]

Характер інвестицій	Переваги	Недоліки
Суб'єкт господарювання, що повністю належить іноземному капіталу (Іноземна дочірня компанія володіє акціонерним капіталом протягом необмеженого часу)	Відсутність фінансових ризиків для приймаючої країни. Вихід на нові ринки готельних послуг.	Значний відтік доходів за кордон. Складність у врахуванні державної політики розвитку туризму.
Спільне підприємство (Залучення партнера для спільного ведення бізнесу)	Доступ до додаткових фінансових ресурсів. Використання міжнародних маркетингових систем. Зниження ризиків. Менший відтік доходів.	Необхідність наявності власних коштів. Розподіл ризиків. Імовірність несприятливих умов у контрактах між партнерами.
Франчайзинг (Місцева компанія отримує право працювати під фірмовою маркою іншої компанії)	Передача управлінських і маркетингових знань. Гарантовані стандарти якості. Використання репутації фірмової марки.	Управлінські ризики. Необхідність сплати обумовленого відсотка від прибутку за умовами франчайзингу.
Контракти на управління (Іноземна компанія управляє комерційною діяльністю без права власності)	Можливість передачі знань, навичок і технологій на основі угоди про співробітництво.	Відсутність повного контролю над фінансами, управлінням і плануванням.
Готельні консорціуми (Незалежні готелі об'єднують ресурси для конкуренції з великими мережами)	Спільна діяльність на національному та міжнародному рівнях (рекламні кампанії, інформаційні системи, фінансова політика).	Дрібні готелі можуть вважатися непривабливими партнерами. Відсутність сформованої репутації фірмової марки на початковому етапі.
Суб'єкт господарювання, що повністю належить національному капіталу (Вітчизняні інвестиції, без залучення іноземного капіталу)	Мінімальний відтік доходів за кордон. Незалежність у прийнятті стратегічних рішень.	Слабка міжнародна репутація. Високі витрати на маркетинг.

Отже, після припинення воєнних дій, суб'єкти господарювання готельно-ресторанного бізнесу повинні будуть налагодити роботу з пошуку в першу чергу закордонних інвесторів, які погодяться вкласти кошти на певних взаємовигідних умовах у перспективні проекти щодо будівництва нових і реконструкції існуючих об'єктів індустрії туризму, готельного та ресторанного господарства, які б відповідали міжнародним стандартам з якості та вимогам з безпеки.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАНОГО БІЗНЕСУ

2.1. Аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу України

Рівень інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу в Україні залежить від багатьох чинників. Одним із ключових є місце розташування підприємств, яке безпосередньо впливає на ефективність логістичних процесів. Успішний вибір локації дозволяє оптимізувати транспортні та складські витрати, зменшити страхові виплати, скоротити терміни доставки та збільшити обсяги товарів, що можуть бути транспортувані в таких умовах. Завдяки цьому активний розвиток готельно-ресторанного бізнесу може сприяти подоланню кризових явищ в економіці як у період воєнного стану, так і в післявоєнний час.

Як зазначалося у першому розділі, численні дослідники приділяють увагу теоретичним аспектам і практичним підходам до функціонування готельно-ресторанного бізнесу. Серед них варто виокремити таких авторів, як В. Бородин, О. Бордун, О. Лучка, О. Давидова, О. Домбик, Т. Капліна, О. Крайник, В. Монастирський, Є. Подаков, Г. П'ятницька, В. Ткач, В. Шевчук тощо.

Згідно з концепцією Майкла Портера, функціонування готельно-ресторанного бізнесу залежить від сукупності різноманітних чинників. У межах системного та структурного підходів ці чинники можна розподілити на існуючі та сформовані кластери, які суттєво впливають на інвестиційну привабливість галузі.

До кластера існуючих факторів належать: місце розташування країни; об'єкти історико-культурної спадщини, що приваблюють туристів; інвестиційна привабливість країни; прозорість законодавства та рівень корупції; рівень конкуренції в галузі; податковий і митний тиск; інфляція та її вплив на вартість послуг і товарів; правові обмеження щодо функціонування бізнесу; рівень розвитку інфраструктури, включаючи фінансово-кредитну, страхову та транспортну;

безпека (як економічна, так і фізична); розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та можливості їх впровадження.

Ретельний аналіз і використання цих факторів сприятимуть ефективному розвитку готельно-ресторанного бізнесу та підвищенню його інвестиційної привабливості.

До кластеру сформованих факторів, які впливають на інвестиційну привабливість готельно-ресторанного бізнесу, належать рівень інвестиційної привабливості країни, місії та стратегії підприємств галузі, рівень конкуренції та бар'єри для входження в ринок, корупційні ризики серед керівництва готельно-ресторанного бізнесу та суміжних галузей, а також туристична привабливість країни. Важливе значення мають рентабельність бізнесу, рівень завантаженості закладів, середні тарифи дня за категоріями готельно-ресторанного бізнесу, рівень доходу на доступний номер, загальний дохід на номер у готелі, дохід на одного клієнта, середній дохід на посадкове місце в закладах ресторанного господарства. Додатковим чинником є наявність приміщень для проведення заходів, таких як конференції чи банкети.

Активність туристичної діяльності має суттєвий вплив на інвестиційну привабливість готельно-ресторанного бізнесу. Тому доцільно проаналізувати динаміку кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами за різними видами туризму. Дані таблиці 2.1 свідчать про коливання кількості туристів у різні періоди. З 2000 по 2003 роки спостерігалось стабільне зростання, однак у 2004–2005 роках через фінансову кризу відбувся спад. У 2006–2008 роках кількість туристів знову зросла, але світова фінансова криза 2008 року спричинила новий спад у 2009–2011 роках. З 2012 по 2013 роки фіксується зростання туристичної активності, яке знову зупинилося в 2014 році через політичну та економічну кризу. У 2015–2019 роках відбулося суттєве зростання кількості туристів, яке перевищило попередні показники втричі.

Ці тенденції демонструють значне покращення туристичної діяльності, що спричинило підвищення завантаженості готельної галузі та, як наслідок, зростання її інвестиційної привабливості.

Таблиця 2.1 – Динаміка кількості туристів, обслужених тураоператорами та турагентами, за видами туризму, осіб [63]

Період	Кількість туристів, обслужених тураоператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2000	2013998	377871	285353	1350774
2001	2175090	416186	271281	1487623
2002	2265317	417729	302632	1544956
2003	2856983	590641	344332	1922010
2004	1890370	436311	441798	1012261
2005	1825649	326389	566942	932318
2006	2206498	299125	868228	1039145
2007	2863820	372455	336049	2155316
2008	3041655	372752	1282023	1386880
2009	2290097	282287	913640	1094170
2010	2280757	335835	1295623	649299
2011	2199977	234271	1250068	715638
2012	3000696	270064	1956662	773970
2013	3454316	232311	2519390	702615
2014	2425089	17070	2085273	322746
2015	2019576	15159	1647390	357027
2016	2549606	35071	2060974	453561
2017	2806426	39605	2289854	476967
2018	4557447	75945	4024703	456799
2019	6132097	86840	5524866	520391
2020	2360278	11964	2125702	222612

Максимальна кількість в'їзних (іноземних) туристів була у 2003 р. – 590641 осіб, а мінімальна у 2020 р. – 11964 осіб, тобто обсяги скоротилися більш ніж у 5 разів. Стосовно виїзних туристів, відповідно максимальна кількість була у 2019 р. – 5524866 осіб, а мінімальна у 2001 р. – 271281 осіб.

Аналіз внутрішнього туризму свідчить про його менш значну динаміку, а саме: максимальна кількість туристів була у 2007 р. – 2155316 осіб, а мінімальна у

2020 р. – 222612 осіб. Протягом 2011-2020 рр. їх чисельність практично не коливалась та була у діапазоні 222612 – 773970 осіб.

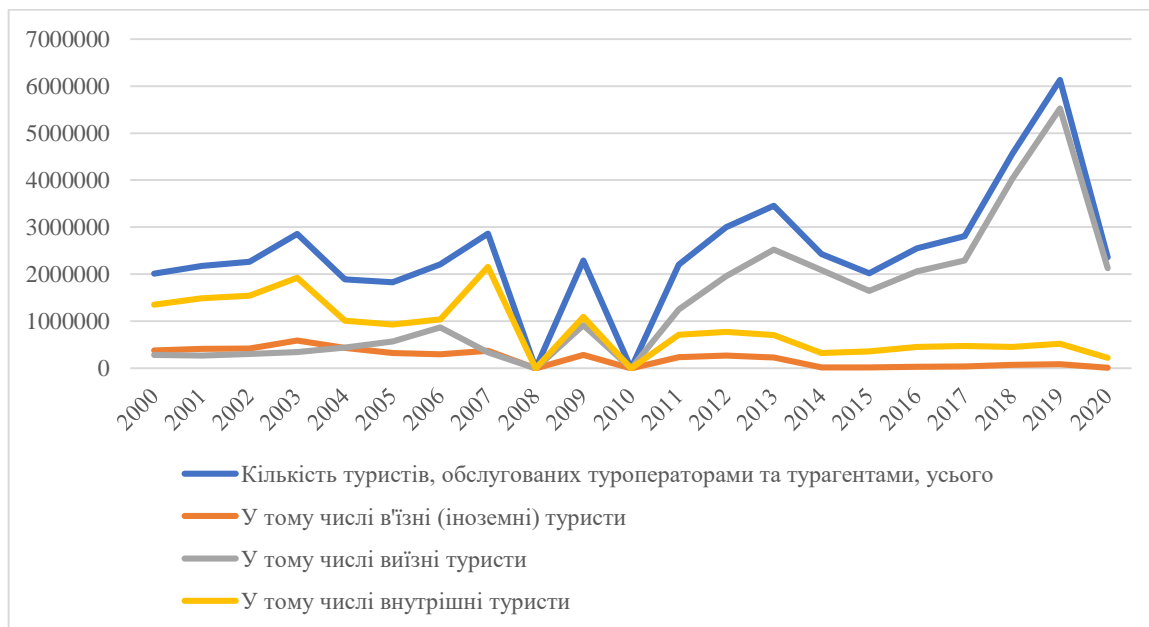


Рис. 2.1 – Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму

Аналіз даних на рис. 2.1 демонструє подібні тенденції у динаміці в'їзного (іноземного) та виїзного туризму протягом 2000–2008 років, а також у загальній кількості туристів, обслугованих туроператорами й турагентами, та внутрішнього туризму. У подальшому спостерігається висока кореляція між іншими складовими: в'їзним і внутрішнім туризмом, а також між виїзним туризмом і загальною кількістю туристів, обслугованих туроператорами та турагентами.

На початку аналізованого періоду внутрішній туризм мав найбільшу питому вагу. Проте з часом тенденція змінилася: найбільшу частку почали становити виїзні туристи. Це свідчить про покращення їхньої платоспроможності, що стало можливим за умов стабілізації фінансово-економічного становища в країні.

Різкий спад, зафіксований у 2020 році, був спричинений поширенням пандемії COVID-19 та впровадженням обмежень на пересування.

Додатково важливим для оцінки інвестиційної привабливості галузі є аналіз розміщення відвідувачів у готелях, результати якого представлені в таблиці 2.2 та на рис. 2.2.

Таблиця 2.2 – Динаміка колективних засобів розміщування
(з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців) [63]

Період	Кількість колективних засобів розміщування, од	Кількість місць у КЗР, тис. од	Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис.	
			усього	з них іноземців
2011	5882	567.3	7426.9	1427.7
2012	6041	583.4	7887.4	1554.8
2013	6411	586.6	8303.1	1665.1
2014	4572	406.0	5423.9	551.5
2015	4341	402.6	5779.9	665.8
2016	4256	375.6	6544.8	863.7
2017	4115	359.0	6661.2	824.5
2018	4719	300.0	7006.2	917.9
2019	5335	370.6	6960.9	959.4
2020	4523	312.1	3379.5	254.4

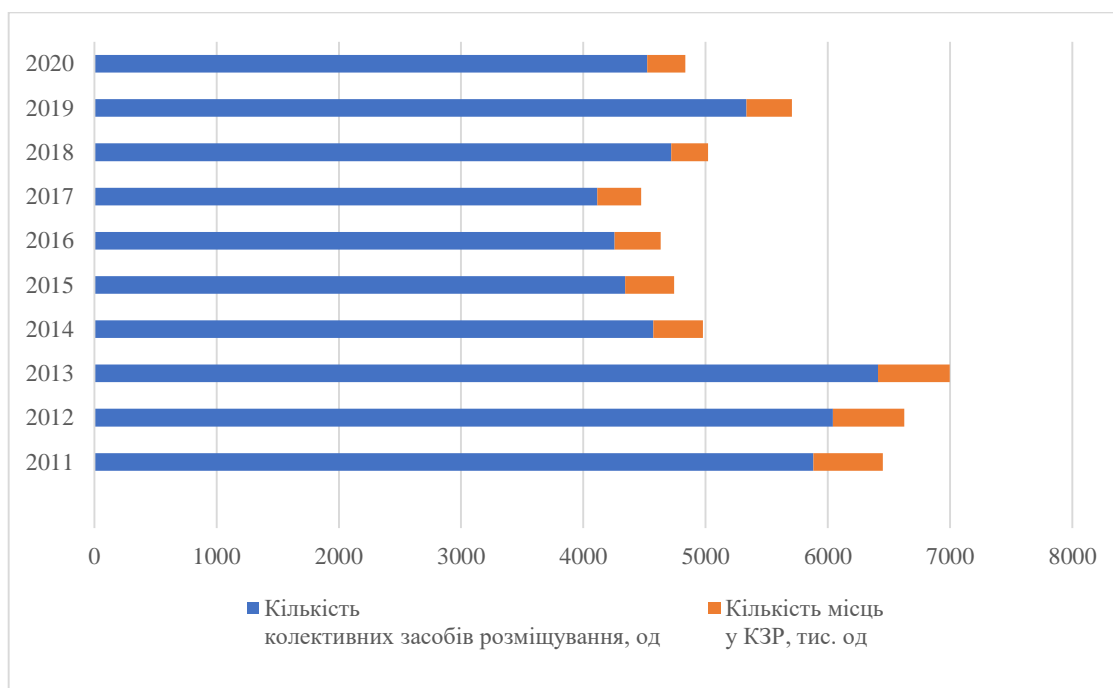


Рис. 2.2 – Динаміка колективних засобів розміщування
(з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців)

Аналіз даних, представлених у таблиці 2.2 та на рис. 2.2, показує поступове зростання кількості колективних засобів розміщення (КЗР) у період з 2011 по 2013 рік. Однак з 2014 року почалося їхнє поступове скорочення, яке досягло 45% до 2017 року. У наступні два роки спостерігалось зростання, але у 2020 році знову відбулося скорочення, спричинене пандемією COVID-19.

Схожа тенденція характерна і для кількості місць у КЗР, за винятком 2018 року, коли падіння продовжилося. У 2019 році було зафіксовано зростання на 23%.

У таблиці 2.3 представлено аналіз основних показників діяльності колективних засобів розміщування в Україні.

Таблиця 2.3 – Аналіз основних показників діяльності колективних засобів розміщування [63]

Показник	2019	У тому числі		2020	У тому числі	
		готелі та аналогічні засоби розміщування	інші засоби розміщування		готелі та аналогічні засоби розміщування	інші засоби розміщування
Кількість колективних засобів розміщування, од	5335	3165	2170	4523	2902	1621
Кількість місць у КЗР, од	370560	171721	198839	312093	162088	150005
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од	83147	83147	х	78955	78955	х
Кількість осіб, що перебували у КЗР - усього	6960949	5494210	1466738	3379475	2682978	696497
з них іноземців	959423	896173	63250	254410	247711	6699
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	18459138	10422432	8036706	9142525	5070250	4072275
з них ночівель іноземців	2016623	1832197	184425	510551	490504	20047
Юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб						
Кількість колективних засобів розміщування, од	1626	792	834	1337	728	609

Продовження табл. 2.3

Показник	2019	У тому числі		2020	У тому числі	
		готелі та аналогічні засоби розміщування	інші засоби розміщування		готелі та аналогічні засоби розміщування	інші засоби розміщування
Кількість місць у КЗР, од	186840	75667	111173	155029	72447	82582
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од	39634	39634	х	37497	37497	х
Кількість осіб, що перебували у КЗР - усього	4604935	3693556	911379	2218583	1783885	434698
з них іноземців	812722	795482	17240	218328	217378	950
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	12446841	7040927	5405914	6227427	3499309	2728118
з них ночівель іноземців	1687148	1607930	79218	430744	422193	8551
<i>Фізичні особи-підприємці (за оцінкою)</i>						
Кількість колективних засобів розміщування, од	3709	2373	1336	3186	2174	1012
Кількість місць у КЗР, од	183720	96054	87666	157064	89641	67423
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од	43513	43513	х	41458	41458	х
Кількість осіб, що перебували у КЗР - усього	2356014	1800654	555359	1160892	899093	261799
з них іноземців	146701	100691	46010	36082	30333	5749
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	6012297	3381505	2630792	2915098	1570941	1344157
з них ночівель іноземців	329475	224267	105207	79807	68311	11496

Найбільша кількість іноземців, які користувалися послугами готельно-ресторанного бізнесу, спостерігалася у 2011–2013 роках, тоді як найменша – у 2014 році через політичну кризу та у 2020 році через пандемію.

Аналіз табл. 2.3 свідчить про те, що кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування у 2020 р. зменшилася на 5,3% у порівнянні з 2019 р.; кількість осіб, що перебували у КЗР зменшилася у 2,06 разів відповідно, кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування зменшилася на

4,07%. Переважна кількість відвідувачів розміщувалась у готелях та аналогічних засобах розміщування (59,3% у 2019 р., 64,16% у 2020 р.).

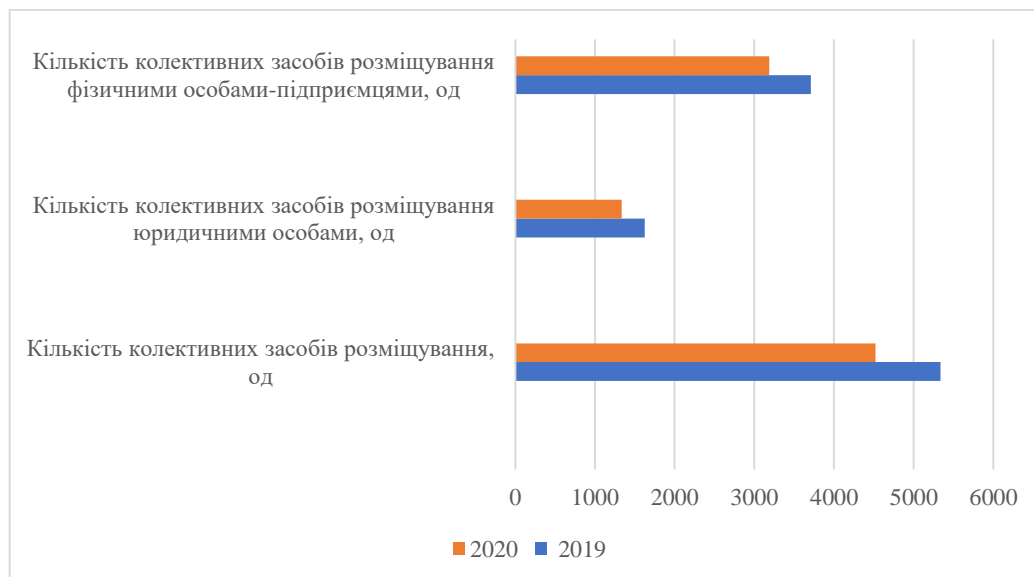


Рис. 2.3 – Динаміка показників діяльності колективних засобів розміщування у 2019-2020 рр.

Рис.2.3 свідчить про те, що у 2020 р. значно зменшилася кількість колективних засобів розміщування (на 15,3%), а саме кількість колективних засобів розміщування юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб на 17,8%; кількість колективних засобів розміщування фізичних осіб-підприємців на 14,2%. Як зазначалося раніше, це обумовлено розповсюдженням епідемії коронавірусу.

Для оцінки інвестиційної привабливості готельно-ресторанної галузі за регіонами доцільним представляється проведення аналізу розподілу туристів за ними. У табл. 2.4 та на рис. 2.4, 2.5 представлено аналіз кількості ночівель туристів у 2020 р. за регіонами.

За даними табл.2.4 можемо зробити висновок, що максимальна питома вага ночівель туристів спостерігається у місті Київ, а саме 86,51%. Наступною є

Львівська область – 3,54%, а потім Дніпропетровська (1,49%) й Харківська області (1,05%). Питома вага ночівель безпосередньо туристів складає 76,27%. Найбільшу питому вагу мають ночівлі виїзними туристам для подорожі за кордон – 91,93%. Лідерами за регіонами є ті ж самі регіони, що й за питомою вагою.

Таблиця 2.4 – Аналіз кількості ночівель туристів, що включені до туристичних пакетів, у 2020 році за регіонами [63]

Регіон	Кількість ночівель туристів, що включені до туристичних пакетів, усього	У тому числі до туристичних пакетів, реалізованих				
		іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	туристам, усього	з них		
				внутрішнім туристам для подорожі по Україні	виїзним туристам для подорожі за кордон	в'їзним (іноземним) туристам для подорожі по Україні
Україна	11998352	2846579	9151773	706448	8413407	31918
Вінницька	40853	–	40853	18542	22311	–
Волинська	23407	1290	22117	1210	20713	194
Дніпропетровська	179719	38	179681	18707	160974	–
Донецька	41671	–	41671	7640	34031	–
Житомирська	29972	91	29881	493	29388	–
Закарпатська	52780	–	52780	9715	43065	–
Запорізька	128423	7	128416	47723	80657	36
Івано-Франківська	125826	407	125419	104675	18187	2557
Київська	99132	4600	94532	3218	91142	172
Кіровоградська	11935	–	11935	114	11821	–
Луганська	3189	–	3189	34	3155	–
Львівська	424240	76590	347650	184149	161014	2487
Миколаївська	21120	–	21120	951	20169	–
Одеська	100480	14	100466	14666	85537	263
Полтавська	16225	–	16225	1206	15019	–
Рівненська	43165	453	42712	10394	32315	3
Сумська	19678	–	19678	4135	15543	–
Тернопільська	15604	–	15604	855	14749	–
Харківська	126745	1970	124775	12307	112430	38
Херсонська	16181	–	16181	12520	3661	–
Хмельницька	23143	360	22783	1037	21746	–
Черкаська	8685	–	8685	1092	7593	–
Чернівецька	30815	–	30815	2056	28759	–
Чернігівська	35780	–	35780	1200	34580	–
м.Київ	10379584	2760759	7618825	247809	7344848	26168

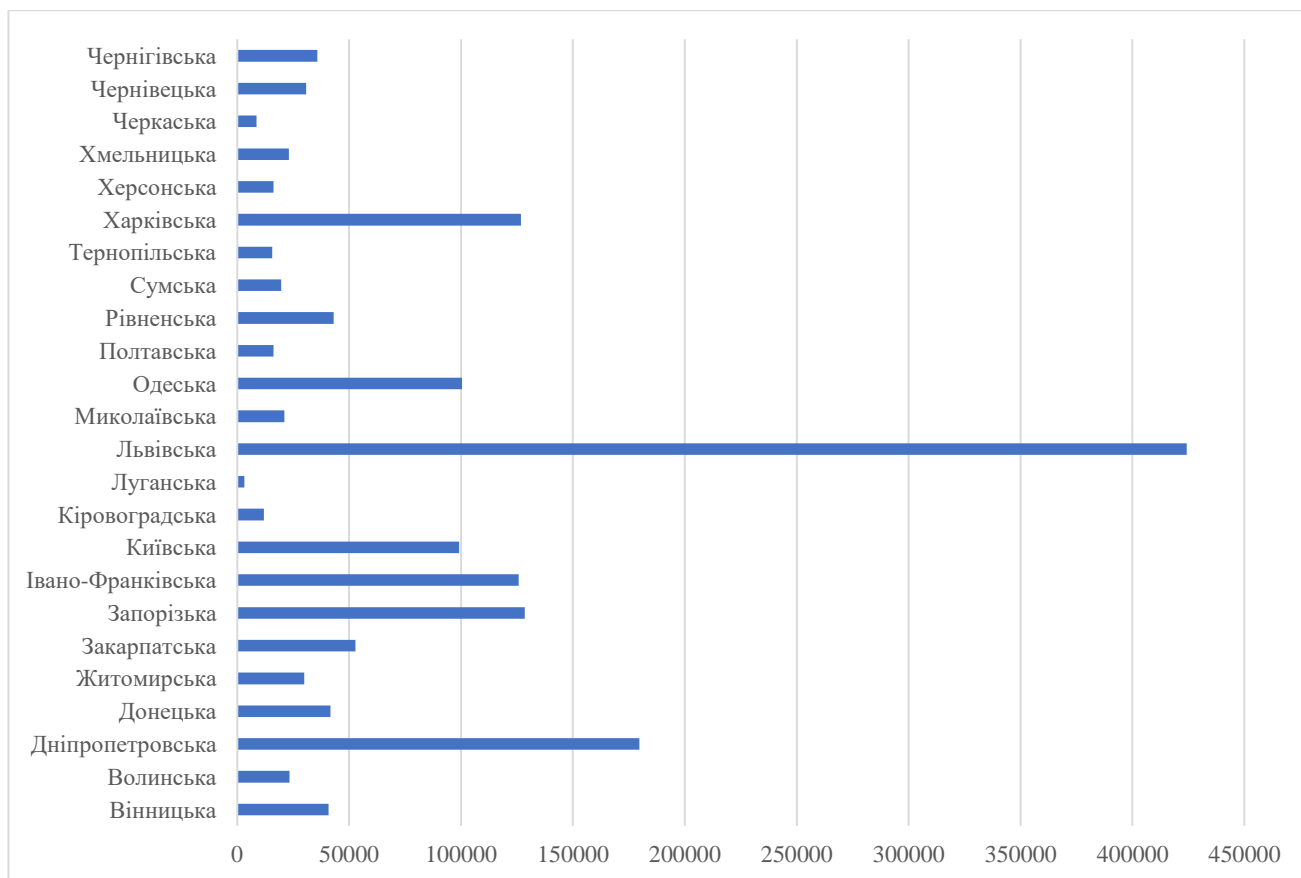


Рис.2.4 – Динаміка кількості ночівель туристів, що включені до туристичних пакетів, у 2020 році за регіонами

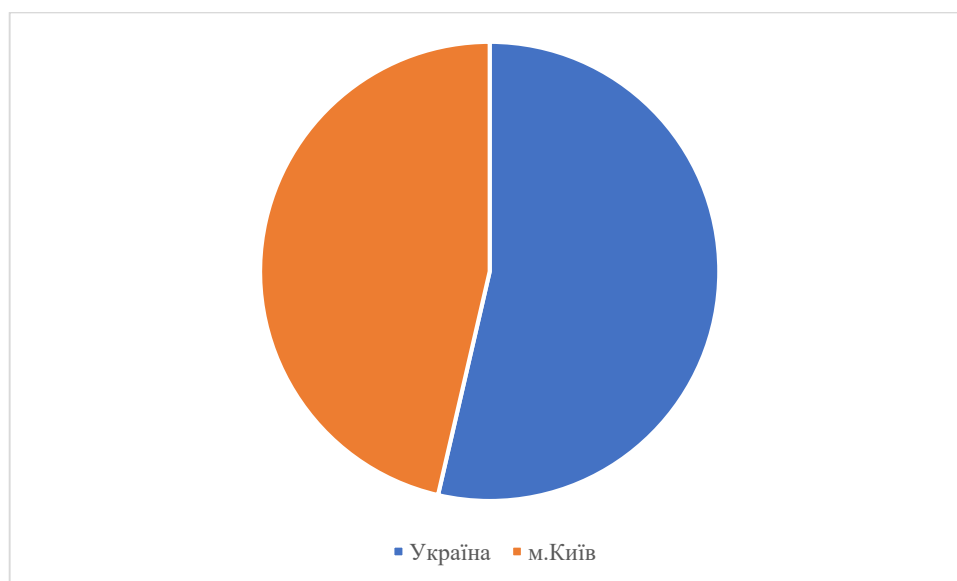


Рис. 2.5 – Кількість ночівель туристів, що включені до туристичних пакетів, у 2020 році в Україну та зокрема в місто Київ

Важливою складовою що впливає на покращення діяльності готельно-ресторанного бізнесу є інвестування в нього. Тому проведемо аналіз динаміки капітальних інвестицій до цієї галузі (табл. 2.5, рис. 2.6).

Таблиця 2.5 – Аналіз динаміки капітальних інвестицій за видом економічної діяльності (тимчасове розміщування) за 2010-2023 рр. [63]

Рік	Значення
2010	679114
2011	1010796
2012	1534647
2013	872176
2014	867109
2015	890176
2016	756121
2017	1380054
2018	1473043
2019	982887
2020	839943
2021	953753
2022	799112
2023	755550

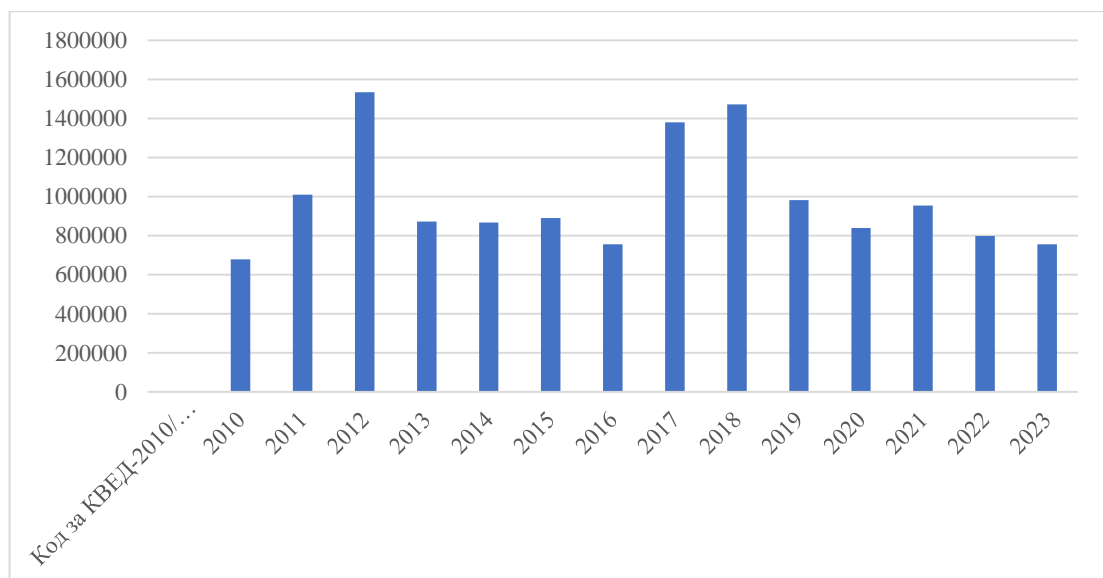


Рис.2.6 – Капітальні інвестиції за видом економічної діяльності (тимчасове розміщування) за 2010-2023 рр.

Аналіз даних представлених у табл. 2.5 та на рис. 2.6 свідчить про наявність позитивної динаміки інвестицій протягом 2010-2012 рр., 2016-2018 рр. та 2020-2021 рр.. Найбільші обсяги інвестицій були у 2012, 2017, 2018 рр., що сприяло покращенню стану готельно-ресторанного бізнесу, але в подальшому цей вид бізнесу буде потребувати значних інвестиційних вкладень для підвищення його конкурентоздатності.

Одним з джерел розвитку готельно-ресторанного бізнесу є зростання витрат домогосподарств на ресторани та готелі (табл. 2.6, рис. 2.7).

Таблиця 2.6 – Аналіз витрат домогосподарств України на ресторани та готелі, %

[61]

Рік	Значення
2010	2.4
2011	2.5
2012	2.5
2013	2.5
2014	2.3
2015	2
2016	2.2
2017	2.3
2018	2.4
2019	2.6
2020	1.6
2021	1.8

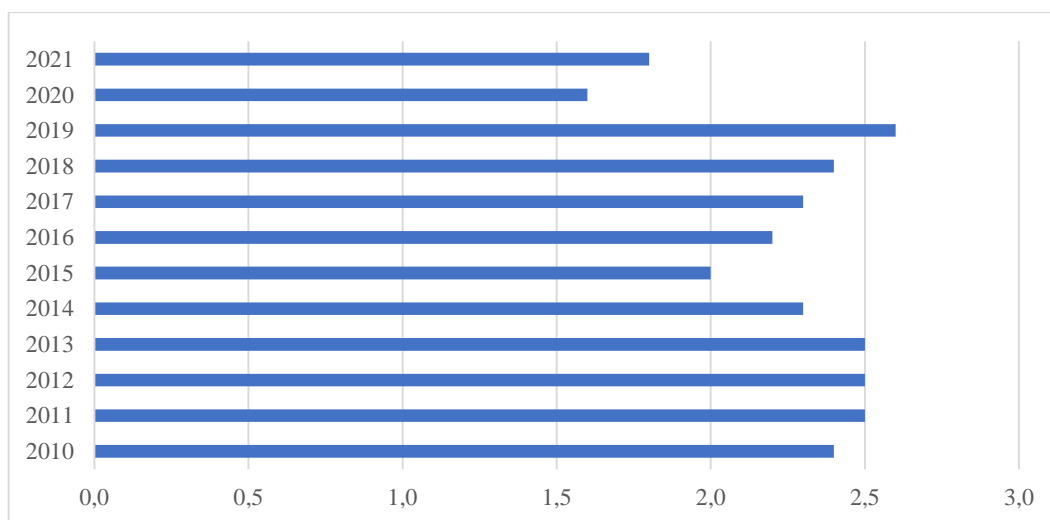


Рис. 2.7 – Динаміка витрат домогосподарств України на ресторани та готелі, %

Аналіз даних представлених у табл. 2.6 та на рис. 2.7 свідчить про зростання витрат домогосподарств України на ресторани та готелі у 2010-2011 рр. та у 2018-2019 рр.. Нажаль це відбувалося лише протягом недовгого часу та недостатньо сприяло активному розвитку бізнесу.

Таким чином, здійснений аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу України свідчить, що на нього впливає ціла низка різноманітних факторів, які мають як позитивний, так і негативний вплив. Поряд з тим слід відмітити, що проаналізована галузь користується достатньо значним попитом як у зовнішніх, так й у внутрішніх туристів, та відповідно має значний інвестиційний потенціал з метою подальшого розвитку.

2.2. Аналіз обсягів реалізованих послуг та податкових надходжень від туристичної галузі

Для визначення власного інвестиційного потенціалу та оцінки вкладу галузі у економіку країни в цілому доцільним представляється проведення аналізу обсягів реалізованих послуг та податкових надходжень від туристичної галузі.

У табл. 2.7 та на рис. 2.8 представлено динаміку обсягів реалізованих послуг у 2023 р. у поквартальному розрізі.

Таблиця 2.7 – Динаміка обсягів реалізованих послуг у 2023 р., тис. грн [63]

Вид діяльності	1	2	3	4
Тимчасове розміщування	1738425.7	1776084.4	2397293.5	2188950.3
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування	1695737.9	1723092.0	2323905.6	2121315.5
Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання	27218.1	37773.3	58620.9	41341.3

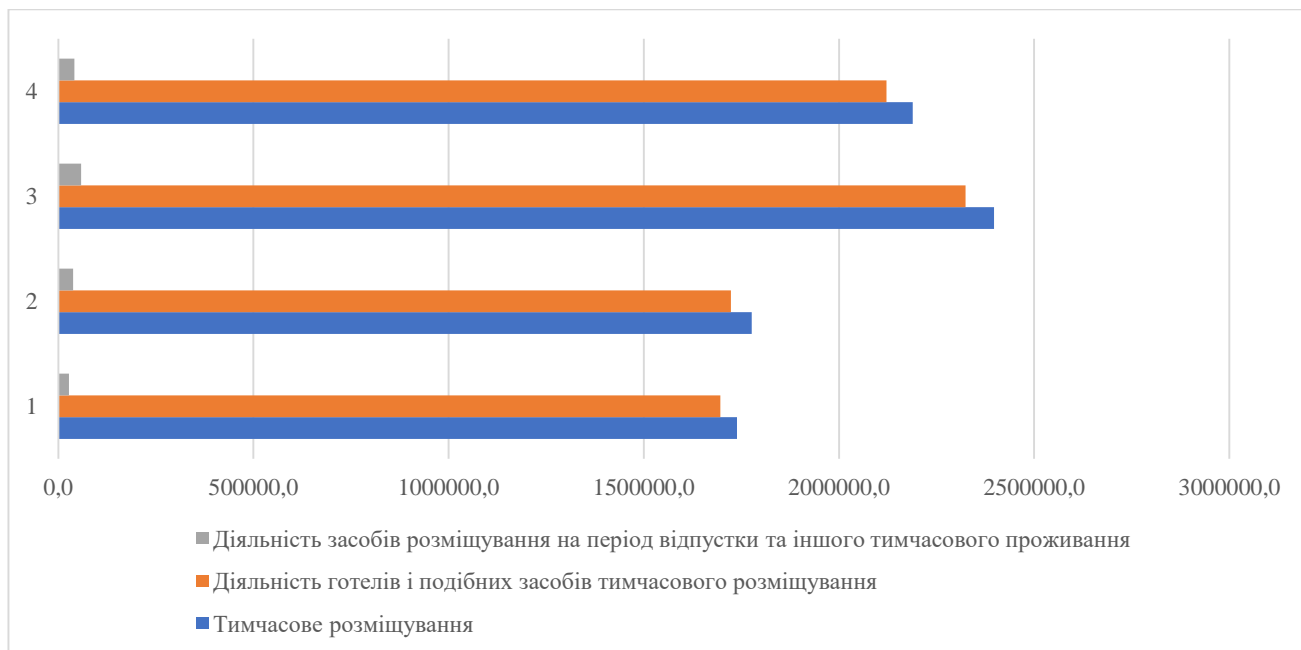


Рис.2.8 – Аналіз обсягів реалізованих послуг, тис. грн

Аналіз даних представлених у табл. 2.7 та на рис. 2.8 свідчить про зростання обсягів тимчасового розміщування, діяльності готелів і подібних засобів тимчасового розміщування, а також діяльності засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання у перших трьох кварталах, а потім зниження на 9.51%, 9.55%, 41.79% відповідно.

Важливим також представляється проведення аналізу податкових надходжень від туристичної галузі за регіонами. Згідно даних Державного агентства з розвитку туризму податкові [64] надходження від туристичної галузі за регіонами за два квартали 2024 р. зросли у порівнянні з аналогічним періодом у 2023 р. практично в усіх областях, крім Луганської, але ситуація у порівнянні з 2021 р. виглядає декілька по іншому.

Найбільший рівень податкових надходжень [62] у першій половині 2024 р. спостерігається у наступних областях: Львівській – 194 млн 778 тис. грн, Київській – 123 млн 838 тис. грн, Івано-Франківській – 119 млн 462 тис. грн, Одеській – 60 млн 647 тис. грн та Дніпропетровській – 59 млн 490 тис. грн.

Лідером надходжень до бюджету [62] за перше півріччя поточного року є місто Київ, в якому податкові надходження становлять 389 млн 910 тис грн проти 229 млн 842 тис. грн у 2023 році. У 2021 р. сума податкових надходжень Києва становила – 336 млн 574 тис. грн.

Вінниччина [62] у зазначений період сплатила податкових надходжень майже в половину більше, ніж торік – 17 млн 204 тис. грн проти 11 млн 720 тис. грн. У 2021 році Вінниччина сплатила податків 10 млн 895 тис. грн. Зростання відбулося в першу чергу за рахунок збільшення чисельності внутрішньо переміщених осіб.

У Волинській області [62] у перших двох кварталах 2024 р. значно зросли податкові надходжень – 11 млн 9 тис. грн у порівнянні з 2023 р. – 6 млн 827 тис. грн. У 2021 від області у бюджет надійшло 5 млн 460 тис. грн. У цьому випадку зростання також відбулося в першу чергу за рахунок збільшення чисельності внутрішньо переміщених осіб.

Дніпропетровська область [62] за перші два квартали 2024 р. сплатила податків до бюджету 59 млн 490 тис. грн проти 43 млн 80 тис. грн, які було сплачено за аналогічний період у 2023 р.. У 2021 р. регіоном було сплачено податків 42 млн 326 тис. грн. Зростання відбувалося завдяки активізації процесів внутрішнього переміщення.

У Донецькій області [62] спостерігається також зростання податкових надходжень до бюджету протягом останніх двох років. За перше півріччя поточного року регіоном сплачено 5 млн 799 тис. грн проти 3 млн 629 тис. грн. за відповідним періодом 2023 р.. Проте ця цифра менш на 74% у порівнянні з 2021 р. (22 млн 519 тис. грн), що обумовлена воєнними діями на території цього регіону.

Значний ріст податкових надходжень від суб'єктів туристичної діяльності спостерігається у Житомирській області, де в порівнянні з аналогічним періодом у 2023 р. – майже 8 млн 389 тис. грн проти 5 млн 957 тис. грн. [62]. За аналогічний період у 2021 р. податки від туристичної галузі в регіоні були практично ідентичними (5 млн 486 тис. грн.). Зростання відбувається за рахунок активізації руху внутрішньо переміщених осіб.

Податкові надходження від туристичної галузі на Закарпатті [62] також зросли і склали: 52 млн 227 тис. грн проти 35 млн 916 тис. грн у відповідному періоді 2023 р.. У 2021 р. величина податкових надходжень склала 24 млн 748 тис. грн., що свідчить про їх зростання більш ніж у 2 рази у порівнянні з за першим півріччям 2021 р. та пояснюється активним рухом внутрішньо переміщених осіб.

За перші два квартали поточного року значно зросли податки і в Запорізькому регіоні [62] у порівнянні з минулим роком. Цьогоріч регіоном сплачено – 15 млн 525 тис. грн проти 6 млн 188 тис. грн торік. У порівнянні з 2021 р. це на 55% менше (34 млн 155 тис. грн), що обумовлюється захопленням частини території регіону.

Також цьогоріч значно зросли обсяги податків від суб'єктів туристичної діяльності в Івано-Франківському регіоні [62]. За перше півріччя 2024 р. податків сплачено на суму 119 млн 462 тис. грн проти 58 млн 316 тис. грн торік. У 2021 р. сплачено 65 млн 14 тис. грн податків. Зростанню доходів сприяє активний рух внутрішньо переміщених осіб.

На Київщині [62] за перші шість місяців 2024 р. було сплачено в бюджет 123 млн 838 тис. грн проти 111 млн 157 тис. грн у 2023 р. У 2021 р. відповідно до держави надійшло 54 млн 251 тис. грн., що також більш ніж у 2 рази перевищує податкові надходження у 2024 р.. Податкові надходження зростають завдяки інтенсивному руху внутрішньо переміщених осіб.

На Кіровоградщині [62] також спостерігається зростання податків – 10 млн 313 тис. грн проти 6 млн 366 тис. грн за аналогічний період у 2023 р.. У 2021 р. від цього регіону держава отримала надходжень на суму 6 млн 555 тис. грн. Головна причина зростання це активізація руху внутрішньо переміщених осіб.

Луганська область [62] у цьому році сплатила до бюджету майже 34 тис. грн., що на 84% менше у порівнянні з 2021 р. (220 тис. грн).

У 2024 р. Львівщина [62] перерахувала до бюджету 194 млн 778 тис. грн. Торік поступило від області за аналогічний період 147 млн 949 тис. грн. У 2021 р. у першому півріччі Львівський регіон сплатив 85 млн 911 тис. грн. Доходи зростають завдяки активному руху внутрішньо переміщених осіб.

На Миколаївщині [62] також у першій половині 2024 р. відбулося зростання податкових надходжень від суб'єктів туристичної діяльності. Від регіону до бюджету надійшло 11 млн 123 тис. грн у порівнянні з 7 млн 502 тис. грн за аналогічний період у минулому році. Однак в порівнянні з 2021 р., коли бюджет отримав 15 млн 789 тис. грн, сума податкових надходжень від цього регіону зменшилася на 30%.

Також зросли податкові надходження від туристичної галузі на Одещині [62] у порівнянні з 2023 р.. Зокрема, за перші два квартали 2024 р. сплачено 60 млн 647 тис. грн проти 43 млн 359 тис. грн, сплачених у 2023 р., але у порівнянні з 2021 р. сума надходжень від цього регіону впала на 75% (241 млн 809 тис. грн.).

На Полтавщині [62] також зафіксовано значне зростання податків (28 млн 900 тис. грн), що більше на 58%, ніж у першій половині 2023 р. (18 млн 243 тис. грн). У 2021 р. регіон фактично сплатив майже аналогічну суму податків в порівнянні з минулим роком (18 млн 438 тис. грн.). Зростання доходів обумовлюється активним рухом внутрішньо переміщених осіб.

На Рівненщині [62] зросли в 1,8 рази податкові надходження в порівнянні з 2023 р. – 13 млн 233 тис. грн проти 7 млн 813 тис. грн. Якщо порівняти суми податків за перше півріччя 2024 та 2021 рр., то можна побачити значне зростання податків. У 2021 р. було сплачено 6 млн 656 тис. грн. податків.

На Сумщині [62] від туристичної галузі було сплачено 6 млн 16 тис. грн проти 4 млн 526 тис. грн торік. Зазначимо, що у 2021 р. регіон сплатив 4 млн 658 тис. грн податків.

Тернопільщина [62] за перші шість місяців поточного року сплатила до бюджету податки у розмірі: 12 млн 800 тис. грн проти 7 млн 996 тис. грн у 2023 році. У 2021 р. представниками туристичної галузі цього регіону було сплачено податків 7 млн 328 тис. грн.

На Харківщині [62] у першому півріччі 2024 р. було перераховано до бюджету 22 млн 849 тис. грн проти 16 млн 212 тис. грн торік. У 2021 р. за аналогічний період регіон сплатив значно більше податків – 44 млн 642 тис. грн.

Зменшення обсягів податків обумовлюється в першу чергу суттєвими питаннями рівня безпеки перебування у цьому регіоні.

Херсонщина [62] за перші шість місяців поточного року сплатила 1 млн 128 тис. грн податків від представників туристичної галузі. Торік ця сума склала і того менше – 704 тис. грн. У 2021 р. регіон сплатив податків 18 млн 935 тис. грн.. Суттєве скорочення податків обумовлюється значними змінами, що відбуваються внаслідок активних воєнних дій у цьому регіоні.

Поряд з тим зросли податкові надходження від туристичної галузі в порівнянні з тим ж періоді торік на Хмельниччині [62]. Там сплачено 16 млн 343 тис. грн проти 11 млн 307 тис. грн. (перша половина 2023 р.). У порівнянні з першим півріччям 2021 р. (8 млн 519 тис. грн) сплачена цьогоріч сума практично в два рази більша.

Черкащина [62] за перші два квартали 2024 р. сплатила до бюджету 13 млн 573 тис. грн проти 8 млн 233 тис. грн за аналогічний період у 2023 р.. У 2021 р. за цей же час від регіону до бюджету надійшло 9 млн 313 тис. грн. Таке значне зростання надходжень обумовлено внутрішнім переміщенням населення у зв'язку з активним воєнними діями.

Буковина [62] цьогоріч сплатила до бюджету податків на суму 17 млн 595 тис. грн. У 2023 р. за звітний період представниками туристичної галузі в цьому регіоні сплачено 13 млн 113 тис. грн. У 2021 р. податкові надходження від регіону становлять 6 млн 989 тис. грн. Суттєве зростання кількості відвідувачів пов'язано з внутрішнім переміщенням населення у зв'язку з активізацією воєнних дій.

За перше півріччя 2024 р. Чернігівська область [62] сплатила до бюджету туристичного податку більше, ніж за аналогічний період 2023 році: 6 млн 776 тис. грн проти 4 млн 241 тис. грн. У 2021 році від регіону до бюджету надійшло 7 млн 703 тис. грн.. Отже, протягом останніх двох років спостерігається позитивна тенденція.

Узагальнюючи проведений аналіз, за даними державної податкової служби України від тимчасового розміщування й організації харчування станом на 01.09.2024 держава отримала 3074687.15044 тис. грн., відповідно за аналогічний

період 2023 р. 1964729 тис. грн. та у 2022 р. відповідно 1084541.5 тис. грн. Отже, податкове навантаження за дев'ять місяців 2024 р. зросло у 2,83 рази у 2024 р. у порівнянні з відповідним періодом 2022 р. та у 1,56 разів у порівнянні з відповідним періодом 2023 р., що свідчить про суттєве зростання обсягів здійснення надання послуг у сфері тимчасового розміщування й організації харчування. Саме це є підґрунтям зростання інвестиційної привабливості готельно-ресторанної галузі.

2.3 Аналіз готельно-ресторанного ринку України

Однією з важливих складових аналізу стану інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу є безпосередньо аналіз готельно-ресторанного ринку України, який було здійснено на основі аналізу ключових показників діяльності готелю з застосуванням статистичних даних Hotel Matrix (вебпродукт готельної аналітики) [64].

Спочатку розглянемо сутність ключових показників діяльності готелю.

Згідно проведеного аналізу існуючих методичних підходів, одним з найважливіших показників ефективності діяльності (KPI) готелю є його завантаженість (Occupancy), який характеризує відсоток проданих кімнат по відношенню до доступних до продажу за певний період часу.

Дуже важливо постійно здійснювати моніторинг та контроль цих даних, щоб на основі їх аналізу приймати відповідні управлінські рішення та здійснювати прогнозування попиту та удосконалювати тарифну політику закладу.

Наступним показником ефективності діяльності (KPI) готелю є середній тариф дня (Average daily room rate (ADR)), що характеризує цінову політику готелю [64]. На основі порівняння ADR готелю з ADR конкурентної групи, можливо зробити висновок стосовно ефективності цінової політики готелю, що аналізується (відповідно, чи завищені тарифи готелю, занижені або конкурентоздатні).

Важливе значення має також такий показник ефективності діяльності (KPI) готелю як дохід на доступний номер (RevPAR), який є одним з найбільш

поширених фінансових індикаторів, що дозволяє оцінити ефективність діяльності готелю [64]. RevPAR визначає частку доходу від продажів номерного фонду, що припадає на кожний доступний номер. Особливого значення цей показник набуває під час формування інвестиційної стратегії та ухваленні інвестиційних рішень. Порівнюючи його значення з середнім показником за конкурентною групою, особа яка приймає управлінське рішення отримує аналітичні дані для його прийняття стосовно формування стратегії подальшого удосконалення номерного фонду готелю.

Не менш важливе значення має також такий показник ефективності діяльності (KPI) готелю як загальний дохід на номер (TREVPAR), який характеризує саме значення валового доходу готелю на доступний номер. Також доцільним представляється аналіз пов'язаного з цим показника такого як загальний дохід на одного клієнта (TREVPEC). Ці показники відносяться до категорії абсолютних [64].

Наступним показником ефективності діяльності (KPI) готелю є дохідність SPA (RevPath), яка дозволяє визначити скільки доходу приносить готелю кожна окрема процедура та SPA в цілому [64]. Це дозволить приймати більш ефектні рішення стосовно розподілу часу у SPA та розробити більш ефективну політику управління їх завантаженням.

Окрім того, важливого значення має також такий показник ефективності діяльності (KPI) готелю як середній дохід на посадочне місце за період в грошових одиницях (RevPASH (Revenue per Available Seat Hour)), який можна розрахувати як розподіл доходу від продажу страв і напоїв на кількості посадочних місць і години роботи [64].

Також представляє певний інтерес такий показник ефективності діяльності (KPI) готелю як середній дохід на кожний доступний метр (Revenue Per Available Meter (RevPAM)), який розраховується як дохід з кожного наявного квадратного метра доступного простору готелю [64]. Аналіз значення цього показника спонукає осіб, що приймають рішення, до найбільш ефективного використовувати всієї

площі готелю, розглядаючи її, як потенційне джерело отримання додаткового доходу. Це можуть бути місця для проведення конференцій, переговорів, нарад, фуршетів, банкетів, бутиків, тощо.

Одним з найбільш привабливих з точки зору туризму в Україні вважається місто Львів. Окрім того, в умовах воєнного часу, з метою пошуку безпеки, велика кількість населення країни перемістилася саме до цього регіону. Тому актуальним представляється здійснення аналізу показників (середній тариф дня та дохід на доступний номер) у місті Львів за перші квартали передостанніх трьох років (рис. 2.9).

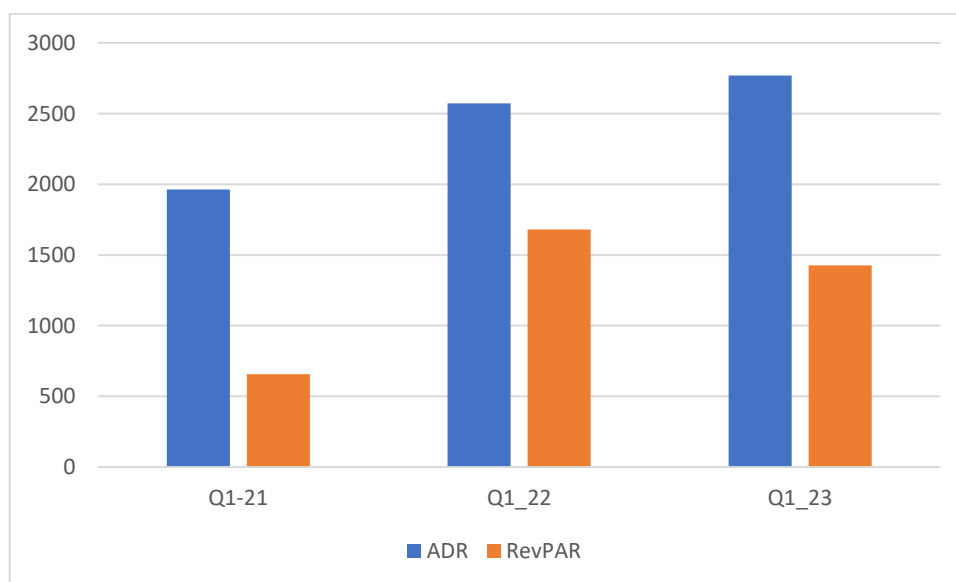


Рис. 2.9 – Аналіз показників середній тариф дня та дохід на доступний номер протягом перших кварталів 2021-2023 рр. у м. Львів

Аналіз даних на рис. 2.9 свідчить, що відбулося суттєве зростання середнього тарифу дня на 23,7% та 29,1% відповідно у 2022 та 2023 рр., але дохід на доступний номер зріс у першому кварталі 2022 р. у 2,56 разів, а у першому кварталі 2023 р. – в 2,175 рази; у порівняння 2022 р. та 2023 р. дохід на доступний номер зменшився на 16,5%, що обумовилося зниженням попиту на послуги.

Важливим також представляється аналіз рівня завантаженості готелів Львова протягом перших кварталів 2021-2023 рр. (рис. 2.10).



Рис. 2.10 – Динаміка завантаженості готелів Львова протягом перших кварталів 2021-2023 рр. [64]

Аналіз даних на рис. 2.9 свідчить, що відбулося суттєву коливання попиту протягом проаналізованого періоду. Зокрема, протягом січня, після новорічних свят відбувся суттєвий спад 2021 р., потім зростання на лютневі та березневі свята, потім зносу спад. У 2022 р. були аналогічні коливання протягом січня та на початку лютого, але потім у зв'язку з початком воєнних дій відбувалося поступове зростання попиту, який сприяв досягненню постійної завантаженості на 90%. У 2023 р. попит деяким чином скоротився та знаходився в діапазоні 30-80%.

Також доцільним представляється аналіз загального рівня завантаженості готелів Львова протягом перших кварталів 2021-2023 рр. (рис. 2.11).

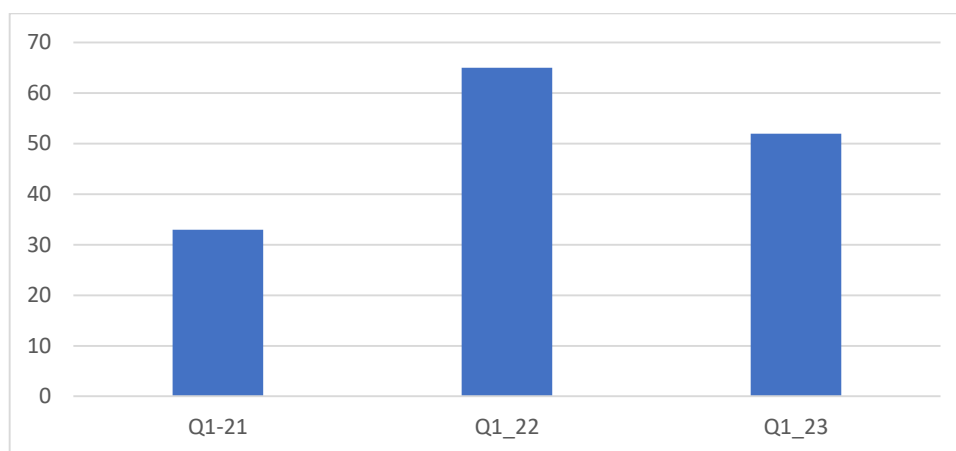


Рис. 2.11 – Динаміка загального рівня завантаженості готелів Львова протягом перших кварталів 2021-2023 рр.

Аналіз даних на рис. 2.11 свідчить, що завантаженість готелів зросла практично у 2 рази у першому кварталі 2022 р., що обумовилося суттєвим переміщенням населення, в першу чергу зі сходу України, потім відбувалося подальше переміщення людей до інших регіонів України та закордон, тому у першому кварталі 2023 р. спостерігався спад на 13%.

Також доцільним представляється аналіз рівня завантаженості готелів Києва протягом перших кварталів 2021-2023 рр. (рис. 2.12).

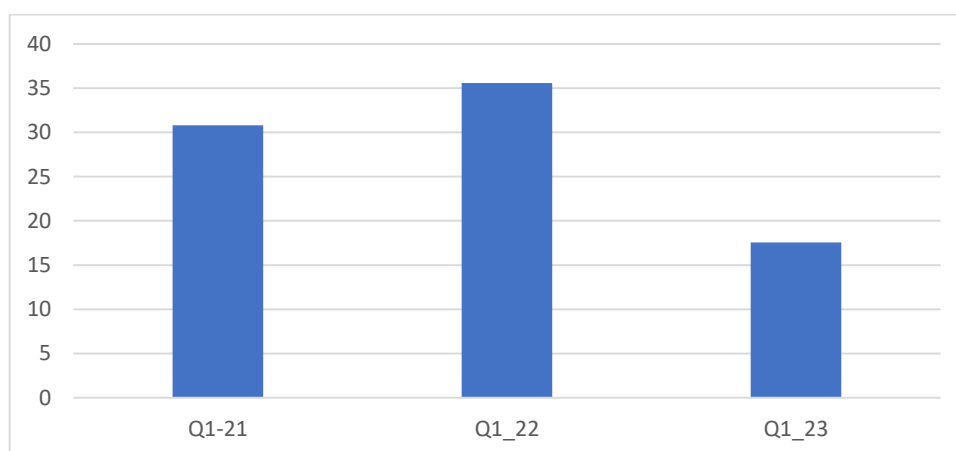


Рис. 2.12 – Динаміка загального рівня завантаженості готелів Києва протягом перших кварталів 2021-2023 рр.

Аналіз даних на рис. 2.12 свідчить, що завантаженість готелів зросла тільки на 4% у першому кварталі 2022 р., що обумовилося значним скороченням закордонних відвідувачів, зменшенням кількості ділових поїздок та суттєвим зростанням рівня переміщення населення, переважно зі сходу України, потім відбувалося подальше переміщення людей до інших регіонів України та закордон, тому у першому кварталі 2023 р. спостерігався спад практично у два рази.

Важливим також представляється аналіз рівня завантаженості готелів Києва протягом перших кварталів 2021-2023 рр. (рис. 2.13).



Рис. 2.13 – Динаміка завантаженості готелів Києва протягом перших кварталів 2021-2023 рр. [64]

Аналіз даних на рис. 2.13 свідчить, що відбулося несуттєве коливання попиту протягом проаналізованого періоду. Зокрема, протягом першого кварталу 2021 р. попит коливався незначним чином, в діапазоні (8-28%), у 2022 р. відбулося значне зростання попиту наприкінці січня, а потім суттєве зменшення, у зв'язку з

погіршенням ситуації та здійсненням воєнних дій. У 2023 р., коли воєнний стан деяким чином стабілізувався відбулося деяке зростання попиту, який знов коливався у діапазоні 8-28%.

На рис. 2.14 представлено динаміку показників середнього тарифу дня та дохід на доступний номер протягом перших кварталів 2021-2023 рр. у м. Київ.

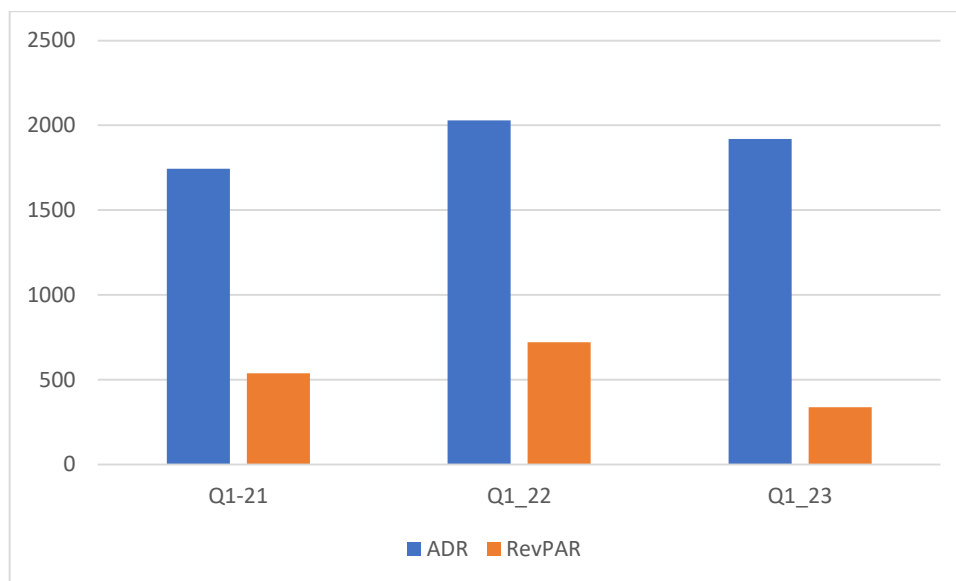


Рис. 2.14 – Динаміка показників середній тариф дня та дохід на доступний номер протягом перших кварталів 2021-2023 рр. у м. Київ

Аналіз даних на рис. 2.14 свідчить, що відбулося зростання середнього тарифу дня у 2022 р. на 14%, що обумовлено зростанням попиту протягом січня та у першій половині лютого, а потім зменшення на 5,6% у 2023 р., що було обумовлено зниженням попиту. Дохід на доступний номер у 2022 р. зріс на 34,2%, а у 2023 р. зменшився на 46,7%, що значно корелює з динамікою середнього тарифу дня у 2021-2022 рр.

На рис. 2.15 представлено динаміку результатів діяльності готелів Києва, Львова, Одеси та Буковель за перший квартал 2024 р.

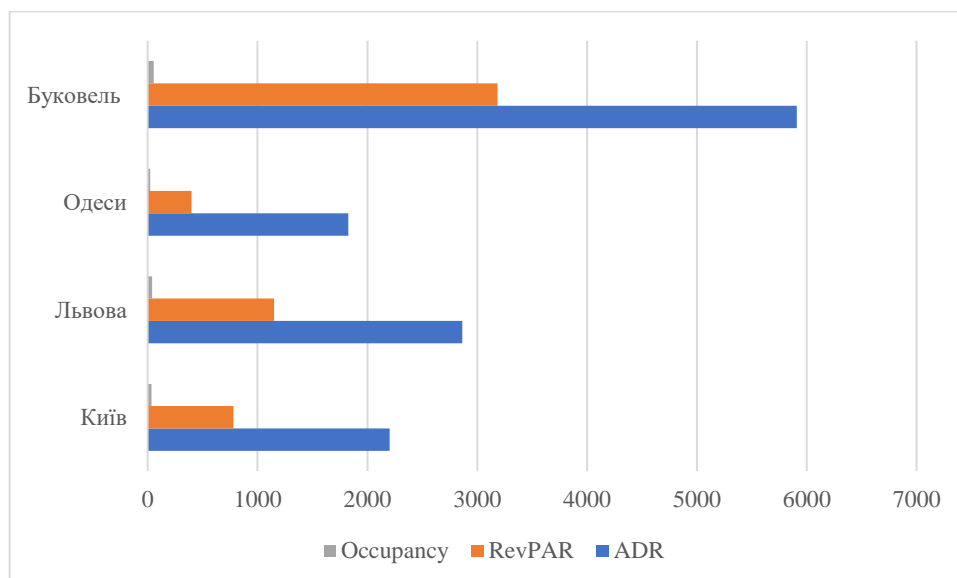


Рис. 2.15 – Динаміка результатів діяльності готелів Києва, Львова, Одеси та Буковель за перший квартал 2024 р.

Аналіз даних на рис. 2.15 свідчить, що завантаженість максимальна у Буковелі (53,91 %) та мінімальна у Одесі (21,86 %), у Києві та у Львові 35,42 % та 40,15% відповідно. Дохід на доступний номер має максимальне значення у Буковелі (3185,83) та мінімальна у Одесі (399,33), у Києві та у Львові 779,65 та 1150,22 відповідно. Середній тариф дня є максимальним у Буковелі (5909,03) та мінімальна у Одесі (1827,16), у Києві та у Львові 2201,06 та 2865,06 відповідно.

Аналіз динаміки розглянутих показників у порівнянні з першим кварталом 2023 р. представлено у табл. 2.8.

Таблиця 2.8 – Аналіз динаміки показників за першими кварталами 2023-2024 рр.

[64]

Місто	Осс	ADR	RevPAR	
Київ	+ 64%	-8%	+52%	
Львів	-23%	+2%	-20%	
Одеса	+ 5%	+6%	+1%	
Буковель	+ 33%	-3%	+29%	

Аналіз даних, які представлено у таблиці 2.8 дозволяє зробити наступні висновки щодо зростання: завантаженості у Києві, Одесі, Буковелі; середнього тарифу дня у Львові та Одесі; доходу на доступний номер у Києві, Одесі, Буковелі.

Отже, здійснений аналіз готельно-ресторанного ринку України свідчить стосовно потенційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу та подальші перспективи його розвитку, не дивлячись на складну ситуацію, які склалась в країні в цілому.

РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ЩОДО СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ТИПУ

3.1. Стратегічний аналіз створення нового бізнесу (ресторану)

Перед початком створення закладу ресторанного типу доцільно провести ретельний аналіз ринку, щоб визначити його цільову аудиторію. Головне питання — хто стане потенційними клієнтами цього закладу? Це може бути сімейне кафе, ресторан для офісних працівників, молодіжний заклад або інший формат. Визначення цільової аудиторії дозволяє обрати відповідний формат закладу, режим його роботи, а також адаптувати концепцію до потреб споживачів. Формат і час роботи закладу мають прямо залежати від цільової аудиторії.

Крім того, важливим є проведення конкурентного аналізу, щоб виділити конкурентні переваги закладу. У разі високої конкуренції цей етап стає особливо актуальним. Ефективний аналіз передбачає відвідування конкуруючих закладів, оцінку їхніх особливостей, переваг і недоліків. Ці спостереження слід враховувати при розробці власного ресторану для підсилення його конкурентної позиції. Особливу увагу потрібно звертати на вибір локації, оскільки близькість до потенційного клієнта є важливим чинником, що підвищує впевненість у поверненні інвестицій. Вибір місця з високою пішохідною прохідністю або поруч із транспортними вузлами значно підвищує шанси на успіх.

Аналіз маркетингового середовища та сучасних міських умов підтверджує доцільність реалізації проекту ресторану формату «Local food». Для розміщення закладу обрано Холодногірський район міста Харкова. Згідно з інформацією сайту «Підприємництво та споживчий ринок Харкова» [66], район утворений у 1918 році, займає площу 32,1 кв. км, що становить 10,5% загальної території міста. Він межує з Шевченківським і Новобаварським районами. Населення району складає 84,2 тис. осіб (5,9% населення Харкова), густота — 2757 осіб на кв. км.

Холодногірський район має характеристики як спального, так і промислового району, одночасно виступаючи важливим транспортним вузлом завдяки розташуванню залізничного та автомобільного вокзалів. На його території є парки, сквери, різногалузеві підприємства та мережа соціальних закладів (освітніх, медичних, культурних і торговельно-побутових центрів). Населення району представлене різними віковими групами та соціальними категоріями.

Очікується, що основними клієнтами закладу будуть молодь, сімейні пари, працівники установ, а також гості, які прибувають до міста чи виїжджають із нього. Такий підхід до планування забезпечить відповідність закладу потребам місцевої спільноти та туристів, підвищуючи його привабливість і конкурентоспроможність.

Виробничий потенціал району представлено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Найбільш значущі промислові підприємства району [66]

Назва підприємства	Юридична адреса і телефон	Вид діяльності
ПАТ «Харківська бісквітна фабрика»	61017, м. Харків, вул. Лозівська, 8, Тел. 712-90-07	Виробництво кондитерської продукції.
ПАТ «Електромашина»	61016, м. Харків, вул. Озерянська, 106 Тел. 37-37-500	Машинобудування.
Харківське казенне експериментальне протезно-ортопедичне підприємство	61017, м. Харків, вул. Велика Панасівська, 112 Тел. 712-87-19, 712-87-42, 712-88-54	Виробництво протезних виробів.
ТДВ «РОСС»	61017, м. Харків, вул. Велика Панасівська, 129 Тел. 775-80-50	Виробництво теплового, холодильного, харчового обладнання, а також приладів газового контролю.
ТОВ «Вагонобудівний завод»	61052, м. Харків, вул. Котлова, 89 Тел. 712-89-03, 724-28-71	Виробництво і капітальний ремонт вагонів.

У довоєнний період на території району діяло: 401 магазин продовольчого та непродовольчого спрямування, 9 супермаркетів, 324 підприємства, що надають побутові послуги, 295 закладів ресторанного господарства, 2 ринки та один торговельний майданчик.

Враховуючи особливості потенційної аудиторії, доцільним є створення ресторану формату «Local food» з високим рівнем обслуговування та забезпеченням безпечного перебування відвідувачів. Для визначення оптимального місця розташування було здійснено пошук вільних будівель з урахуванням локалізації існуючих закладів ресторанного господарства та критеріїв безпеки. У радіусі 2 км від запланованого ресторану розташовано три заклади: два ресторани та одну кондитерську.

Для визначення стратегічних переваг і ризиків створення нового бізнесу було проведено SWOT-аналіз. Це дозволяє не лише ідентифікувати сильні та слабкі сторони, але й визначити можливості та загрози, а також обрати найбільш ефективні канали просування ресторану.

Серед ключових сильних сторін нового ресторану можна виділити:

- можливість ефективного використання маркетингових комунікацій для залучення клієнтів;
- створення позитивного іміджу завдяки високоякісному обслуговуванню та якісним продуктам;
- наявність фірмових страв у меню;
- здатність обслуговувати клієнтів як у закладі, так і шляхом доставки індивідуальних та масових замовлень, включаючи харчування військовослужбовців;
- висококваліфікований управлінський та виробничий персонал, що підвищує ефективність бізнес-процесів;
- здатність задовольняти різні харчові потреби клієнтів, зокрема особливі дієтичні вимоги;
- формування лояльності клієнтів через створення позитивної репутації ресторану.

Слабкі сторони також слід врахувати:

- недостатньо глибокі маркетингові дослідження, що можуть призвести до ігнорування певних потреб клієнтів;
- ризики коливання вартості складових бізнесу;
- вплив нестабільної ситуації у регіоні на обсяги реалізації послуг і доходів;
- можливість отримання прибутків нижче очікуваних, що обмежує доступність вільних фінансових ресурсів для розвитку та розширення бізнесу;
- недостатній досвід у веденні ресторанного бізнесу та потреба у підвищенні кваліфікації операційного персоналу, що вимагає додаткових зусиль і ресурсів для забезпечення якісної роботи.

Таким чином, ретельний аналіз сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз, сприятиме ефективному плануванню та успішній реалізації проекту ресторану.

Поряд із сильними та слабкими сторонами створення нового ресторану існують і певні можливості, які варто врахувати. До них належать: вигідне транзитне розташування (у безпосередній близькості знаходяться залізничний вокзал, станція метро, автобусна станція міжміських перевезень), розташування на перетині активних міграційних маршрутів населення, що через сучасні обставини стало більш інтенсивним; наявність історичних пам'яток у близькому оточенні, які можуть приваблювати туристів; розвинена мережа постачальників товарів, необхідних для функціонування ресторану; доступність конкурентоспроможних освітніх закладів, які здійснюють професійну підготовку спеціалістів у сфері ресторанного обслуговування; наявність закладів аналогічного профілю з різним рівнем сервісу та ціновою політикою, що дозволяє виявити ринкові ніші для розвитку.

Разом із цим, будь-який бізнес у сучасних умовах стикається із низкою загроз. Серед них: поява на ринку виробників низькоякісної продукції, яка може негативно впливати на репутацію галузі; низький рівень платоспроможності населення у воєнний час; відсутність культури харчування поза домом серед

певних груп споживачів; а також зростання конкуренції через відкриття нових закладів харчування, зокрема у торгових центрах.

Врахування цих можливостей та загроз дозволить забезпечити стратегічне планування, ефективно адаптуватися до ринкових умов і створити конкурентоспроможний заклад ресторанного господарства.

Результати SWOT-аналізу створення нового бізнесу (ресторану) узагальнено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

SWOT-аналіз створення нового бізнесу (ресторану)

Середовища	Сильні сторони	Слабкі сторони
Внутрішнє	<ol style="list-style-type: none"> 1. Можливість застосування ефективних маркетингових комунікацій. 2. Створення гарного іміджу ресторану. 3. Наявність висококваліфікованого управлінського і виробничого персоналу. 4. Наявність у меню фірмових страв. 5. Клієнтоорієнтованість. 6. Формування репутації закладу якісного сервісу. 7. Наявність місць прихистку. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостатньо ефективні маркетингові дослідження. 2. Нестабільні обсяги реалізації. 3. Прибуток нижче прогнозованого. 4. Недостатньо вільних ресурсів для удосконалення та розширення бізнесу. 5. Недостатній досвід ведення ресторанного бізнесу. 6. Недостатній рівень кваліфікації операційного персоналу.
	Можливості	Загрози
Зовнішнє	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вигідне транзитне географічне положення. 2. Знаходження на перетині міграційних шляхів. 3. Наявність цікавих історичних об'єктів. 4. Розвинена база постачальників. 5. Наявність освітніх закладів, що здійснюють професійну підготовку фахівців у сфері ресторанних послуг. 6. Наявність закладів з різним рівнем якості послуг і різною ціновою пропозицією. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проникнення на ринок виробників низькоякісної продукції. 2. Низький рівень платоспроможності населення в умовах воєнного часу. 3. Відсутність звички харчуватися поза домом. 4. Відкриття ресторанних закладів у торгових центрах.

Таким чином, матриця SWOT-аналізу дозволила структурувати окремі аспекти функціонування бізнесу, визначити його сильні і слабкі сторони, можливості та погрози. Все це сприяє розробці відповідних заходів щодо посилення сильних сторін та використання можливостей, нівелювання слабких сторін та зменшення погроз.

3.2. Концепція проекту щодо створення ресторану

Стратегічний аналіз створення нового ресторанного бізнесу, проведений у розділі 3.1 цієї роботи, підтверджує доцільність реалізації даного проекту.

На фоні високої конкуренції у сфері ресторанних послуг, яка зберігається навіть за сучасних умов, та специфічних викликів воєнного часу, вирішальним фактором для успішного інвестування є максимальне наближення закладу до потенційних споживачів.

Як зазначають Бритвенко А.С. та Бригіна С.І. [11], у воєнний період проявляються нові тенденції в управлінні ресторанним бізнесом, серед яких:

- підтримка попиту на домашню їжу, фастфуд, напівфабрикати та швидке обслуговування;

- адаптація роботи закладів до умов комендантських годин та правил поведінки під час повітряних тривог;

- забезпечення безперебійної логістики для постачання сировини та доставки готових страв;

- врахування розташування закладу щодо зон бойових дій, маршрутів пересування переміщених осіб чи місць їх компактного проживання.

За нинішніх обставин особливо важливою є здатність ресторанного бізнесу до швидкої адаптації та гнучкого реагування на зміни. Ресторатори повинні регулярно оновлювати концепції розвитку, орієнтуватися на залучення нових клієнтів, адаптувати меню відповідно до змін у вподобаннях і потребах споживачів, пропонувати економічні страви та переглядати існуючі позиції в меню.

При виборі місця розташування ресторану, що визначається в процесі формування концепції, слід враховувати такі аспекти:

- рівень конкуренції у вибраній локації;
- інтенсивність і напрямки руху потенційних споживачів;
- ключові характеристики цільової аудиторії;
- тип і склад будівель та споруд, що переважають у районі;
- наявність об'єктів, які можуть сприяти розвитку бізнесу.

Для реалізації проекту ресторану формату «Local food» обрано Холодногірський район міста Харкова. Заклади ресторанного господарства, розташовані у безпосередній близькості до запланованого ресторану, представлені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Заклади ресторанного господарства, що знаходяться неподалік
від запроектованого ресторану

Назва закладу	Тип закладу	Адреса
Vincent restaurant & lounge	ресторан	вулиця Слов'янська, 10
Вулиця танго	Таверна-гриль	вулиця Коцарська, 19
Батоно-Буба	Кафе-ресторан грузинській кухні	вулиця Полтавський Шлях, 38

Огляд місцевості, дозволив обрати найбільш привабливе місце розташування ресторану з урахуванням описаних раніше обмежень у приміщенні за адресою: м. Харків, вул. Євгена Котляра, 4. Розташування у цьому місці дозволить використовувати вигідне транзитне географічне положення, знаходиться на перетині міграційних шляхів, характеризується близькістю до постачальників (рис. 3.2).



Рис. 3.2 – Місце розташування ресторану

▲ – Проектований заклад;

1 – Vincent restaurant & lounge; 2 – Вулиця танго; 3 – Батоно-Буба.

Розроблена концепція ресторану обґрунтовується наявністю чітко визначених цільових сегментів потенційних споживачів та відповідністю обраного формату їхнім потребам. Основний акцент зроблено на забезпеченні як якісного харчування, так і приємного дозвілля: зустрічей із друзями, романтичних побачень, сімейного відпочинку або замовлень їжі на виніс.

Враховуючи ці аспекти, доцільним є створення ресторану у класичному українському стилі з доступними цінами. Основні конкурентні переваги закладу включають: зручне місце розташування поблизу важливих транспортних вузлів (залізничного та автобусного вокзалів), безпечне напівпідвальне приміщення, а також широкий спектр послуг для відвідувачів. Ресторан пропонуватиме страви української кухні, доступну цінову політику, затишний інтер'єр у класичному

стилі, спокійну та комфортну атмосферу, кваліфікований персонал і широкий вибір страв на виніс.

Детально опрацьована концепція та її послідовна реалізація є запорукою успіху ресторану. Заклад формату «Local food», який планується розташувати поблизу великих транспортних розв'язок, доцільно назвати «Надія». Він розрахований на одночасне обслуговування до 50 осіб. Режим роботи ресторану визначатиметься його типом, місцем розташування та особливостями цільової аудиторії, а також існуючими у місті обмеженнями. Заклад працюватиме з одним вихідним та за гнучким графіком.

Головною метою створення ресторану є формування у відвідувачів відчуття безпеки, комфорту та задоволення. Діяльність закладу буде спрямована на забезпечення якісного харчування у приємній атмосфері, створення позитивних емоцій та задоволення потреб клієнтів.

Приміщення ресторану буде облаштоване 2- та 4-місними дерев'яними столами та стільцями з м'якими подушками й пледами. У закладі використовуватиметься рівномірне освітлення з розсіяним світлом, що поєднує кілька джерел світла, а на кухні та у підсобних приміщеннях буде враховано всі вимоги до гігієни. Світильники виготовлятимуться з матеріалів, що не накопичують забруднень і перешкоджають розмноженню мікроорганізмів.

Обслуговування клієнтів планується здійснювати рівномірно: 50% у закладі, 50% — на виніс. Для подачі страв буде використовуватися керамічний і скляний посуд, а також дерев'яні дощечки та підставки. Столові прибори — класичні: ложки, виделки, ножі. Персонал закладу носитиме лляні сорочки та фартухи в українському стилі з бейджами, де вказано назву закладу, ім'я та посаду.

Для зручності клієнтів передбачено можливість попереднього замовлення через інтернет-сайт. Обов'язковими умовами успішного функціонування є наявність Wi-Fi, електронного меню з QR-кодами, а також розеток для гаджетів, інтегрованих у меблі. Такий підхід дозволить залучити більше клієнтів, підвищити комфорт перебування у закладі та забезпечити його конкурентоспроможність.

Метою проекту створення ресторану є забезпечення його ефективного функціонування у стратегічній перспективі. Основний принцип роботи закладу базується на високій якості наданих послуг, клієнтоорієнтованому підході та фокусі на потенційних споживачах із середнім рівнем доходу. Концепція ресторану зосереджена на актуальних національних традиціях, організації якісного харчування та обслуговування.

Для стимулювання попиту та залучення клієнтів у ресторані передбачено впровадження низки заохочувальних програм:

- Бонусна система знижок: Накопичення балів через фірмовий мобільний додаток із диференційованими пропозиціями:

- Оплата заздалегідь — знижка 3%;
- Розрахунок готівкою у закладі — знижка 1%;
- Накопичення витрат на 1500 грн — знижка 1,5%, на 3000 грн — знижка 2,5%.

- Програма рекомендацій: Нові гості, які повідомлять ім'я та код власника бонусної картки, отримують додаткову знижку (+0,5%), аналогічна знижка додається і власнику картки.

- Знижки до дня народження: Постійним клієнтам у місяць їхнього народження надається знижка 10% і комплімент від шеф-кухаря.

Ціноутворення у ресторані здійснюватиметься за нормативним методом. При встановленні цін будуть враховуватися:

- Цінові пропозиції конкурентів на аналогічні страви;
- Рівень попиту і пропозиції на відповідних ринках;
- Платоспроможність цільової аудиторії.

Сучасна рекламна кампанія ресторану буде спрямована на:

- Інформаційні біг-борди у районі залізничного та автомобільного вокзалів, оснащені QR-кодами для швидкого переходу на сайт закладу;

- Інтернет-рекламу: Розміщення оголошень у соціальних мережах із посиланнями на сайт ресторану.

Ресторан «Надія» позиціонується як заклад високої категорії. Його організаційно-правова форма – Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), що передбачає відповідальність учасників у межах їхніх вкладів. Учасниками ТОВ можуть бути як фізичні, так і юридичні особи, а основним установчим документом є Статут.

Управління рестораном здійснюватиме директор, якому підпорядковується увесь персонал. Штат ресторану складатиметься з 32 осіб, що зумовлює вибір лінійно-функціональної структури управління.

Запропонована організаційна структура ресторану наведена на рисунку 3.3.

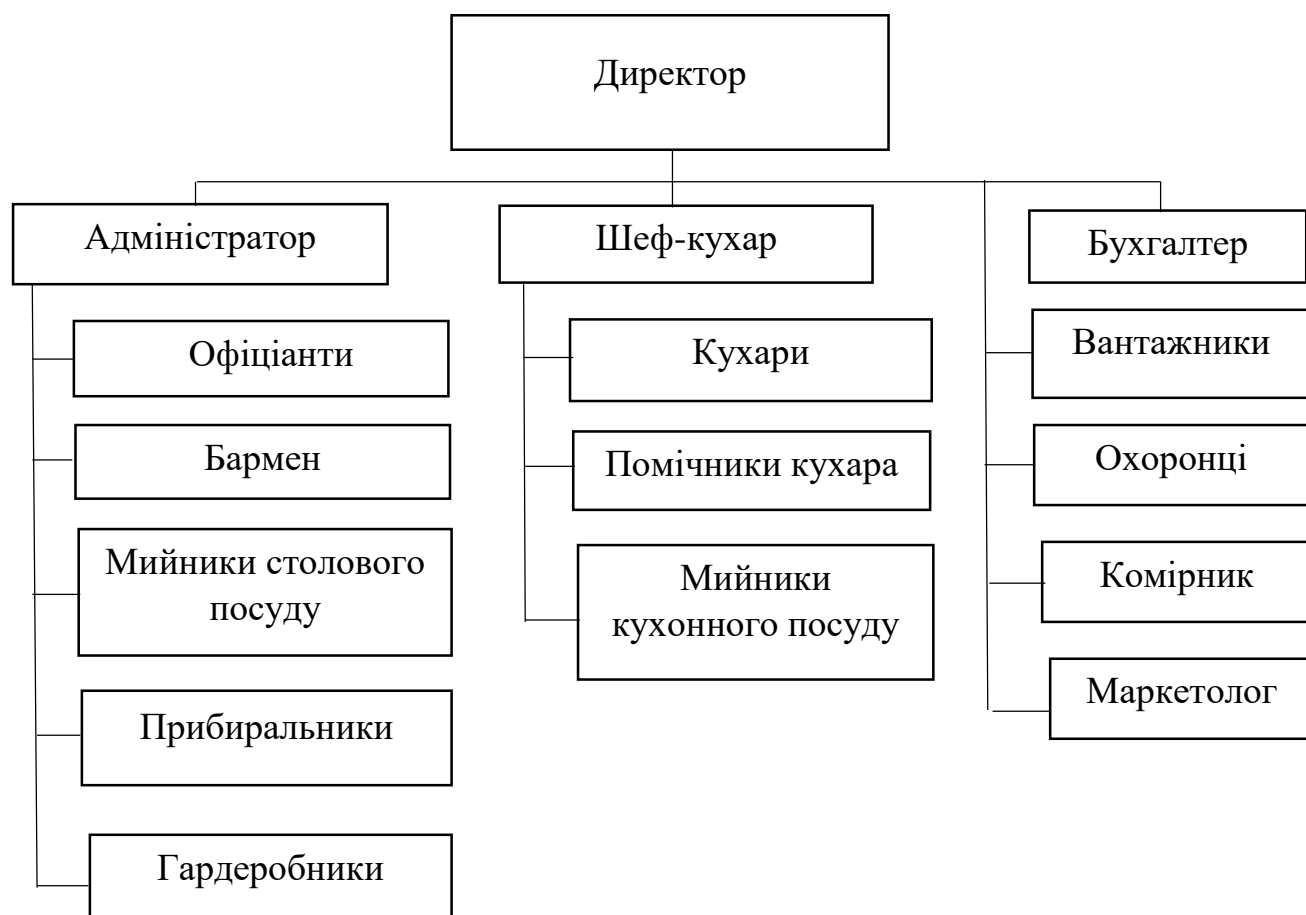


Рис. 3.3 – Організаційна структура ресторану

Як зазначалося раніше, ресторан матиме 50 посадкових місць для гостей. Для забезпечення обслуговування клієнтів у зміну працюватимуть 4 офіціанти. При

організації роботи закладу у дві зміни загальна кількість офіціантів становитиме 7 осіб, враховуючи різний рівень завантаженості упродовж дня.

У другій половині дня у закладі працюватиме бармен.

Адміністратор ресторану координуватиме роботу офіціантів, бармена, мийників столового посуду (по одному на зміну), прибиральників (по одному на зміну) та гардеробників (по одному на зміну, за необхідності).

Додатково у закладі працюватимуть: бухгалтер, маркетолог, два вантажники, два охоронці та один комірник, які будуть підпорядковуватися безпосередньо директору.

Шеф-кухар відповідатиме за організацію роботи кухарів, їхніх помічників та мийників кухонного посуду.

Детальний склад персоналу та їхні функції наведено у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Склад та функції персоналу запланованого ресторану

Назва посади	Кількість осіб	Посадові обов'язки
Директор	1	Здійснює керівництво діяльністю ресторану, організує роботу структурних підрозділів закладу, забезпечує їх взаємодію, забезпечує своєчасні поставки продовольчих товарів, напівфабрикатів, перевіряє наявність супровідних документів на товари, що надходять у ресторан, вдосконалює організацію виробництва, впроваджує нові технології виготовлення їжі, прогресивні форми обслуговування споживачів.
Адміністратор	1	Здійснює керівництво залом ресторану, організує роботу офіціантів, бармена, мийників столового посуду, прибиральників, гардеробників. Вирішує спірні питання між підлеглим персоналом.
Офіціанти	7	Приготування столиків в ресторані з особливою увагою до санітарії та порядку, бути уважним до клієнтів вже при вході, презентація меню ресторану та допомога клієнтам обирати їжу/напої; приймання і обслуговування замовлення; консультування гостей ресторану; співпрацювати з іншими офіціантами ресторану та персоналом кухні / бару; розглядувати скарги або проблеми з позитивним підходом; оформлювання рахунків та приймання оплати.
Бармен	1	Контроль якості виготовлення алкогольних та безалкогольних напоїв, контроль асортименту продукції, виготовлення алкогольних та безалкогольних напоїв.

Мийники столового посуду	2	Миття і чищення посуду від залишків їжі повинно проводитись за допомогою скребоків, йоржів. Мийні ванни повинні бути виготовлені з матеріалів, допущених до застосування на підприємствах громадського харчування Міністерством охорони здоров'я України. Якісне миття столового посуду.
Прибиральники	2	Мити з застосуванням миючих засобів стіни, підлоги, віконні рами, скло і дверні блоки, чистити і дезінфікувати санітарно-технічне устаткування. Видаляти пил зі стін, стелі, меблів і килимових виробів у ручну віниками, щітками і порохотягами, очищати урни від паперу, промивати їх дезінфікуючими розчинами. Збирати сміття на закріпленій території і відносити його в сміттєзбиральник. Підтримувати правила санітарії і гігієни в приміщеннях, що прибираються, здійснювати провітрювання приміщень, включати і виключати електроосвітлення відповідно до встановленого режиму. Якісне прибирання приміщення.
Гардеробники	2	Приймає на зберігання верхній одяг, головні убори та інші особисті речі від працівників і відвідувачів; видає працівникові або відвідувачу жетон з номером місця зберігання речей; видає одяг та інші речі за пред'явленим жетоном; надає допомогу інвалідам, відвідувачам похилого віку під час роздягання та одягання; утримує в чистоті та порядку приміщення гардеробної.
Шеф-кухар	1	Управління персоналом. Розробка меню, організація роботи на кухні, контроль якості страв, що готуються на кухні організація дегустацій та інше. Управління процесом постачання. Забезпечення якості страв.
Кухар	2	Якісне приготування страв з меню згідно існуючій рецептурі. Представлення страв у фуршетному вигляді відповідно до стандартів компанії. Приготування страв за стандартами. Раціональне управління запасами, мінімізація відходів. Забезпечення необхідної форми подачі страви. Дотримання чистоти і охайності на робочому місці. Зберігання кухонних приладів у належному технічному стані. Правильне і своєчасне виконання завдань відповідно до посадової інструкції.
Помічники кухара	2	Допомога у приготуванні страв з меню. Підготовка інгредієнтів: нарізка овочів, фруктів, м'яса та інших продуктів за інструкцією шеф-кухаря. Допомога у приготуванні страв за заданими рецептами та технологіями. Підтримка чистоти та порядку на кухні: прибирання робочих поверхонь, миття посуду та кухонного обладнання. Виконує інструкції шеф-кухаря та більш досвідчених колег для забезпечення ефективної роботи кухні.

		Забезпечення дотримання санітарних та гігієнічних норм при приготуванні та обробці продуктів.
Мийники кухонного посуду	2	Миття і чищення посуду від залишків їжі повинно проводитись за допомогою скребоків, йоржів. Мийні ванни повинні бути виготовлені з матеріалів, допущених до застосування на підприємствах громадського харчування Міністерством охорони здоров'я України. Якісне миття кухонного посуду.
Бухгалтер	1	Розрахунок цін на страви, напівфабрикати, кулінарні та кондитерські вироби, які відпускаються в ресторани; реєстрація калькуляційних карток за встановленою формою; уточнення цін на готову продукцію в міру зміни цін, рецептур, торгових націнок і внесення змін в калькуляційні картки; розрахунок потрібного числа продуктів для приготування страв, напівфабрикатів та кулінарних виробів на основі заявок шеф-кухаря; вибірка з товарних звітів і ведення обліку відпущених страв; виписка ярликів цін матеріально відповідальних осіб; участь в інвентаризації.
Маркетолог	1	Створення та реалізація маркетингової стратегії; розробка брендінгу; аналітика впливу тих чи інших процесів чи проектів; проведення рекламних кампаній від розробки до втілення; робота з e-mail розсиланнями.
Охоронці	2	Перевіряє цілісність об'єкта, що охороняється, наявність замків та інших замикальних пристроїв, цілісність конструктивних елементів об'єкта, приміщень, місць зберігання транспортних засобів, що охороняються, наявність пломб і відбитків печаток у місцях, які визначено для опломбування, зберігання на стаціонарному об'єкті або під час перевезення матеріальних, історичних, культурних та інших цінностей.
Комірник	1	Веде складське господарство; номенклатуру, асортимент матеріальних цінностей, що зберігаються, їх властивості і призначення; веде облік, зберігання, руху матеріальних цінностей на складі, правила оформлення супровідних документів на них та проведення інвентаризацій; використовує способи зберігання речей, продукції і сировини від псування під час розвантаження, навантаження і утримання на складі; веде документообіг.

Сформована організаційна структура ресторану сприятиме покращенню ефективності управління закладом та наданню гостям якісних послуг.

3.3. Планування економічної ефективності реалізації проекту зі створення ресторану

Для планування економічної ефективності реалізації проекту зі створення ресторану доцільно проаналізувати витрати та доходи.

Спочатку проаналізуємо витрати щодо реалізації проекту. На основі представленого у п.3.2 складу персоналу запланованого ресторану можемо визначити витрати на фонд оплати праці (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 – Фонд заробітної плати персоналу запланованого ресторану

Назва посади	Кількість осіб	Заробітна плата, грн
Директор	1	32000
Адміністратор	1	25 000
Офіціанти	7	20000*7=140000
Бармен	1	25 000
Мийники столового посуду	2	12 000 *2=24000
Прибиральники	2	12 000 *2=24000
Гардеробники	2	10 000 *2=20000
Шеф-кухар	1	27000
Кухар	2	23000*2=46000
Помічники кухара	2	18000*2=36000
Мийники кухонного посуду	2	13500*2=27000
Бухгалтер	1	26000
Маркетолог	1	22000
Охоронці	2	20000*2=40000
Комірник	1	17000
Фонд оплати праці за місяць		481000
Фонд оплати праці за рік		5772000

Таким чином, заробітна плата персоналу запланованого ресторану становитиме 481 000 грн на місяць або 5 772 000 грн на рік.

Згідно з інформацією, представленою на сайті [61], середній чек у закладах ресторанного типу становить 625 грн. Припустимо, що середнє завантаження ресторану протягом дня становить 40%, а середній час перебування одного відвідувача – 1 година. Якщо заклад працюватиме 10 годин на добу, 6 днів на тиждень (26 днів на місяць або 260 годин на місяць), за умови 50 посадкових місць, можна розрахувати очікувану середньомісячну виручку: $260 \times 50 \times 0,4 \times 625 = 3\,250\,000$ грн.

Очікувана середньорічна виручка становитиме 39 млн грн.

Для відкриття ресторану необхідно обрати відповідне приміщення та підготувати його до розміщення закладу. В умовах невизначеності оптимальним варіантом є оренда приміщення. Крім того, потрібно придбати необхідне обладнання та меблі. Деталізовані витрати на оренду приміщення та облаштування ресторану для реалізації цього проекту наведено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Витрати на приміщення та обладнання для запланованого проекту
щодо відкриття ресторану

Найменування витрат	Вартість, грн..
Вартість за місяць довгострокової оренди приміщення площею 200 м ²	15000
Розробка архітектурних та дизайнерських рішень стосовно реалізації проекту, проведення ремонтних робіт під авторським наглядом у приміщенні площею 200 м ²	2120000
Закупівля необхідного обладнання для ресторану, кухні та приміщень для гостей	1400000

Вартість довгострокової оренди приміщення належить до категорії поточних витрат. Натомість витрати на розробку архітектурних і дизайнерських рішень для реалізації проекту, проведення ремонтних робіт під авторським наглядом, а також

закупівля необхідного обладнання для кухні, ресторану та зон для гостей є початковими інвестиціями, які здійснюються одноразово.

До поточних витрат також відносяться амортизаційні відрахування на придбане обладнання, необхідне для забезпечення безперебійної роботи ресторану. З огляду на початковий етап реалізації проекту, доцільно використовувати прямолінійний метод нарахування амортизації. Цей метод передбачає розподіл вартості амортизованих основних фондів рівномірно протягом строку їх корисного використання. За умови, що горизонт планування проекту становить 5 років, річна сума амортизації розраховується за формулою:

$$1\,400\,000 \text{ грн} \div 5 \text{ років} = 280\,000 \text{ грн/рік.}$$

Для успішної реалізації проекту також необхідно враховувати змінні витрати, які залежать від обсягу діяльності ресторану. Детальна структура змінних витрат наведена у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7 – Змінні витрати ресторану на місяць

Найменування витрат	Сума, грн.
Фонд заробітної плати	375000
ЄСВ (22%)	82500
Маркетингові заходи	25000
Комунальні витрати	177000
Витрати на сировину для виготовлення замовлених блюд, напоїв та інші витратні матеріали (30% від середньої виручки на місяць)	975000
Загальна сума витрат	1634500

Таким чином, щомісячні змінні витрати ресторану складають 1 634 500 грн, а річні - 19 614 000 грн. У розрахунках, враховуючи щорічні темпи інфляції, передбачається, що змінні витрати, орендні платежі та виручка будуть зростати на 5% щороку. Однак вартість грошей з часом змінюється. Як зазначено у численних наукових дослідженнях [34], концепція часової вартості грошей ґрунтується на тому, що вартість однієї грошової одиниці сьогодні є вищою, ніж її вартість у майбутньому. Це пояснюється кількома факторами:

- можливістю інвестування коштів сьогодні, що дозволяє отримати додатковий дохід у вигляді відсотків за час інвестування;

- впливом інфляції, яка знижує купівельну спроможність грошей з часом, що робить їх менш цінними у майбутньому;
- ризиком неотримання грошей у майбутньому через можливі непередбачувані обставини [38].

Зважаючи на ці фактори, у розрахунках використовується ставка дисконту у розмірі 23%. Усі розрахунки було узагальнено, а результати планування дисконтованих грошових потоків щодо ефективності реалізації проекту ресторану «Надія» наведено у таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Планування дисконтованих грошових потоків стосовно ефективності реалізації проекту щодо створення закладу ресторанного типу «Надія»

Показники	Періоди					
	0	1	2	3	4	5
Інвестиції, грн.	-3520000	0	0	0	0	0
Виручка, грн.	0	39000000	40950000	42997500	45147375	47404743.8
Змінні витрати ресторану, грн.	0	19614000	20594700	21624435	22705656.8	23840939.6
Оренда приміщення, грн	0	180000	189000	198450	208372.5	218791.125
Амортизація, грн.	0	280000	280000	280000	280000	280000
Прибуток до оподаткування, грн.	0	18926000	19886300	20894615	21953345.8	23065013
Податок на прибуток, грн.	0	15519320	16306766	17133584.3	18001743.5	18913310.7
Чистий прибуток, грн.	0	3406680	3579534	3761030.7	3951602.3	4151702.3
Грошовий потік, грн.	-3520000	3686680	3859534	4041030.7	4231602.3	4431702.3
Коефіцієнт дисконтування	1	0.81300813	0.66098222	0.53738392	0.43689749	0.35520122
Дисконтований грошовий потік, грн.	-3520000	2997300.813	2551083.35	2171584.91	1848776.44	1574146.04
Загальний дисконтований грошовий потік, грн	-3520000	-522699.187	2028384.16	4199969.07	6048745.52	7622891.56

За результатами розрахунків, які представлено у табл. 3.8 можна зробити висновок, що проект окупується на другому році.

На рис. 3.4 представлено загальний дисконтований грошовий потік проекту щодо створення закладу ресторанного типу «Надія».

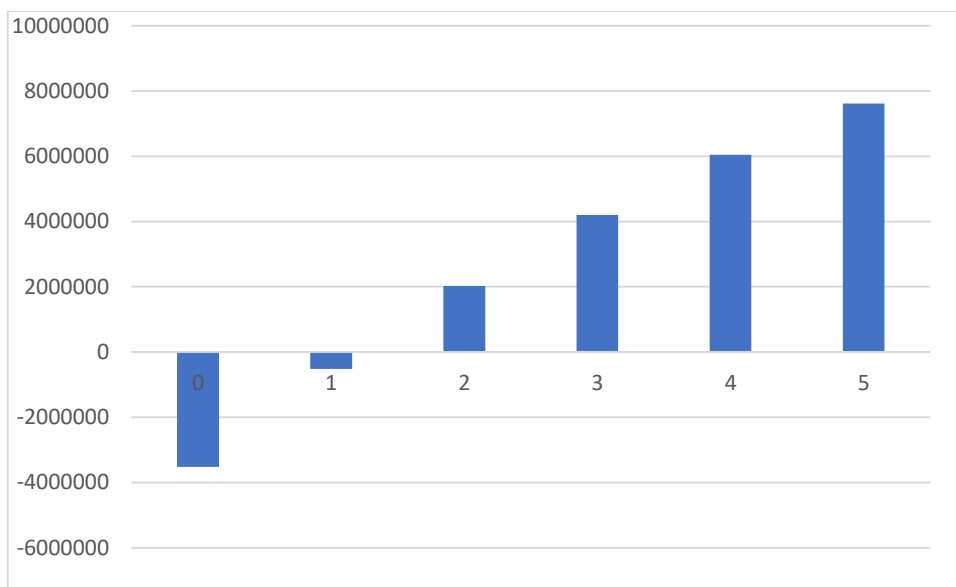


Рис. 3.4. Загальний дисконтований грошовий потік проекту щодо створення закладу ресторанного типу «Надія».

Для уточнення значення дисконтованого періоду окупності [34] треба провести розрахунки за наступною формулою:

$$DPB = n + \frac{\sum_1^n CF}{CF_{n+1}}$$

де n – останній рік, коли $\sum CF < 0$;

CF_{n+1} – дисконтований грошовий потік в $n + 1$ році.

Дисконтований період окупності проекту щодо створення закладу ресторанного типу «Надія» становить:

$$DPB = 1 + (522699.187 / 3883805.08) = 1,1345 \text{ або } 1 \text{ рік } 1 \text{ місяць}$$

Ще одним важливим показником для оцінки ефективності реалізації проекту є рентабельність інвестицій [34]. Розрахунок здійснюється за наступною формулою:

$$ROI = NPV / I \times 100\%,$$

де NPV – чистий дисконтований потік,

I – загальний обсяг інвестицій (включає первісні та поточні інвестиції, які покривають витрати на ефективне функціонування ресторану).

Якщо значення показника вище 0%, то значить повернути вдалося більше, ніж інвестували.

Рентабельність інвестицій проекту щодо створення закладу ресторанного типу «Надія» становить:

$$ROI = 7622891.56 / (3520000 + 16320325.2 + 13922731.19 + 11877734.98 + 10133413.18 + 8645502.048) \times 100\% = 0,1183 \text{ або } 11,83 \%$$

Отже, кожна вкладена 1 грн. принесе через 5 років 0,12 грн, що є гарним результатом. Тому можна зробити висновок, що проект економічно вигідний та його доцільно реалізовувати.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі магістра вирішено актуальну і важливу проблему щодо обґрунтування доцільності реалізації інвестиційного проекту, який стосується створення закладу ресторанного типу. Найбільш вагомими висновками дослідження полягають у такому:

1. Здійснено аналіз теоретичних основ інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу, а саме визначено сутність поняття «інвестиційна привабливість». Визначено, що інвестиційна привабливість готельно-ресторанного бізнесу є складною інтегральною категорією і відображає вплив системи факторів макроекономічного простору з точки зору наявного інвестиційного клімату, стану та рівня розвитку відповідної інвестиційної інфраструктури та мікроекономічного рівня, що віддзеркалює безпосередньо інвестиційну привабливість бізнесу з точки зору перспектив його розвитку, фінансово-економічного стану, стану виробничих фондів, кваліфікації персоналу, перспектив розвитку за рахунок реалізації певних інвестиційних проектів.

2. Проведено аналіз методичних основ оцінки інвестиційної привабливості бізнесу. Розглянуто численні методичні підходи щодо оцінки інвестиційної привабливості бізнесу та проектів, зазначено випадки їх застосування, переваги та недоліки. Зазначено, що найбільш універсальним підходом є методика UNIDO, що ґрунтується на визначення чистої теперішньої вартості грошей, індексу рентабельності інвестицій, дисконтованого періоду окупності та внутрішньої норми доходності.

3. Виходячи із сучасних умов реалій визначено фактори, що впливають на інвестиційну діяльність у готельно-ресторанній галузі. Зокрема, інвестиційна привабливість суб'єкта господарювання готельно-ресторанній галузі обумовлюється його регіональною приналежністю, перспективами розвитку як самого регіону так й безпосередньо суб'єкту господарювання. Окрім того, подальші перспективи успішного функціонування суб'єктів господарювання

готельно-ресторанного бізнесу обмежуються актуальною законодавчою базою, зокрема податковим навантаженням, митним законодавством, ліцензійними обмеженнями, трудовими відносинами, ємністю ринку, рівнем платоспроможності місцевого населення та туристів, умовами надання кредитних коштів, обліковою ставкою НБУ, наявністю у представників бізнесу власних вільних коштів, іншим.

4. Виконано аналіз стану інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу, а саме проведено аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу України. Здійснений аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанного бізнесу України свідчить, що на нього впливає ціла низка різноманітних факторів, які мають як позитивний, так і негативний вплив. Проаналізована галузь користується достатньо значним попитом як у зовнішніх, так й у внутрішніх туристів, та відповідно має значний інвестиційний потенціал для подальшого її розвитку.

5. Проаналізовано обсяги реалізованих послуг та податкових надходжень від туристичної галузі. Зокрема, за даними державної податкової служби України від тимчасового розміщування й організації харчування станом на 01.09.2024 держава отримала 3074687.15044 тис. грн., відповідно за аналогічний період 2023 р. 1964729 тис. грн. та у 2022 р. відповідно 1084541.5 тис. грн. Податкове навантаження за дев'ять місяців 2024 р. зросло у 2,83 рази у 2024 р. у порівнянні з відповідним періодом 2022 р. та у 1,56 разів у порівнянні з відповідним періодом 2023 р., що свідчить про суттєве зростання обсягів здійснення надання послуг у сфері тимчасового розміщування й організації харчування. Саме це є підґрунтям зростання інвестиційної привабливості готельно-ресторанної галузі.

6. Здійснено аналіз готельно-ресторанного ринку України, який свідчить, що відбулося несуттєве коливання попиту протягом проаналізованого періоду. Зокрема, протягом першого кварталу 2021 р. попит коливався незначним чином, в діапазоні (8-28%), у 2022 р. відбулося значне зростання попиту наприкінці січня, а потім суттєве зменшення, у зв'язку з погіршенням ситуації та здійсненням

воєнних дій. У 2023 р., коли воєнний стан деяким чином стабілізувався відбулося деяке зростання попиту, який знов коливався у діапазоні 8-28%.

7. Сформовано інвестиційний проект щодо створення закладу ресторанного типу. А саме проведено стратегічний аналіз створення нового ресторану. Побудована матриця SWOT-аналізу дозволила структурувати окремі аспекти функціонування бізнесу, визначити його сильні і слабкі сторони, можливості та погрози. Все це сприяє розробці відповідних заходів щодо посилення сильних сторін та використання можливостей, нівелювання слабких сторін та зменшення погроз.

8. Розроблено концепцію проекту щодо створення ресторану. Детально пророблена концепція та послідовна реалізація проекту ресторанного закладу сприятиме його успішності. Заклад формату «Local food», що планується розташувати поряд з великими транспортними розв'язками, вважаємо доцільним назвати «Надія». Запропонована організаційна структура ресторану. Визначено склад та функції персоналу запланованого ресторану.

9. Здійснено планування економічної ефективності реалізації проекту зі створення ресторану. Визначено потрібні обсяги інвестицій, постійні та змінні витрати, які забезпечать безперервне функціонування ресторану. Горизонт планування – 5 років. Планування дисконтованих грошових потоків стосовно ефективності реалізації проекту щодо створення закладу ресторанного типу «Надія» здійснено з урахуванням зміни вартості грошей з часом. Ставка дисконтування становить 23%. Проведені розрахунки свідчать про доцільність реалізації інвестиційного проекту: дисконтований період окупності проекту 1 рік та 1 місяць, рентабельність інвестицій проекту 11,83%.

10. Розглянуто питання охорони праці та безпеки в готельно-ресторанному бізнесі. А саме, визначено напрямки удосконалення системи охорони праці в готельно-ресторанних закладах. Доведено, що головними напрямками удосконалення системи охорони праці в готельно-ресторанних закладах є дотримання існуючої законодавчої бази, що регулює діяльність у цій сфері.

11. Проаналізовано вимоги системи НАССР щодо правил охорони праці для закладів громадського харчування, дотримання яких щодо правил охорони праці для закладів громадського харчування є обов'язковою умовою їх безпечного функціонування протягом усього періоду існування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеенко А.А. Методологические подходы к оценке инвестиционной привлекательности отраслей экономики региона и отдельных хозяйствующих субъектов / А.А. Агеенко // Вопросы статистики. – 2003. – № 6. – С. 48.
2. Анискин Ю.П. Управление инвестиционной активностью: учебное пособие. / Ю.П. Анискин. – М.: Дело, 2012. – С. 309.
3. Баженова С. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення / С. Баженова, Ю. Пологовська, І. Канцур // Економіка та суспільство. – 2022. – №. 38.
4. Басюк Т. П. Інвестиційна привабливість підприємств готельно-ресторанного бізнесу / Т. П. Басюк // Вісник Запорізького національного університету : збірник наукових праць. – Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2013. – С. 12-18. – (Економічні науки).
5. Бирман Г. Экономический анализ инвестиционных проектов / Г. Бирман, С. Шмидт. – М.: ЮНИТИ, 1997. – 631 с.
6. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент / И.А. Бланк. – М. : Ника-Центр, Эльга, 2006. – 678 с.
7. Бланк І. Планування грошових потоків підприємства / І. Бланк, Г. Ситник // [Вісник Київського національного торговельно-економічного університету](#). – 2016. – № 5. – С. 31–46.
8. Бордун О. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни / О. Бордун, В. Шевчук, В. Монастирський, О. Лучка // Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2022. Випуск 62. – С. 178–196.
9. Бочаров В.В. Инвестиции: учебник / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2012. – 288 с.
10. Боярко І. М. Оцінка інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання / І. М. Боярко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 7. – С. 90–99.

11. Бритвенко А.С. Тенденції ресторанного бізнесу України в умовах війни / А.С. Бритвенко, С.І. Бригіна. Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/brytvenko.htm
12. Бурий С. А. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму / С. А. Бурий // Вісник Хмельницького національного університету: Економічні наук.: – 2014. – № 5. – Т. 2. – С. 201–205.
13. Валинурова Л.С. Управление инвестиционной деятельностью: учебник/ Л.С. Валинурова, О.Б. Казакова. – М.: Кнорус, 2012. – 384 с.
14. Вірянська О.В. Оцінка інвестиційної привабливості. Режим доступу: <https://nau.edu.ua/ua/>.
15. Герасим'як В.В. Аналіз вимог системи НАССР щодо правил охорони праці для підприємств громадського харчування / В.В. Герасим'як, Ю.І. Рудик // IV Всеукраїнська науково–практична конференція викладачів та фахівців–практиків та XIV Всеукраїнська науково-практична конференція курсантів, студентів, аспірантів та ад'юнктів. – С. 148-153.
16. Господарський Кодекс України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 25.11.2024 р).
17. Грицаєнко Г. Інвестиційна привабливість України [Електронний ресурс]/ Г. Грицаєнко, М. Грицаєнко // AgriculturalandResourceEconomics: InternationalScientificE-Journal. – 2017. –Vol.3. – No.1. – pp. 80–93. – Режим доступу: www.are-journal.com.
18. Гунько В. І. Особливості інвестиційної привабливості національної економіки України / В.І. Гунько // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2013. – № 3. – С. 71–74.
19. ДАРТ та UHRA запусають акцію з благодійного бронювання номерів в українських готелях. Режим доступу: <https://interfax.com.ua/news/general/810589.html>
20. Домінська О.Я. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О.Я. Домінська, Н.О. Батьковець //

Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. – 2017. – Вип. 52. – С. 39–41.

21. Ендовицкий Д.А. Оценка потребности в дополнительных средствах финансирования коммерческой организации / Д.А. Ендовицкий // Финансовый менеджмент. – 2011. – № 5. – С.10–15.

22. Євась Т.В. Інвестиційна привабливість підприємств та фактори, що на неї впливають / Т.В. Євась, В.С. Соколовський // Подільський науковий вісник. – 2017. – № 2. – С. 61-64.

23. Єпіфанова І. Управління інвестиційним потенціалом підприємств харчової промисловості / І. Єпіфанова, В. Джеджула, О. Косарук, А. Сауляк // Innovation and Sustainability, – 2022. – № 2. – С. 8–17.

24. Каплан Р.С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию : пер. с англ. / Роберт С. Каплан, Дейвид Нортон. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 320 с.

25. Клевцов Є. Г. Діяльність ресторанного бізнесу України в умовах воєнного стану / Є. Г. Клевцов, О. Ю. Філіппова // Торгівля і ринок України, 2(52). – 2024.

26. Коваль Н.В. Інвестиційна привабливість України в міжнародних рейтингових оцінках / Н. В. Коваль // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – №17. – С.3–10.

27. Кодекс законів про працю України від 10 грудня 1971 року № 322-VIII / Верховна Рада Української Радянської Соціалістичної Республіки. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (дата звернення: 04.11.2024).

28. Кодекс цивільного захисту України від 2 жовтня 2012 року № 5403-VI / Верховна Рада України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5403-17#Text> (дата звернення: 04.11.2024).

29. Колесник Я. О. Проблеми визначення інвестиційної привабливості та інвестиційного клімату в Україні [Електронний ресурс] / Я.О. Колесник, Н.Є.

Скоробагатова // Актуальні проблеми економіки та управління: зб.наук.пр.молодих вчених. – 2012. – Вип.6. – Режим доступу: <http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/2947/1/12.pdf>.

30. Коляда К. Г. Методика оцінки інвестиційної привабливості ІТкомпанії за допомогою показників аналізу акцій та інтегрального показника інвестиційної привабливості / К. Г. Коляда, Т. В. Пуліна, І. А. Нечаєва // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 19. – С. 41–45.

31. Коюда О. П. Інвестиційна привабливість підприємства в умовах трансформації економіки. Автореферат дисертації. – Харків, 2003. – 20 с.

32. Краснокутська Н. С. Методичні аспекти оцінки інвестиційної привабливості підприємств роздрібної торгівлі. Автореферат дисертації. – Харків, 2001. – 18 с.

33. Крихівська Н. О. Інвестиційна привабливість України: основні проблеми та шляхи їх вирішення / Н. О. Крихівська, Г. М. Чернишова // Економіка і суспільство. – 2017. – Випуск № 9. – С. 260–264.

34. Липсиц И.В. Экономический анализ реальных инвестиций [Текст] / И.В. Липсиц., В.В. Коссов. – М.: Экономист, 2003. – 341с.

35. Мазур И.И. Управление проектами [Текст]: учеб. пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге; под общ. ред. И.И. Мазура. – 2-е изд. – М.: Омега-Л, 2004. – 435с.

36. Марченко Н.А. Інвестиційна привабливість України: теорія і практика / Н.А. Марченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – 2012. – № 4. – С. 43–49.

37. [Маслак О. І.](#) Комплексна оцінка інвестиційної привабливості країни / О. І. Маслак, В. А. Таловер // [Економічний форум](#). – 2016. – № 3. – С. 51-59.

38. Небрат В. В. Особливості механізмів капіталоутворення та інвестування в Україні як чинник фінансових ризиків в умовах війни та післявоєнного періоду / В. В. Небрат, О. В. Корніяка // Грааль науки. – 2022. – № 16. – С. 31–34.

39. Нікольчук Ю. М. Готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, фінансове забезпечення, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку в Україні / Ю. М. Нікольчук // БІЗНЕС ІНФОРМ. – № 5 '2020. – С. 218-225.

40. Нікольчук Ю. М. Інвестиційна привабливість України: основні тенденції, проблеми та ключові вектори вирішення / Ю. М. Нікольчук, О. О. Лопатовська // Innovation and Sustainability. – 2023. – № 1. – С. 164-175.

41. Носова О. В. Інвестиційна привабливість підприємства / О. В. Носова // Науково-аналітичний щоквартальний збірник. – К.: Національний інститут стратегічних досліджень, 2007. – 120-126 с.

42. Пирог О.В. Науково-методичні засади оцінки і регулювання інвестиційної діяльності в промисловому секторі регіону. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Дніпропетровськ, 2005. – 21 с.

43. Подаков Є. Сучасний стан, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Економічний простір, (191). – 2024. – С. 321-325.

44. Правила охорони праці для підприємств громадського харчування, затверджені наказом Держнаглядохоронпраці від 25.06.1996 № 107. Режим доступу: http://sop.zp.ua/norm_npaop_55_0-1_02-96_03_ua.php (дата звернення: 24.10.2024).

45. Програма інтеграції України до Європейського Союзу. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0001100-00#Text>

46. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 23 вересня 1999 року № 1105-XIV / Верховна Рада України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1105-14#Text> (дата звернення: 04.11.2024).

47. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення: Закон України від 24 лютого 1994 року № 4004-XII / Верховна Рада

України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4004-12#Text> (дата звернення: 04.11.2024).

48. Про охорону праці: Закон України від 14 жовтня 1992 року № 2694-ХІІ / Верховна Рада України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text> (дата звернення: 04.11.2024).

49. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР / Верховна Рада України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (дата звернення: 04.11.2024).

50. Рзаєв Г.І. Методики оцінки інвестиційної привабливості на рівні країни та перспективи їх використання в економічному аналізі / Г.І. Рзаєв, В.О. Вакулова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – № 3(1). – С. 137–143.

51. Савіна Н.Б. Оцінювання інвестиційної привабливості як передумова розвитку логістичного сектору економіки країни / Н.Б. Савіна // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Сер.: Економічна. – 2014. – №5. – С. 195–204.

52. Севрюгин Ю.В. Оценка инвестиционной привлекательности промышленного предприятия: автореф. дисс. / Ю.В. Севрюгин. – Ижевск, 2010. – 27 с.

53. Статистика роботи готелів України у літній сезон 2023. Режим доступу: <https://ocinka.in.ua/statystyka-roboty-hoteliv-ukrayiny-u-litniy-sezon-2023/>

54. Строкович Г.В. Вибір стратегії інвестування підприємств. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Харків, 1999. – 20 с.

55. Суркин П.Н. Развитие инструментария оценки инвестиционной привлекательности: автореф. дисс. / П.Н. Суркин. – Йошкар-Ола, 2012. – 20 с.

56. Цыганов А.В. Управление инвестиционной привлекательностью промышленного предприятия с учетом оценки его социального потенциала: автореф. дисс. / А.В. Цыганов. – М., 2009. – 23 с.

57. Чуєва І.О. Вплив світового ринку готельно-ресторанних послуг на міжнародний туристичний бізнес. Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2219/2140>

58. Шинкар С. Розвиток маркетингу в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі у сучасних умовах / С. Шинкар, Т. Перцович // Економіка та суспільство. – 2022. – №. 38.

59. У 2023 році туристичний бізнес сплатив на 32% більше податків. Режим доступу: <https://skilky-skilky.info/u-2023-rotsi-turystychnyy-biznes-splatyv-na-32-bilshe-podatktiv/>

60. Юдіна О. Удосконалення системи охорони праці у сфері готельно-ресторанної справи / О. Юдіна, В. Язіна, О. Вишнікіна // Економіка та суспільство, Випуск # 44. – 2022. Режим доступу: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream>

61. Як змінилися виручка, середній чек і відвідуваність закладів харчування в 2023 році. Три висновки і дев'ять інфографік із дослідження Poster. Режим доступу: <https://forbes.ua/company/yak-zminilasya-viruchka-seredniy-chek-i-vidviduvanist-zakladiv-kharchuvannya-u-2023-rotsi-tri-visnovki-i-devyat-infografik-z-doslidzhennya-poster-17012024-18559>

62. Державна податкова служба України. Режим доступу: <https://tax.gov.ua/diyalnist-/pokazniki-roboti/nahodjennya-podatktiv-i-zboriv--obovyaz/nahodjennya-podatktiv-i-zboriv/>

63. Державна служба статистики України. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

64. Державне агентство розвитку туризму України. Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nahodzhen-po-oblastyah-zaparshe-pivrichchya-2024-roku>

65. Європейська інтеграція України. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/priorytety-uriadu/yevropeiska-intehratsiia-ukrainy>

66. Підприємництво та споживчий ринок Харкова. Режим доступу: <https://ppr.kharkiv.ua/ua/holodnogorsko-district>

67. Akhilesh Chandra. Investment appeal of small growth stocks / Akhilesh Chandra, Alan Reinstein // *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*. – 2011. – № 27 (2). – P. 315.

68. Akhmetshin, E. Artemova, E. Vermennikova, L. Shichiyakh, R. Prodanova, N. and Kuchukova, N. (2017). Management of Investment Attractiveness of Enterprises: Principles, Methods, Organization. *International Journal of Applied Business and Economic Research*. Serials Publications Pvt. Ltd. 15(23).

69. [Astrov V., Ghodsi M., Grieveson R. and other. Russia's Invasion of Ukraine: Assessment of the Humanitarian, Economic and Financial Impact in the Short and Medium Term. 2022. URL: https://wiiw.ac.at/russia-s-invasion-of-ukraine-assessment-of-the-humanitarian-economic-and-financial-impact-in-the-short-and-medium-term-dlp-6132.pdf](https://wiiw.ac.at/russia-s-invasion-of-ukraine-assessment-of-the-humanitarian-economic-and-financial-impact-in-the-short-and-medium-term-dlp-6132.pdf)

70. Binda J., Prokopenko M., Ramskyi A., Shuplat O., Halan L., Mykhaylenko D. Assessment of Investment Attractiveness of Industrial Enterprises, *International Journal of Management (IJM)*, 11 (2), 2020, pp. 27–35. <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=2>

71. *Competitive Advantage of Nations*. – New York: Free Press, 1990 (2nd. ed. – New York: Free Press, 1998. – 896 p.

72. Ilyash, O., Yildirim, O., Smoliar, L., Doroshkevych, D., Vasylyciv, T., & Lupak, R. (2020). Evaluation of enterprise investment attractiveness under circumstances of economic development. *Bulletin of Geography-Socio-Economic Series*, 47(47), 95-113. doi:10.2478/bog-2020-0006

73. Jay E. Fishman, Shannon P. Pratt, William J. Morrison. *Standards of Value: Theory and Applications*, New York City: Wiley; 1 edition (November 10), 2006, 368 p.

74. Guénette J-D., Kenworthy P. and Wheeler C. Implications of the War in Ukraine for the Global Economy. 2022. URL: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/5d903e848db1d1b83e0ec8f744e55570-0350012021/related/Implications-of-the-War-in-Ukraine-for-the-Global-Economy.pdf>

75. Porter M. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. New York: Free Press. – 896 p.
76. Williamson, O. (1998). Mechanisms of Governance. New York: Oxford University Press.
77. BusinessWeek 1000 . URL: Bloomberg.com
78. DoingBusiness URL: <https://archive.doingbusiness.org/en/rankings>
79. Forbes. URL: <https://account.forbes.com>
80. [Fortune 500 – The largest companies in the U.S. by revenue.](http://Fortune.com) URL: Fortune.com
81. [Fragile States Index](http://FragileStatesIndex). URL: Fragilestatesindex.org
82. [Fund for Peace](http://FundforPeace). URL: Fundforpeace.org
83. [Global 1000 - Bloomberg](http://Global1000) . URL: Bloomberg.com
84. UNIDO <https://www.unido>