

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної
справи

ДО ЗАХИСТУ
завідувачка кафедри міжнародної
електронної комерції та готельно-
ресторанної справи
доц. Данько Н.І.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
на тему: «Оцінка інвестиційного середовища індустрії гостинності»

Виконала:
студентка 2 курсу, групи УГР-41
спеціальності 241 Готельно-ресторанна
справа
ОПП «Готельно-ресторанна справа»
Ляхової Катерини Сергіївни

Керівник:
к.е.н., доц. Миколенко О.П.

Рецензент:

Підсумкова оцінка:
за шкалою ЗВО: _____
кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії

(підпис) (прізвище та ініціали)

Харків – 2023 року

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 БАКАЛАВРА

Студентки Ляхової Катерини Сергіївни

Курсу

IV

групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи: «Оцінка інвестиційного середовища індустрії гостинності»

затверджена наказом від 24.03.2023 року № 4002-5/591

Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Теоретичні основи оцінки інвестиційного середовища	01.04.2023	
Аналіз інвестиційного середовища індустрії гостинності	20.04.2023	
Обґрунтування оцінки інвестиційного середовища індустрії гостинності	12.05.2023	

Термін подання роботи на кафедру 22.05.2023 р.

Термін та результати попереднього захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 22-27.05.2023 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ:

к.е.н., доц. Олена Миколенко

Дата видачі завдання 1.12.2023 р.

Завдання прийняте до виконання

Катериною ЛЯХОВОЮ

Завідувачка кафедри
міжнародної електронної комерції
та готельно-ресторанної справи,

к.е.н., доц. Наталя Данько

АНОТАЦІЯ

Ляхова К.С. Оцінка інвестиційного середовища індустрії гостинності

Розглянуто теоретичні засади інвестиційного середовища, інвестиційної привабливості підприємств індустрії гостинності. Визначені релевантні методи оцінювання інвестиційного середовища індустрії гостинності. В роботі проаналізований стан та динаміка готельно-ресторанної індустрії, інвестиційний потенціал, здійснена оцінка інвестиційного середовища України. Спираючись на результати, запропоновано метод оцінювання інвестиційної привабливості підприємств індустрії гостинності, надані рекомендації для підприємств ресторанної та готельної галузі.

Ключові слова: інвестиційне середовище, інвестиційна привабливість, індустрія гостинності, метод оцінки

ANNOTATION

Lyakhova K.S. Assessment of the investment environment of the hospitality industry

The theoretical principles of investment environment, as well as investment attractiveness of enterprises in the hospitality industry are considered. Relevant methods of evaluating investment environment of the hospitality industry are defined. The work deals with the state and dynamics of the hotel and restaurant industry, investment potential, and evaluates the investment environment of Ukraine. Based on the results, a method for assessing investment attractiveness of hospitality industry enterprises is proposed, and recommendations for restaurant and hotel industry enterprises are provided.

Key words: investment environment, investment attractiveness, hospitality industry, evaluation method

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	5
1.1. Основні складові інвестиційного середовища.....	5
1.2. Методи оцінки інвестиційного середовища.....	11
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОГО SEREDOVISHCHA ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	16
2.1. Аналіз ринку готельно-ресторанних послуг.....	16
2.2. Оцінка інвестиційного середовища ринку України	27
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	35
3.1. Вибір методу оцінки інвестиційного середовища індустрії гостинності.....	35
3.2. Рекомендації щодо покращення інвестиційного привабливості підприємств індустрії гостинності.....	38
Висновки.....	44
Список використаних джерел.....	47

ВСТУП

Індустрія гостинності характеризується різною динамікою, яка розділяється на періоди до повномасштабного вторгнення та після. В більшій мірі до початку війни індустрія гостинності демонструвала позитивну динаміку. Особливого розвитку набуло будівництво нового типу готелів у регіонах Західної України. Найпопулярнішим місцем став курорт Буковель. Останніми роками в Україну збільшився потік туристів з Туреччини та Близького Сходу. Ресторанна галузь має свої особливості, але потрібно зазначити, що популярними в Україні є кав'ярні, бари, заклади швидкого харчування. Галузь організації тимчасового розміщення гостей демонструвала більші показники рентабельності, кращі показники фінансової стійкості. Після початку війни обидві галузі перебували у стані шоку та мали різну динаміку відновлення.

Так, більшість ресторанів та закладів швидкого харчування декілька місяців поспіль вже надавали послуги, більш того, відчули притік внутрішньо переміщених осіб. Тобто навантаження було збільшене. Тож такі заклади ще й відігравали соціальну роль.

Теж саме можна сказати і про заклади організації тимчасового розміщення, які на зараз перейшли до формату біль тривалої оренди житла до 6-ти місяців у зв'язку з потребою, яка виникла на ринку України.

Якщо порівнювати дві галузі, то саме будівництво готелів курортного та заміського типу не припнилось, більш того, залишається інвестиційно привабливим особливо в Києві, Львові, Одесі та інших містах західної України. Готелі міського типу в містах східної частини України несуть збитки. Власники інших регіонів зазначають про скорочення виручки приблизно на 20%. Ресторани та інші типи закладів з організації харчування продемонстрували номінальне зростання виручки та середнього чеку. В реальному вираженні виручка зросла не значно.

Об'єктом дослідження є процес оцінювання інвестиційного середовища індустрії гостинності.

Предметом дослідження є методи оцінки інвестиційного середовища індустрії гостинності.

Метою роботи є обґрунтування методу оцінювання інвестиційного середовища та інвестиційної привабливості підприємств індустрії гостинності.

Для досягнення поставленої мети необхідно послідовно вирішувати такі завдання:

- визначити складові інвестиційного середовища, надати характеристику складного поняття;
- розглянути методи оцінки інвестиційного середовища індустрії гостинності, переваги та недоліки;
- здійснити аналіз стану та динаміки готельно-ресторанної галузі, оцінити інвестиційні очікування та потенціал;
- застосувати різні методики оцінки інвестиційного середовища ринку України;
- обґрунтувати релевантні методи для оцінювання інвестиційної привабливості підприємств готельно-ресторанної індустрії;
- надати рекомендації щодо покращення інвестиційного привабливості підприємств індустрії гостинності.

Для дослідження були використані англійські та українські джерела літератури, статистичні дані України по підприємствам та галузі індустрії гостинності, звітності та звіти Європейської бізнес асоціації, Офісу з розвитку підприємства тощо.

Новизна та практична значущість роботи полягає у розробці нового методу оцінки інвестиційної привабливості підприємств індустрії гостинності.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

1.1. Основні складові інвестиційного середовища

Погляди на поняття інвестиційного середовища можуть варіюватися залежно від контексту і індивідуальних думок. Однак, основні погляди на інвестиційне середовище можна охарактеризувати такими аспектами.

Привабливість. Інвестиційне середовище розглядається як приваблива, якщо воно пропонує сприятливі умови для залучення та розвитку інвестицій. Це може включати стабільну політичну ситуацію, розумну регуляторну політику, надійне правове середовище, ефективну інфраструктуру та доступ до фінансування

Ризики та непередбачуваність. Інвестиційне середовище також може бути оцінене за рівнем ризику та ступенем непередбачуваності. Наявність політичних, економічних або соціальних ризиків може впливати на стійкість та доцільність інвестицій

Розвиток та інновації. Інвестиційне середовище сприяє розвитку та інноваціям. Воно стимулює впровадження нових ідей, технологій та підтримує діяльність підприємств, які сприяють економічному зростанню та створенню нових робочих місць.

Стратегічне спрямування. Інвестиційне середовище може бути сприятливим для певних секторів або галузей. Країни часто ставлять перед собою стратегічні цілі щодо розвитку певних секторів, таких як інформаційні технології, відновлювана енергія або біотехнології, і створюють умови для їх привабливості для інвесторів.

Сприяння бізнесу. Інвестиційне середовище визначається також рівнем підтримки бізнесу. Простота утворення підприємств, оподаткування, доступ до ринків і ділової інфраструктури є важливими факторами для привабливості інвестицій [5, 9].

Разом з тим, інвестиційне середовище складається з різних складових, які впливають на привабливість і потенціал для залучення інвестицій. Ось деякі з найважливіших складових інвестиційного середовища.

Політичне середовище: Стабільність політичної ситуації, якість управління, рівень корупції та наявність правового захисту прав власності впливають на рішення інвесторів. Стабільна політична ситуація та надійність правової системи сприяють довгостроковим інвестиціям.

Економічне середовище: Стан економіки, рівень розвитку та стійкість макроекономічних показників, таких як ВВП, інфляція, безробіття і ділова активність, є важливими факторами для інвесторів. Розвинута і міцна економіка забезпечує перспективи для прибуткових інвестицій.

Юридичне середовище: Якість законодавства, правила і процедури регулювання бізнесу, адміністративні бар'єри та захист прав власності впливають на довіру інвесторів до системи. Прозорість і прогнозованість правового середовища є важливими для залучення іноземних інвестицій

Інфраструктура: Розвинутість транспортної, енергетичної, телекомунікаційної та іншої інфраструктури впливає на ефективність бізнесу і вартість ведення діяльності. Наявність якісних та доступних інфраструктурних об'єктів приваблює інвесторів.

Соціокультурні фактори. Демографічні характеристики, освіта, культурні особливості та споживчі звички населення впливають на сприйняття продуктів і послуг, а також на доступність робочої сили і ринок збуту [18, 25].

Невід'ємною складовою інвестиційного середовища є інвестиційний ризик. Він відображає ймовірність того, що інвестиції можуть не принести очікуваних результатів або можуть зазнати фінансових втрат. Інвестиційний ризик є важливим поняттям в області фінансів та інвестицій. Він відображає потенційну небезпеку втрати капіталу або недосягнення очікуваного доходу внаслідок несприятливих змін на ринку або в економічному середовищі. Ось деякі характеристики інвестиційного ризику.

Характеристика інвестиційного ризику включає такі ключові аспекти.

Невизначеність. Інвестиційний ризик пов'язаний з невизначеністю майбутніх подій і результатів. Ринкові умови, політичні рішення, економічні фактори та інші змінні можуть змінюватися непередбачувано, що створює невизначеність для інвесторів.

Неуспішність інвестицій. Інвестиційний ризик відображає можливість того, що інвестиції можуть не бути успішними або не принести очікувані доходи. Це може бути через погане фінансове управління, непрогнозовані зміни в ринкових умовах або несприятливі події, що впливають на сектор чи компанію.

Фінансовий ризик. Це пов'язано з можливістю втрати грошових коштів або недосягнення очікуваного доходу. Фінансовий ризик може включати коливання цін акцій, облігацій або інших фінансових інструментів, кредитний ризик (несплатоспроможність боржника) та інші фінансові фактори

Волатильність ринку. Інвестиційний ризик пов'язаний з волатильністю ринку і може бути викликаний коливаннями цін на фінансових ринках. Нестабільність економічних умов, геополітичні події або негативні новини можуть призвести до значних змін на ринку, що вплине на вартість інвестицій.

Ринковий ризик. Це пов'язано з коливаннями на фінансовому ринку і може включати зміни в цінах активів, кон'юктурі ринку, зміні в інвестиційних тенденціях та зміні попиту та пропозиції на ринку.

Системний ризик. Інвестиційний ризик також пов'язаний з можливістю системних збоїв, таких як фінансові кризи або економічні спади. Ці події можуть мати широкий вплив на ринок та інвестиції, що призводить до значних фінансових втрат.

Політичний ризик. Пов'язаний зі змінами в політичному середовищі, такими як зміни в урядовій політиці, законодавстві або режимі, що може мати вплив на економіку, бізнес та інвестиційну клімат.

Ліквідність. Інвестиційний ризик також пов'язаний з ліквідністю активів. Неможливість швидко продати або обміняти інвестицію може призвести до проблем з отриманням коштів у разі потреби.

Диверсифікація. Ризик може бути зменшений шляхом розподілу інвестиційного портфелю на різні активи та ринки. Диверсифікація може допомогти знизити вплив негативних змін на одну конкретну інвестицію.

Операційний ризик. Це пов'язано з ризиками, що виникають у зв'язку з недосконалістю управління, непродуманими бізнес-процесами, технічними проблемами та іншими факторами, які можуть вплинути на фінансові результати інвестиції [11].

Важливим для дослідження є також аналіз факторів, які можуть знижувати інвестиційну діяльність. Вони можуть бути різноманітними і залежати від конкретних умов і контексту. Однак, основні фактори, які можуть впливати на зниження інвестиційної активності, включають наступні.

Нестабільна політична ситуація. Політична нестабільність, конфлікти, зміни урядів або несприятлива політика можуть створювати невизначеність та ризик для інвесторів. Нестабільність може призвести до зниження довіри та обмеження інвестиційної активності.

Економічні труднощі. Рецесія, зростання безробіття, падіння споживчого попиту та інші економічні труднощі можуть призвести до скорочення інвестицій. Несприятлива економічна ситуація може зменшити дохідність та вплинути на перспективи вкладень.

Політика та регуляція. Некоректна або непередбачувана політика та регуляція можуть створювати перешкоди для інвесторів. Високі податки, обмеження на імпорт, складні процедури реєстрації підприємств та інші адміністративні обмеження можуть знижувати інтерес до інвестицій.

Нестабільність валютного ринку. Великі коливання валютного курсу можуть створювати ризик для інвесторів, особливо для тих, хто працює з іноземними валютами. Нестабільність може збільшити ризик втрати капіталу або доходів, що може зменшити бажання інвестувати.

Брак інфраструктури. Недостатня розвиненість інфраструктури, такої як транспортна, енергетична, телекомунікаційна, може обмежувати можливості для інвестиційного розвитку. Наявність високоякісної інфраструктури є важливим фактором для привабливості інвестиційного середовища.

Ризикованість індустрій. Деякі галузі можуть бути більш ризиковими для інвестицій, наприклад, нові технології, біотехнології або розвиваючіся ринки. Високий рівень нестабільності, технологічні ризики або низька ліквідність можуть знизити бажання інвестувати у такі галузі.

Геополітичні ризики. Конфлікти, торговельні спори, санкції та інші геополітичні фактори можуть створювати невизначеність та ризик для інвесторів. Геополітичні ризики можуть впливати на стабільність ринків та бізнес-клімат, що може знизити інвестиційну активність [18].

Одним з основних факторів прийняття рішень щодо вкладень у ту чи іншу галузь, є аналіз інвестиційного клімату. Інвестиційний клімат – це поняття, яке описує загальну сприятливість або негативність для залучення та здійснення інвестицій у певному регіоні або країні. Він відображає рівень довіри інвесторів до бізнес-середовища, правову стабільність, економічну ефективність, доступність фінансових ресурсів, а також наявність інфраструктури та інших факторів, які можуть впливати на прийняття рішення щодо інвестування. Різні підходи до оцінки інвестиційного клімату можуть використовувати різні критерії та показники. Ось декілька загальних підходів та їх характеристики.

Індекси інвестиційного клімату. Існує декілька міжнародних індексів, таких як Doing Business, Global Competitiveness Index та інші, які пропонують систематичну оцінку інвестиційного клімату в різних країнах. Вони використовують різні показники, такі як легкість заснування бізнесу, рівень корупції, захист прав власності та інші, для визначення привабливості інвестиційного середовища [39].

Макроекономічний підхід. Цей підхід зосереджений на макроекономічних факторах, таких як рівень інфляції, стабільність валюти, рівень державного боргу, ринкова кон'юнктура та інші. Добре розвинена і стабільна економіка з низькими ризиками може сприяти інвестиційному клімату.

Правовий підхід. Цей підхід оцінює ефективність правової системи, захист прав власності, прозорість укладання контрактів та рівень корупції. Стабільність правової системи і надійний правовий захист інтересів інвесторів можуть сприяти покращенню інвестиційного клімату.

Враховуючи ці різні підходи, оцінка інвестиційного клімату може бути складною і залежить від контексту країни або регіону. Комбінація різних підходів та аналіз конкретних факторів може допомогти отримати більш повну картину стану інвестиційного клімату в певному місці.

Крім того, інвестиційний клімат є концепцією, яка використовується для оцінки привабливості та сприятливості певної країни або регіону для залучення інвестицій. Це загальна характеристика бізнес-середовища, яка враховує різні аспекти, що впливають на інвестиційну активність. Давайте порівняємо два різних підходи до характеристики інвестиційного клімату.

Об'єктивний підхід: Об'єктивний підхід до характеристики інвестиційного клімату зосереджується на конкретних економічних та правових показниках. Цей підхід базується на кількісних даних і фактах. Такі показники можуть включати рівень економічного зростання, інфляцію, стабільність валюти, рівень корупції, правову систему, податкові ставки та інші економічні та юридичні фактори. Об'єктивний підхід спрямований на визначення конкретних факторів, які впливають на інвестиційну активність та створення сприятливих умов для бізнесу.

Суб'єктивний підхід: Суб'єктивний підхід оцінює інвестиційний клімат з погляду сприйняття та думки інвесторів, бізнес-спільноти та експертів. Він зосереджується на якісних аспектах, таких як довіра до уряду, ставлення до бізнесу, прозорість урядових рішень, доступність ринків, рівень

інноваційності, якість життя та інші соціально-економічні чинники. Суб'єктивний підхід дозволяє враховувати відчуття та оцінки акторів ринку та їх особисті досвіди [48].

Обидва підходи мають свої переваги та обмеження. Об'єктивний підхід надає більш конкретні та кількісні дані, які можуть бути порівняні і аналізовані. Він дозволяє об'єктивно порівнювати різні країни та регіони. Однак, цей підхід може не враховувати контекстуальні та суб'єктивні фактори, які можуть впливати на рішення інвесторів. Суб'єктивний підхід, навпаки, дає можливість зрозуміти відчуття та думки зацікавлених сторін, але може бути менш конкретним та об'єктивним.

Узгоджений підхід до характеристики інвестиційного клімату може включати комбінацію об'єктивних та суб'єктивних елементів. Враховуючи якісні та кількісні аспекти, можна отримати більш повне та розуміле уявлення про інвестиційне середовище країни або регіону.

1.2. Методи оцінки інвестиційного середовища

Оцінка інвестиційного середовища використовується для визначення привабливості та ризиків, пов'язаних з інвестуванням у певну країну або регіон. Існує кілька методів оцінки інвестиційного середовища, і кожен з них має свої особливості.

По-перше, здійснюється аналіз економічних показників. Цей метод передбачає аналіз ключових економічних показників, таких як рівень економічного зростання, інфляція, безробіття, державний бюджет, торговий баланс та інші. Використовуючи ці дані, можна зробити оцінку стану економіки та потенціалу для інвестицій.

Аналіз правової системи. Оцінка правової системи країни є важливим аспектом оцінки інвестиційного середовища. Дослідження правової системи, включаючи законодавство про інвестиції, права власності, контрактні

відносини та регуляторну базу, допомагає визначити рівень захисту прав інвесторів та стабільність бізнес-умов.

Соціальний аналіз. Оцінка соціальних чинників включає в себе дослідження демографічних показників, якість життя, рівень освіти, стан соціальної безпеки та інші аспекти, які можуть впливати на інвестиційну активність. Стабільність соціального середовища є важливим фактором для інвесторів [50].

Оцінка інвестиційного клімату зазвичай включає в себе використання різних методів та інструментів, які дозволяють зрозуміти привабливість та сприятливість певної країни або регіону для залучення інвестицій.

Анкетування та опитування. Цей метод передбачає проведення анкетування та опитування серед інвесторів, бізнес-спільноти, експертів та інших зацікавлених сторін. Це дозволяє отримати їхні думки, сприйняття та оцінки щодо бізнес-середовища, правової системи, доступності ресурсів, рівня корупції, стабільності політичної ситуації та інших факторів, які впливають на інвестиційну привабливість. Анкети та опитування можуть бути проведені як національними органами статистики, так і незалежними дослідницькими організаціями.

Аналіз законодавства та правових рамок. Оцінка правових рамок та законодавства, що стосуються інвестицій, дозволяє зрозуміти рівень захисту прав інвесторів, процедури реєстрації бізнесу, власність та контрактні відносини. Це включає аналіз законодавчих актів, правил регулювання та процедур, які можуть вплинути на інвестиційну активність та ділову діяльність.

Аналіз економічних показників. Цей метод використовує аналіз економічних показників, таких як ВВП, інфляція, безробіття, рівень експорту-імпорту, обсяги зовнішньої торгівлі та інші фактори, які впливають на економіку країни або регіону. Це допомагає зрозуміти стан економіки та її потенціал для інвестицій.

Компаративний аналіз. Цей метод включає порівняння інвестиційного клімату різних країн або регіонів. Це дозволяє визначити переваги та недоліки кожного місця для інвестування, виокремити сильні та слабкі сторони, а також зробити вибір на основі порівняльних аналізів [11].

Глобальні рейтинги та індекси. Деякі організації та агентства складають глобальні рейтинги та індекси, які оцінюють інвестиційний клімат країн або регіонів. Наприклад, Doing Business Index, Global Competitiveness Index, Corruption Perceptions Index та інші. Ці рейтинги використовуються для порівняння та оцінки різних аспектів бізнес-середовища та інвестиційного клімату [29, 31].

Окрім глобальних рейтингів на кшталт Global Entrepreneurship Monitor, дослідження стану бізнес-середовища здійснюють в Україні і інші організації. Зокрема, підготовлений аналіз бізнес-середовища в Україні, що було здійснено Центром розвитку інновацій, Офісом з розвитку підприємництва та експорту, а також національним проектом Дія.Бізнес спільно з Advanter Group [31].

Схожими дослідженнями щодо оцінки бізнес-клімату займається Європейська бізнес-асоціація, яка на основі опитувань, формує уявлення про бізнес-середовище. Серед індексів визначають динаміку за Індексом інвестиційної привабливості.

Дослідження, проводимі Європейською бізнес-асоціацією, спрямовані на аналіз та оцінку ключових аспектів бізнес-середовища в Україні. Ці дослідження базуються на зібранні та аналізі статистичних даних, проведенні опитувань серед бізнес-спільноти та експертів, а також на вивченні законодавства та правових рамок [34].

Дослідження Європейської бізнес-асоціації охоплюють широкий спектр тем, таких як право та регулювання, оподаткування, торгівля та мито, корупція та підзвітність, доступ до фінансування, охорона довкілля та сталість бізнесу. Результати досліджень використовуються для розробки пропозицій та рекомендацій з метою поліпшення законодавства, забезпечення

прозорості та прогресивних реформ, а також для інформування бізнес-спільноти та громадськості про ситуацію в бізнес-середовищі

Дослідження Європейської бізнес-асоціації мають значний вплив на формування публічної думки та прийняття рішень владою. Асоціація активно співпрацює з урядовими органами, парламентом та іншими зацікавленими сторонами з метою впровадження рекомендацій та зміни негативних аспектів бізнес-середовища в Україні.

В цілому, Європейська бізнес-асоціація відіграє важливу роль у сприянні розвитку бізнесу в Україні та покращенні інвестиційного клімату. Її дослідження та пропозиції допомагають створювати більш сприятливі умови для підприємництва, сприяють економічному зростанню та привабливості України для іноземних та внутрішніх інвестицій.

Doing Business – це глобальний проєкт Всесвітнього банку, який проводить дослідження та робить рейтингову оцінку бізнес-середовища у різних країнах світу. Його основна мета - виміряти рівень регулювання бізнесу і розкрити, які перешкоди та обмеження існують для підприємництва [31].

Дослідження Doing Business зосереджене на різних аспектах бізнес-середовища, таких як реєстрація компаній, отримання будівельних дозволів, захист інвесторів, сплати податків, торговельні перешкоди, виконання контрактів та інші. Всього проєкт оцінює 11 різних показників, які впливають на легкість ведення бізнесу.

Результати дослідження Doing Business виражаються у вигляді рейтингу, де країни розташовані за їхньою привабливістю для підприємництва. Рейтингова система відображає, наскільки просто або складно здійснювати бізнес у певній країні порівняно з іншими. Чим вищий рейтинг, тим сприятливіші умови для підприємництва.

Дослідження Doing Business має велике значення як для самої країни, так і для іноземних інвесторів та підприємців. Це дозволяє урядам отримувати об'єктивну оцінку своєї бізнес-середовища та ідентифікувати

області, де необхідні реформи. Для інвесторів та підприємців це є цінним інформаційним ресурсом для прийняття рішень щодо місця розміщення своїх бізнесів.

Проте, варто зазначити, що дослідження Doing Business має свої обмеження та критику. Критики вказують на те, що рейтинг не враховує всіх аспектів бізнес-середовища, таких як політична стабільність, якість інфраструктури, рівень освіти тощо. Також деякі країни вказують на недостовірність методології та показників, які використовуються для оцінки. У будь-якому випадку, дослідження Doing Business відіграє важливу роль у стимулюванні реформ та поліпшенні бізнес-середовища у багатьох країнах світу. Воно сприяє транспарентності та конкуренції, що сприяє економічному зростанню та розвитку підприємництва [31].

Офіс з розвитку підприємництва (Doing Business Unit) є частиною Всесвітнього банку та відповідає за проведення досліджень та аналіз бізнес-середовища в різних країнах. Його основна мета - вимірювання рівня регулювання бізнесу та надання рекомендацій для поліпшення умов підприємництва.

Офіс з розвитку підприємництва використовує проект "Дія бізнес" (Doing Business project), який зосереджений на розкритті законодавчих та регуляторних процедур, що впливають на бізнес-середовище. Дослідження оцінює різні аспекти бізнес-середовища, включаючи реєстрацію компаній, отримання будівельних дозволів, захист інвесторів, сплату податків та інші фактори, що впливають на легкість ведення бізнесу [34].

Дослідження офісу з розвитку підприємництва є одним із найвизначніших та широко використовуваних інструментів для порівняння бізнес-середовища між країнами. Результати дослідження виражаються у вигляді рейтингу, який дає змогу порівняти привабливість країни для підприємництва та визначити області, які потребують поліпшення.

Дослідження офісу з розвитку підприємництва мають велике значення для країн, оскільки вони надають об'єктивну оцінку їхнього бізнес-

середовища та можуть стати важливим стимулом для реформ та поліпшення умов підприємництва. Інформація, зібрана в ході дослідження, може бути використана для розробки політики та впровадження заходів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

2.1. Аналіз ринку готельно-ресторанних послуг

Готельно-ресторанна галузь в Україні є важливою складовою туристичної сфери. Попит на готельно-ресторанні послуги залежить від внутрішнього та зовнішнього туризму, бізнес-подорожей та інших факторів.

У 2022 році, нарешті, після пандемії COVID-19, галузь готельно-ресторанного бізнесу в Україні могла стати свідком поновлення туристичного руху та відновлення попиту на послуги. Однак, треба враховувати, що пандемія залишила значний вплив на галузь, і нові виклики та проблеми з відновленням повного обсягу діяльності постали перед галуззю у зв'язку з початком війни в країні.

Потрібно зазначити, що стан та динаміка розвитку готельно-ресторанних послуг відрізається за періодом до лютого 2024 року та після даного періоду. За час війни закрилось близько 7000 закладів індустрії гостинності. За цей же період відкрилось близько 2000 закладів, що обслуговують індустрію гостинності [34].

Ринок готельно-ресторанної індустрії складає близько 8% ринку торговельної діяльності в Україні. Незважаючи на війну, вже на початку 2023 року близько 75 відсотків закладів повернулись до обслуговування індустрії гостинності. Взагалі цей ринок є одним з найдинамічніших в Україні в контексті відновлення. Попри війну, населення України не відмовляє собі у відвідуванні закладів харчування з метою відпочинку, проведення дозвільного часу, робочих зустрічей тощо.

На рис. 2.1 представлена динаміка кількості закладів ресторанного господарства.

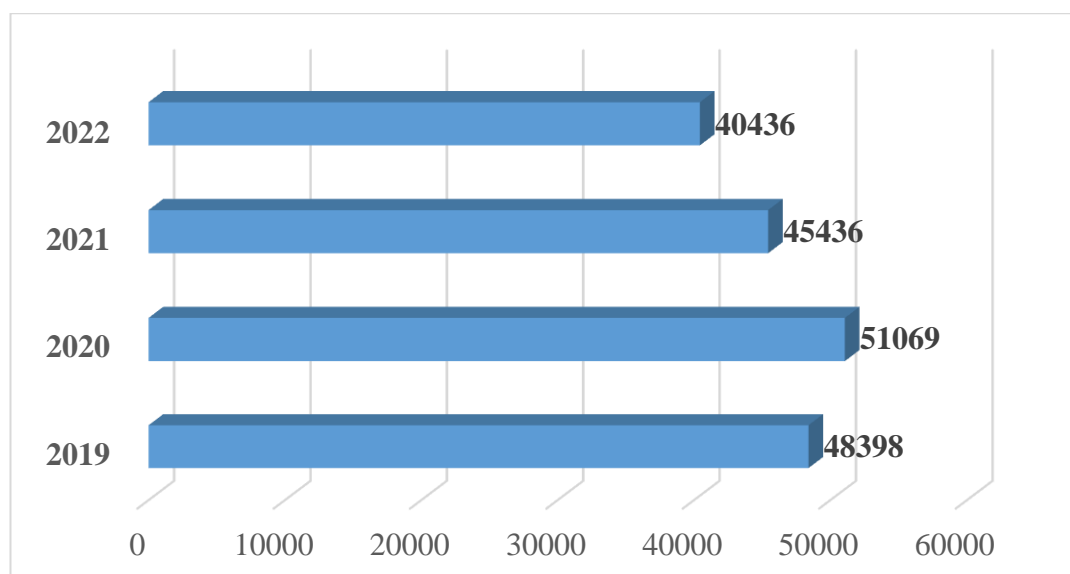


Рис. 2.1. Динаміка кількості закладів ресторанного господарства за період 2019-2022, од [33]

Не менш важливим є аналіз обсягів реалізації та середнього чеку споживача в індустрії гостинності. Для дослідження був узятий період 2022 року у порівнянні з 2021 роком. На рис. 2.2 можна побачити, як змінювалась виручка різноманітних закладів харчування протягом всього періоду 2022 року. Найбільше падіння спостерігається саме у березні, а вже з червня відбувалось поступове відновлення обсягів споживання в сфері організації харчування.

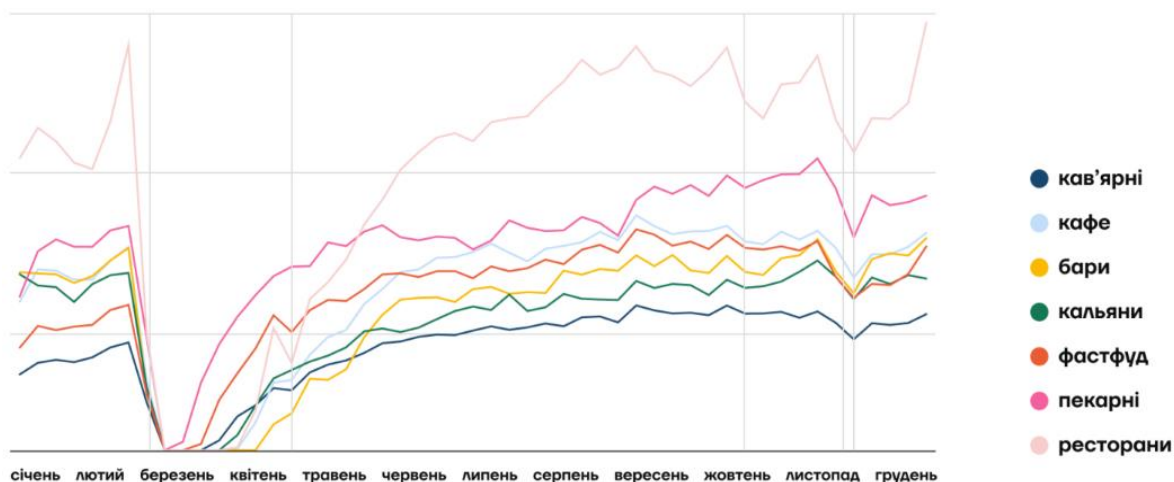


Рис. 2.2. Зміна виручки (медіана) у закладах індустрії гостинності, 2022 рік [33]

Найбільші показники демонструють ресторани та пекарні, трохи нижчі – кафе та бари. На рис. 2.3 представлені дані для порівняння темпів зростання виручки та середнього чеку споживачів з 2021 роком.

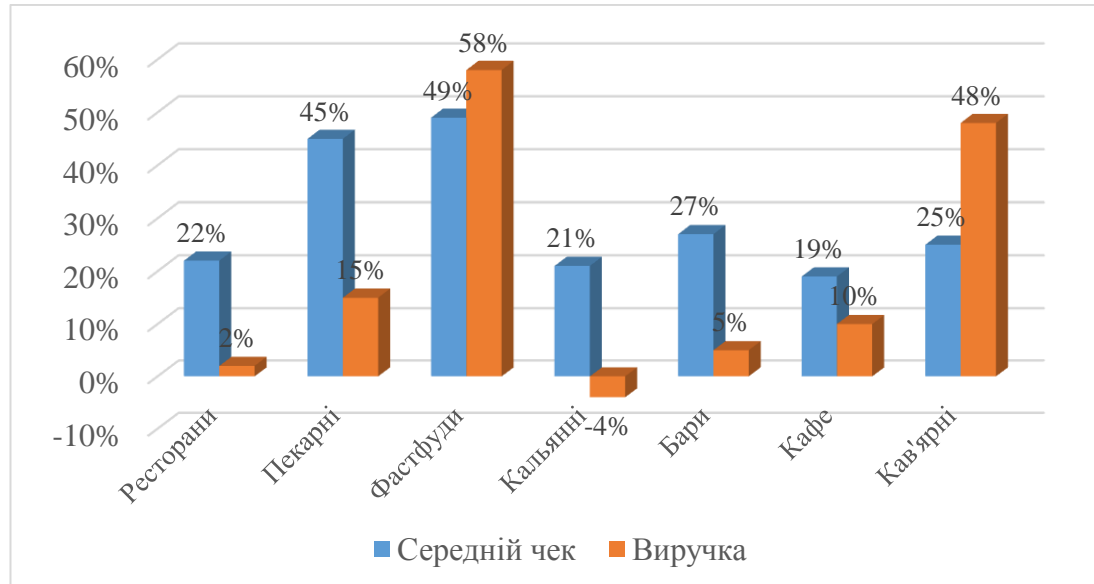


Рис. 2.3. Зміна середнього чеку та виручки закладів харчування у 2022 році у порівнянні з 2021 роком, % [33]

Найбільший приріст показника виручки спостерігається у закладах фастфудів та кав'ярень. На це є об'єктивні причини, оскільки це заклади, які здебільшого першими відновлювали свою роботу після початку війни та користувались попитом за ціновим фактором. Незначний приріст спостерігаємо у пекарнях та кафе. Якщо ж узяти до уваги рівень інфляції більше 26% в Україні за 2022 рік згідно з даними Національного банку України [24], то можна зробити висновки про реальне зниження обсягів реалізації у більшості закладів України. При цьому відбулось зростання середнього чеку для споживачів. Зокрема, пекарні та фастфуди збільшили свої чеки майже на 50%, що є відчутним для кишені споживача, бари та кав'ярні збільшили на 27% та 25%, 22% приросту зазнали чеки при оплаті в ресторанах.

Отже з позиції інвестиційного середовища на сьогодні ринок ресторанного бізнесу є привабливим тільки у перспективі. Але для цього

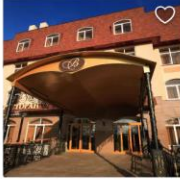
очікуваною є стабілізація цін на ринку, зниження темпів інфляції, як наслідок, збільшення виручки реальної.

Зовсім по іншому виглядає інвестиційна привабливість готельного бізнесу, який не припиняє в Україні своє будівництво та розширення з дохідністю у 8-10%. На оцінках власників готельного бізнесу за останні 10 років це бізнес подорожчав на 110% і на зараз є дійсно інвестиційно привабливим. Найкращі готельні комплекси за 12 років повністю змогли окупити вкладення та вже подвоїти вартість бізнесу [27]. Найбільш цікавим щодо інвестування закладами готельного бізнесу є ті, що розміщуються у Львові, Буковелі, Одесі, Харкові. Південні та східні регіони України зараз переживають значні збитки.

У зв'язку з великою кількістю переселенців ринок готельних послуг теж переналаштувався на здачу в оренду апартаментів готельного типу на тривалі періоди до 6 місяців з наданням доступу до широкого спектру послуг готельного комплексу. На сьогодні в багатьох регіонах тільки 20% завантаження номерного фонду – це оренда від одного дня до місяця, все інше – це до 6 місяців. Попит на оренду готельного житла, як очікується, буде зростати в залежності від безпекової ситуації. Щодо цінової політики, то вони залишаються на рівні довоєнному або зросли на 10-20%. Апартаменти коливаються від 800 до 1200 грн за добу. Готелі – від 1000 грн за добу. Наприклад, наведемо на рис. 2.4 цінову політику готелів міського типу в м. Харкові.

Популярні фільтри

- Сніданок включено (17)
- Чудово: 9+ (67)
На основі відгуків гостей
- 5 зірок (3)
- Готелі (42)
- До 1 км (32)
Харків – відстань від центру
- Два односпальні ліжка (28)
- Автостоянка (99)
- Оздоровчий спа-центр (8)
- Басейн (8)
- Допускається розміщення з хатніми тваринами (47)
- Хостели (9)
- Без передоплати (87)
- Готелі для побачень (1)
- Гостьові будинки (1)
- Сауна (12)
- Бронювання без кредитної картки (61)



Victoria Готель ★★★★★ Genius

Харків [Показати на карті](#) 1,6 км від центру

Стандартний двомісний номер з 1 двоспальним ліжком або 2 окремими ліжками
3 ліжка (2 односпальні, 1 двоспальне)

На нашому сайті залишилося всього 1 номер за такою ціною

Блискуче 8,6


987 відгуків

1 ніч, 2 дорослих

UAH 1 013 1

+UAH 67 податків та зборів

[Показати наявні місця](#)



Four Rooms City ★★★★★ Genius

Харків [Показати на карті](#) 2,1 км від центру

Сніданок включено

Сезонна пропозиція

Невеликий двомісний номер (номер з 2 односпальними ліжками)
Ліжка: 1 двоспальне або 2 односпальні

Сніданок включено
БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання!
Без передоплати – сплачуєте в помешканні
Ви зможете скасувати бронювання пізніше, тож зафіксуйте сьогодні відмінну ціну.

На нашому сайті залишилося всього 2 номери за такою ціною

Відмінно 9,5

374 відгуки

Розташування 9,6

1 ніч, 2 дорослих

UAH 2 300 1

Включає податки та збори

[Показати наявні місця](#)

Рис. 2.4. Цінова політика готелів в м. Харкові станом на червень 2023 року

Найбільш інвестиційно привабливими залишаються готелі міського типу та міські для індивідуальних гостей, оскільки такі типи не потребують інвестування у інфраструктуру, як у випадку з заміськими комплексами для відпочинку. Однак потрібно зазначити, що саме курортного типу готелі зараз користуються попитом, а їх завантаженість сягає 60%, але гості зважують на безпекову ситуацію в регіоні. Готельні комплекси, які додатково пропонують низку послуг для відпочинку та оздоровлення, цікаві тим, що мають вищий середній чек, тому будь-які вкладення окупляться набагато швидше за бізнес-готелі. Отже готельний бізнес є більш привабливим з точки зору інвестування, враховуючи, що прибутки більшості готелів на заході та півдні знизились в середньому на 15% в умовах значного зниження купівельної спроможності клієнтів [34].

За оцінками власників різноманітних інвестиційних проєктів, на сьогодні очікується окупність інвестицій у готельний бізнес за 8 років з середньою дохідністю у 15% річних, що набагато більше за дохідність галузі на європейських ринках. На сьогодні інвестиційно привабливими залишаються Київ, Львів, Буковель, Одеса [34].

Значущими факторами позитивних очікувань відновлення інвестиційної привабливості готелів є активний туризм та зацікавленість у відвідуванні європейської країни, де відбувалась війна. Потрібно зазначити, що до війни в Україну в 2021 році активно приїздили з Ізраїлю, Туреччини. Буковель відвідували представники Аравійського півострова.

Оцінювання інвестиційної привабливості потребує аналізу і різноманітних і фінансових показників. За даними Держаної служби статистики фінансові результати до оподаткування великих та середніх підприємств сфери тимчасового розміщення та організації харчування склав - 4787,2 млн грн. При цьому тільки 26,1% підприємств отримали прибуток, всі інші здійснювали збиткову діяльність [12]. Тож така макроекономічна

ситуація виглядає не привабливою з точки зору оцінки інвестиційного середовища.

Якщо розглянути ситуацію з показниками рентабельності діяльності за низку років, то маємо наступні дані (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Рентабельність діяльності готелів і подібних засобів тимчасового розміщування за 2015-2021 рр.

Роки	Рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності підприємств				Рівень рентабельності (збитковості) всієї діяльності підприємств			
	усього	середні підприємства	малі підприємства	з них мікропідприємства	усього	середні підприємства	малі підприємства	з них мікропідприємства
2015	-35,3	-36,6	-28,6	-40,5	-37,2	-37,1	-37,4	-46,4
2016	-5,9	-5,4	-8,0	-18,2	-16,1	-11,9	-29,3	-43,0
2017	18,7	-	-4,2	-7,9	11,6	-	-10,7	-18,3
2018	22,3	-	-0,5	6,9	14,6	-	-5,9	-3,2
2019	25,5	-	11,4	14,1	23,6	-	8,8	15,4
2020	-28,5	-30,0	-23,9	-18,2	-30,6	-27,6	-37,5	-38,1
2021	16,6	21,4	2,7	-2,3	22,5	25,6	12,2	-4,0

Джерело: [13]

Отже за результатами статистичних даних до 2021 року збиткову діяльність здійснювали тільки мікро підприємства готельної індустрії, якщо не враховувати 2020 рік, який характеризується найбільшим спадом в діяльності, який викликаний пандемією, скороченням туристичних та ділових потоків, значним скороченням переміщення гостей навіть по областях України. Вже 2021 рік продемонстрував високий приріст у готельній

індустрії. Середні підприємства, які здебільшого є комплексами з надання різних послуг, в тому числі розміщення, виглядали інвестиційно привабливими. Сама ж галузь тільки в останні роки демонструє прибутковість та орієнтацію на розширення діяльності.

По іншому виглядає ситуація в ресторанному бізнесі. У табл. 2.2 представлені аналогічні дані ресторанів та інших закладів харчування.

Таблиця 2.2

Рентабельність діяльності ресторанів та інших закладів надання послуг мобільного харчування за 2015-2021 рр.

Роки	Рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності підприємств				Рівень рентабельності (збитковості) всієї діяльності підприємств			
	усього	середні підприємства	малі підприємства	з них мікропідприємства	усього	середні підприємства	малі підприємства	з них мікропідприємства
2015	-4,3	-	-8,1	-14,1	-16,1	-	-27,1	-50,2
2016	2,9	-	-1,7	-4,7	0,3	-	-3,2	-5,6
2017	5,1	-	-0,9	-3,2	2,7	-	-2,1	-4,2
2018	4,1	-	-0,5	-3,2	2,1	-	-1,6	-4,5
2019	5,9	-	-0,2	-1,9	4,1	-	-1,5	-3,7
2020	1,5	-	-4,4	-5,4	-1,6	-	-6,5	-8,0
2021	4,7	-2,5	-1,4	-4,8	2,1	-3,3	-3,6	-6,8

Джерело: [13]

Прибутковість ресторанного бізнесу та діяльності інших закладів харчування малих та середніх підприємств і в довоєнний період не була високоприбутковою за даними статистики. Тільки великі підприємства в 2021

році продемонстрували прибутковість на рівні 13,6% та 10,1% від основної діяльності (дані не внесені в табл. 2.2).

Після початку війни розвиток ресторанної галузі був і залишається нерівномірним. Найбільшу активність показали заклади харчування саме в західних областях України. Зокрема ресторанна галузь зросла у м. Львів на 42%. Багато невеликих міст України приймали переселенців, що сприяло також зростанню цієї галузі. Разом з тим, дана галузь зараз зростає і має перспективи підвищення темпів діяльності в цілому. На сьогодні низка невеликих міст України більш безпечних областей відчувають певне зростання кількості закладів харчування.

Окрім того, розглянемо показники фінансової стійкості підприємств готельно-ресторанної індустрії (рис. 2.5).

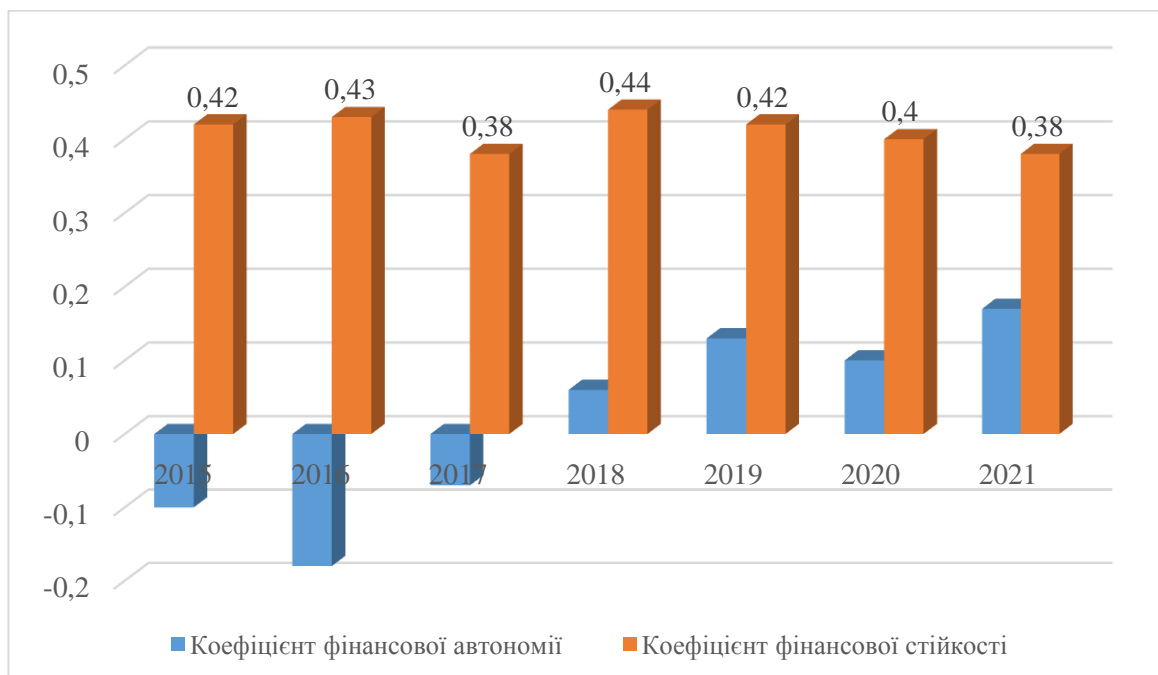


Рис. 2.5. Динаміка показників фінансової стійкості підприємств готельно-ресторанної індустрії за період 2015-2021 рр. [11]

За даними рис. 2.5 показники фінансової стійкості коливаються в межах 0,4, що є трохи нижчим за нормативні значення. Коефіцієнт фінансової

автономії продемонстрував позитивну динаміку, але значення, що менше за нормативні.

Таким чином, перспективи підвищення інвестиційної привабливості підприємств ресторанного бізнесу пов'язані поки що із запровадженням нових цифрових технологій обслуговування споживачів, доставки та маркетингу.

В табл. 2.3 зокрема представлені різноманітні технологічні рішення до впровадження на підприємствах готельно-ресторанного господарства.

Таблиця 2.3

Сучасні технології готельно-ресторанного бізнесу [7]

Види інноваційних технологій	Опис технологічних рішень	Ефект
Економічні інновації	smart-kitchen, роботи-куха-рі, роботи-офіціанти, робо-ти-бармени, dark kitchen, кіоски самообслуговування	автоматизація бізнес-процесів, економія витрат на оплату праці, підвищення продуктивності роботи ресторану
Технологічні інновації	NFC-карта, планшет-меню, меню доповненої реальності, QR-код, інтерактивний стіл, мобільні додатки, месенджери	безконтактні комунікації (замовлення, оплата), економія часу, ефективне використання ресурсів, динамічне оновлення інформації
Маркетингові інновації	Light Touch, Show-kitchen, 3D-кухар у тарілці, динамічна, віртуальна реклама, баєри та інфлуенсери в соцмережах, маркетплейси, дистрибуційні платформи, онлайн-ресторан	розширення онлайн-каналів комунікації, гейміфікація та атракціонування ресторанних продуктів
Інформаційні інновації	Data Science, Table-tracker, Up Serve, Un Corkd, Google Ads, штучний інтелект (чат-боти, ChatGPT, ChatSonic, Perplexity), хостери для сайтів	відстеження місцерозташування клієнтів у закладі, оперативне доставлення замовлення, аналітичні відстеження тенденції інтересів клієнтів
Управлінські інновації	форсайт, CRM-системи, Business intelligence (BI), реінжинірінг бізнес-процесів, системи управління за цілями (MBO), тотального управління якістю (TQM), збалансована система показників (BSC), планування ресурсів (ERP),	формують компетентності для проведення й організації форсайт-досліджень, реалізації форсайт-сесій і розроблення форсайт-сценаріїв, створюють середовище для продукування та реалізації інших типів інновацій

	ефектив-ного управління часом (ТВМ) та знаннями (КМ), ощадного управління (LM), бенчмаркінг, Agile, фасиліті-менеджмент (FM)	
--	--	--

Цифрові технології розширюють можливості споживачів в готельно-ресторанній індустрії. Завдяки збору значних даних, у підприємств готельно-ресторанної індустрії з'являється можливість використання різноманітної реклами – банерної, таргетованої, пошукової. Тобто інвестування у такі технології дійсно підвищуватиме обсяги реалізації підприємств.

З'являються способи використання засобів безконтактного замовлення та оплати готельно-ресторанних послуг або продуктів (FacePay24), платіжні сервіси та електронні гаманці Google Pay, Apple Pay. Заклади готельної індустрії особливо зараз відчули потребу у платному бронюванні, що потребувало наявності відповідних сервісних платформ для безготівкових розрахунків, наприклад NovaPay, LiquidPay. Для споживачів обрання способу оплати є одним із найважливіших факторів придбання послуги, замовлення їжі тощо [7].

Також є багато можливостей для розвитку ринку з урахуванням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (рис. 2.6).

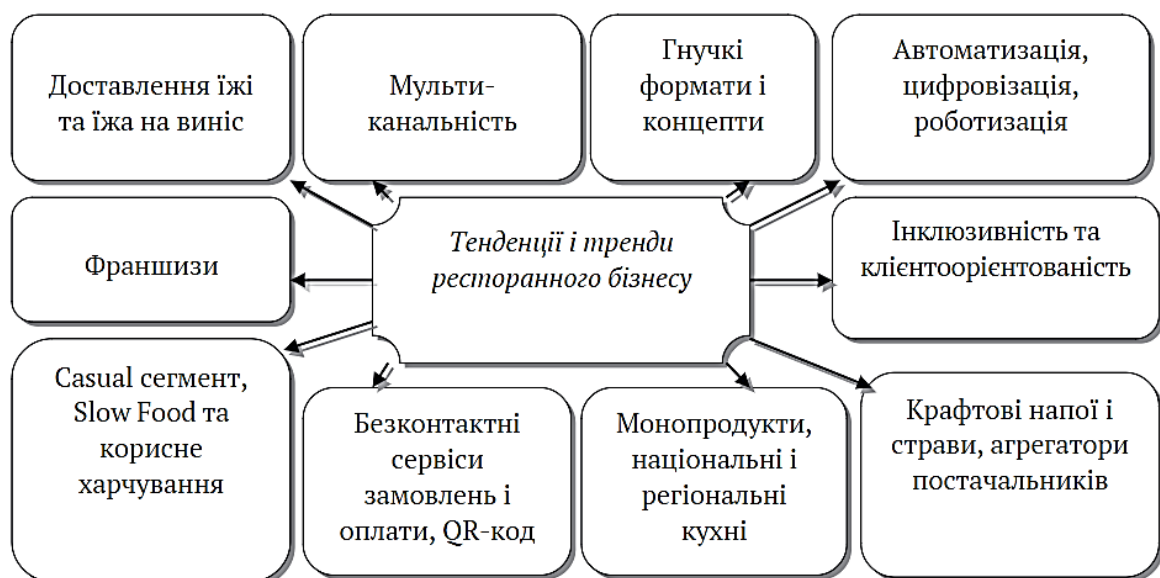


Рис. 2.6. Напрями розвитку індустрії гостинності [7]

Мультиканальність є частим явищем в індустрії гостинності, яка передбачає поєднання онлайн та реальних магазинів та вітрин готелів чи ресторанів. В операційній діяльності активно використовують роботів, зокрема front of the house для роботи з гостями, та back of the house, що виконують різні задачі на кухні. Останньою новинкою є руки роботів для приготування страв за індивідуальним замовленням споживача (Spurse).

І останні важливі показники для оцінювання інвестиційної привабливості індустрії гостинності – це капітальні інвестиції у галузь.

З рис. 2.7 є зрозумілим, що з 2018 року по 2021 більше інвестували у оснащення та розвиток заклади організації харчування. В 2021 році ця сума сягнули 1800 млн грн., в той час як сфери розміщення гостей отримала 1000 млн грн інвестицій. Разом, з тим такі обсяги капітальних вкладень є недостатніми для розвитку галузі [12].

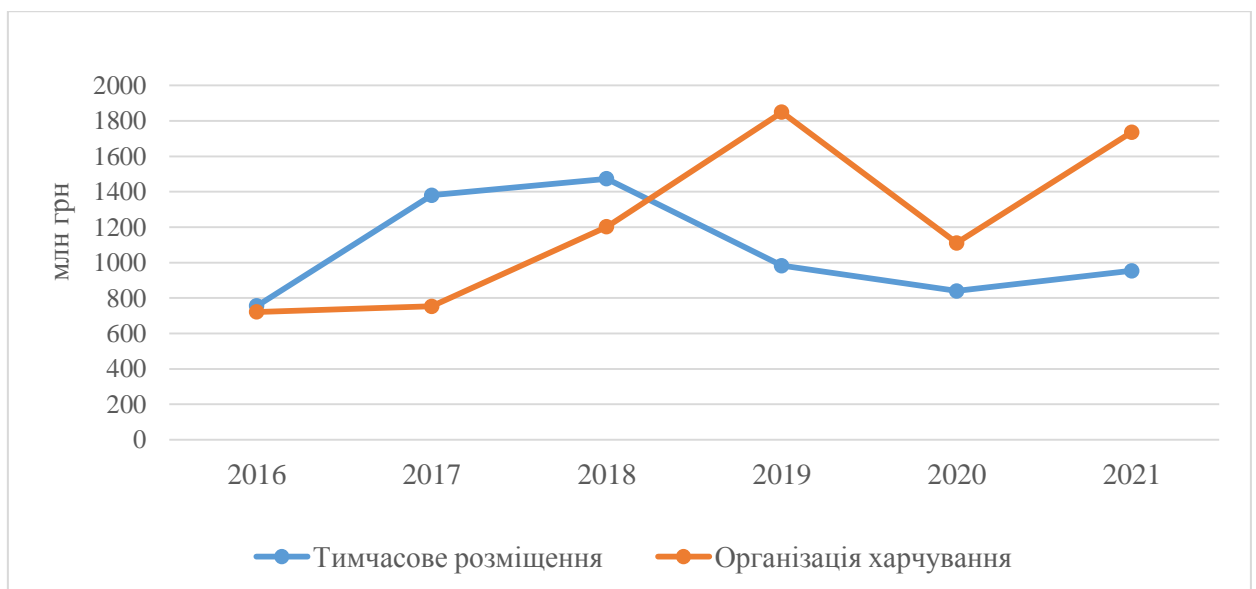


Рис. 2.7. Капітальні інвестиції в індустрію гостинності 2016-2021 рр.

Таким чином, в даному підрозділі проаналізували ситуацію з готельно-ресторанним бізнесом в Україні, який зараз, з одної сторони, переживає не легкі часи, а з іншої є важливою галуззю під час війни. Ресторанний бізнес

продемонстрував готовність працювати понад ризики та складності, надаючи послуги гостям.

2.2. Оцінка інвестиційного середовища ринку України

В практиці оцінки інвестиційного середовища застосовують різні підходи, як було вже зазначено, які спираються на широкий спектр показників. По-перше, оцінюється внутрішній потенціал та ресурси підприємства. Зокрема, розраховують фінансові показники ліквідності, рентабельності діяльності, аналізують фінансову стійкість підприємств за низкою показників, застосовують матрицю інвестиційної привабливості.

Ще одним підходом, який було згадано в роботі, до оцінювання інвестиційної привабливості є експертні звіти та різноманітні індекси, які враховують, як суб'єктивні, так і об'єктивні фактори розвитку підприємств.

В даному розділі зупинимось саме на оцінюванні бізнес-середовища, спираючись на різні індекси та показники, експертні висновки.

Зупинимось спочатку на показниках, що розраховуються Європейською бізнес асоціацією. Оскільки ресторанний бізнес –це як правило малий бізнес, цікавим для аналізу буде Індекс настроїв малого бізнесу на лютий 2023 року. Він склав 2,4 бали з 5, що говорить про погіршення настроїв серед власників, але у 2020 році його рівень був ще нижчим - 2,2. Учасники опитування оцінили стан їх бізнесу як незадовільно, 42% власників пов'язують це з негативними наслідками війни та економічним становищем [31].

Звісно, очікування та прогнози малого бізнесу є також негативними, тільки 33% власників малого бізнесу зазначили про сприятливі умови ведення бізнес у найближчій перспективі. Разом з тим, позитивним фактором для відновлення масштабів бізнесу є те, що 76% опитаних планують розширювати свою діяльність. Найбільшими негативними факторами визначили недоступність кредитних коштів для фінансування бізнесу, близькість до фронту, руйнування інфраструктури та зниження споживчого попиту. Більшість орієнтується на використання власних коштів, 21%

респондентів зазначили про готовність використовувати навіть грантові кошти, і вже мають певний досвід. Енергетичні проблеми впливають на діяльність малого бізнесу, тому змінюються графіки (у випадку 45% опитаних), використовуються генератори [33].

Вихід зі складної ситуації вбачають через скорочення персоналу, розширення присутності в Україні, 25% зазначили про готовність виходити на зовнішні ринки, а 26% представників малого бізнесу відзначили, що розвиватимуть нові напрями діяльності.

Ще одним важливим показником, який є об'єктом моніторингу бізнес асоціації, є Інвестиційний індекс, який є результатом оцінки представниками бізнесу інвестиційного клімату та перспектив на найближчі 6 місяців.

На рис. 2.8 представлена динаміка даного індексу з 2008 по 2022 рік. За більш ніж 10 років даний показник не перевершив позначку у 4 бали з 5 можливих. Останні декілька років Інвестиційний індекс не перевищував і позначку у 3 бали, що звісно впливає і на готельно-ресторанну галузь



Рис. 2.8. Динаміка Інвестиційного індексу з 2008 року по 2022 рік

Даний індекс розраховується як середньоарифметичне за 5-ма показниками інвестиційного клімату. Зокрема, очікування представників бізнесу за деякими показниками представлено на рис. 2.9. Найменший рівень

оцінювання бізнес-середовища простежуються за показником довіри до судової системи [31].



Рис. 2.9. Динаміку складових Інвестиційного індексу за період 2018-2022 рр.

На сьогодні рівень довіри до судової системи, прийняття судових рішень, справедливості судових рішень, доступності судових рішень (зручність та відкритість Єдиного державного реєстру судових рішень тощо) знаходиться на рівні 2,51 з 5-ти можливих. Митний індекс – це сукупність кількох показників (як-то рівень корупції в митних органах, якість послуг, робота «єдиного вікна», тощо) оцінок митних процедур компаній, які взаємодіяли з митницею. На сьогодні цей показник складає 3,17. Даний показник є трохи вищим за рівень довіри до судової системи, але все рівно демонструє низьку оцінку митного середовища, що не сприяє розширенню експортного потенціалу. І третій показник – це податкові умови та адміністрування. Представники бізнесу оцінюють якість законодавства, складність процедури подання звітності, ступінь фіскального навантаження, якість обслуговування платників податків.

За цим показником бізнес оцінює інвестиційне середовище на рівні 2,97. За аналізований період індекс податкового середовища не перевищив показник у 3 бали з 5, що говорить про те, що податкове адміністрування поки що не є додатковим стимулом для заснування бізнесу. В Україні на сьогодні поки що залишається система спрощеного оподаткування та звітування для 3-х звичайних груп. Зокрема готельно-ресторанний бізнес може також обирати спрощену систему, і остання користується дійсно попитом. Однак, в найближчій перспективі очікуються зміни у законодавстві та виключення спрощеної системи [31].

Також Європейська бізнес асоціація спільно з Аналітичним центром Gradus Research Company провела дослідження у 2022 році щодо очікувань та перспектив розвитку бізнес-середовища. Згідно з даними дослідженнями, тільки 47% опитаних мають позитивні прогнози щодо розвитку власного бізнесу. 53% зазначили про потенційне зростання доходів від операційної діяльності. Тільки 19% відзначили, що планують розширювати штатний персонал, 53% респондентів не планують вносити взагалі якісь зміни у стратегію найму персоналу.

Серед позитивних тенденцій потрібно зазначити зростання заробітних плат, про яке зазначили 73% представників бізнесу; 26% відзначили, що в цій сфері змін не відбувалось. При цьому, 40% респондентів зазначили, що і в майбутньому будуть підвищувати оплату праці персоналу, що сприятиме покращенню купівельної спроможності населення.

Для ресторанної індустрії це є позитивним фактором. І останнє, що було проаналізовано у дослідженні, це інвестиційні очікування (рис. 2.10). На рис. 2.9 зображено інвестиційні наміри бізнесу. Тільки 19% респондентів зазначили, що планують нові інвестиційні проекти. В опитуванні прийняло участь 104 представники різних підприємств через заповнення анкети, яка містила 10 питань.

Кім того, Європейська бізнес асоціація спільно з іншими партнерами (Dragon Capital та Центром економічної стратегії (ЦЕС))

проводили інтерв'ю з іноземними представниками бізнесу (117 респондентів) щодо виявлення основних перешкод вкладення у бізнес.



Рис. 2.10. Планові інвестиції бізнесу

В 2020 році визначили наступні основні перешкоди для інвестування: недовіра до судової системи, розповсюдження корупції, монополізація ринків, нестабільне законодавство, складне податкове адміністрування, нестабільна валюта і фінансова система, війна з Росією, обмеження на рух капіталу, валютні операції, значна трудова міграція в європейські країни саме кваліфікованих працівників. Експерти виявили і заходи, які позитивно вплинуть на інвестиційний клімат в Україні (рис. 2.11).

Для готельно-ресторанної індустрії значущим є заходи, що знижують корупцію, її розповсюдження, обмеження монополізації ринків. Після початку війни ця ситуація не покращилась в ресторанній індустрії. Експерти відзначають високі бар'єри входу в різних областях України. Значущим для індустрії є покращення інфраструктури та логістики, яка є основою для туризму та збільшення ділової активності. Прикладом успішності таких проектів є курортна зона в Буковелі.

В листопаді 2022 року також було проведено дослідження Офісом з розвитку підприємництва [33]. Моніторинг містив низку важливих питань

щодо діагностики стану бізнесу під час війни. В опитуванні прийняло участь 504 власників та керівників підприємств малого та середнього бізнесу.

ПЗ. Які потенційні кроки української влади максимально позитивно вплинули б на ваші інвестиційні та бізнес-рішення?

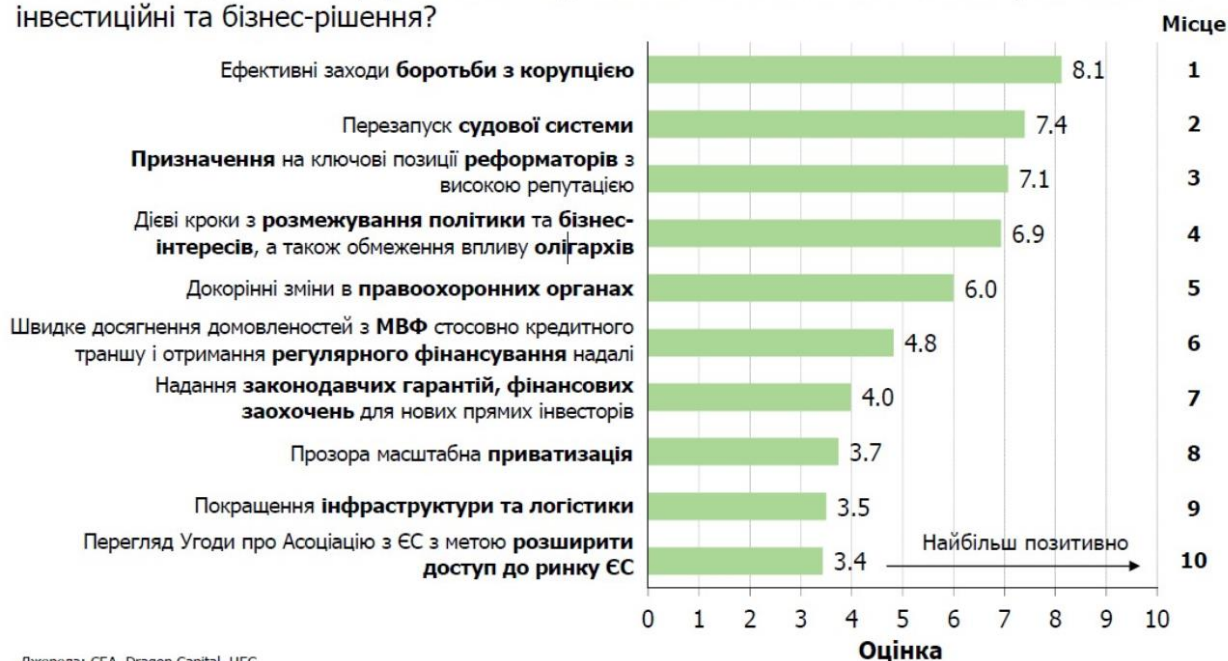


Рис. 2.11. Позитивний вплив на інвестиційний клімат

Цікаво, що готельно-ресторанна галузь була серед тих, що відновлювалась найбільшими темпами у порівнянні з іншими сферами. Серед основних проблем, з якими стикається бізнес, є наступні (рис. 2.12).

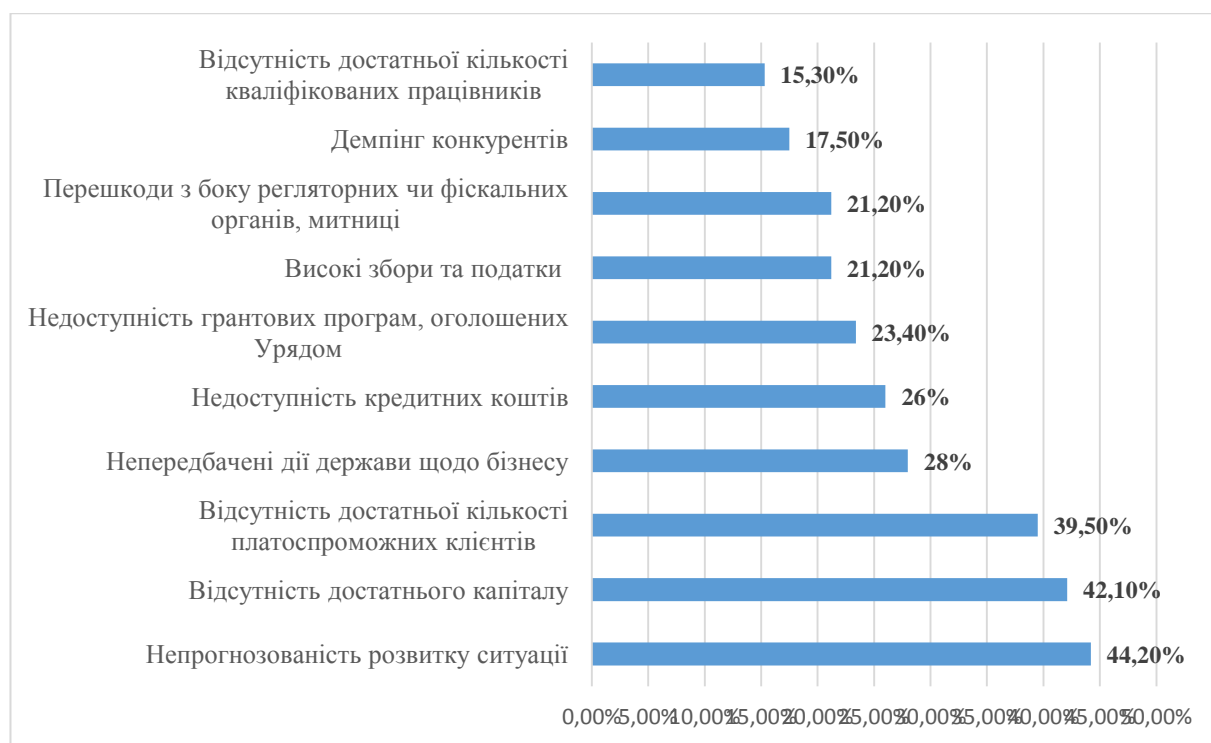


Рис. 2.12. Перешкоди для бізнесу на шляху до відновлення діяльності

З рис. 2.12 видно, що представники бізнесу вказали на низку проблем, які потрібно подолати для продовження діяльності. Більшість турбує невизначеність ситуації, відсутність достатнього капіталу, і ця проблема вже існує багато років, не зважаючи на спроби держави пропонувати певні програми. Майже третина бізнесу стурбована недоступністю державних програм фінансування, кредитних засобів.

Крім того, відзначені проблеми із взаємодією з владою. Серед основних проблем відзначили блокування податкових накладних, черги на митницях, необґрунтовані рішення при відмові у доступі до кредитних засобів 5-7-9.

При цьому 75% підприємців зазначили про необхідність дерегуляції бізнесу державою для підтримки та створення додаткових стимулів. І тільки третина повідомила про те, що приймають участь у роботі круглих столів, нарадах, форумів, надають державним органам влади пропозиції щодо змін та законодавчих актів [1].

Ще одним підходом до оцінювання бізнес-середовища та інвестиційного клімату є розрахунок Глобального індексу Doing Business.

Останнім часом Світовий банк припинив публікувати звітності, оскільки змінює методологію розрахунків. Останні результати опубліковані за 2020 рік. За даними Україна займала 61 позицію серед інших країн за показником легкості відкриття бізнесу. Для відкриття потрібно близько 6 днів, які передбачають різні процедури. Витрати на різні процедури в середньому складають 0,25-0,30 відсотка від доходу на душу населення. Насправді витрати ж залежать від форми реєстрації бізнесу та отримання дозвільних документів. Готельно-ресторанна індустрія потребує створення різних технічних документів, отримання дозволів, тому в середньому буде більша кількість днів.

В цілому ж Україна має наступні показники легкості ведення бізнесу (рис. 2.13).

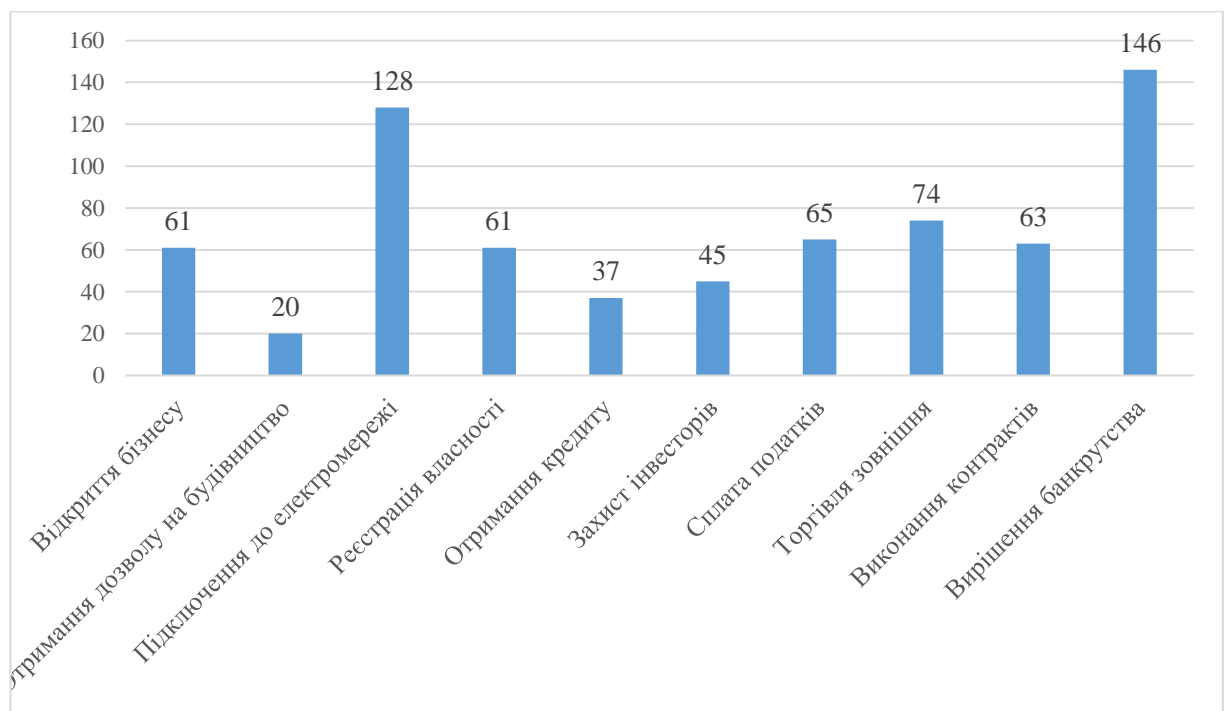


Рис. 2.13. Показники легкості ведення бізнесу в Україні в 2020 році

Джерело: Doing Business Report 2020 [39]

На рис. 2.13 представлений рейтинг України серед 190 країн світу, що включені до аналізу. Найбільш прогресивними показниками в 2020 році є отримання дозволів на будівництво, отримання кредитів, захист міноритарних інвесторів тощо.

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

3.1. Вибір методу оцінки інвестиційного середовища індустрії гостинності

Оцінка інвестиційного середовища, перш за все, потрібна для визначення стратегічного напрямку розвитку підприємства. Одним з методів, який можна адаптувати до потреб оцінювання інвестиційної привабливості та визначення вектору подальшого руху, є SPACE-аналіз.

Даний метод передбачає врахування фактичних даних діяльності підприємства та галузі в цілому. Тобто за визначеними параметрами здійснюється оцінка 4-х компонентів: фінансової сили підприємства (дані звітності підприємства), конкурентоспроможність підприємства заміняється на інвестиційну привабливість підприємства; далі оцінці піддається інвестиційна привабливість економіки в цілому, що було розглянуто у другому розділі, а також стабільність, що є складовою інвестиційного середовища згідно з даними різноманітних індексів, які були розглянуті та проаналізовані в роботі. Таким чином, врахувавши низку підходів до оцінювання інвестиційного середовища економіки та привабливості підприємства модифікуємо SPACE-аналіз, який буде відображати перспективи інвестиційного середовища для готельно-ресторанного бізнесу [5].

За певними ключовими параметрами потрібне експертне оцінювання. Можна брати до розрахунків ті показники, які надаються в звітах. А для узгодженості показників всі оцінки зважуються відносно максимальної величини. Отже після певної модифікації та наповнення таблиці новими параметрами, які б відображати дійсно інвестиційну привабливість галузі та підприємства, отримали наступні значущі параметри по кожному з чотирьох

компонентів (табл. 3.1) [4]. Для адаптації в роботі використані дані однієї з кав'ярень м. Харкова.

Таблиця 3.1

Розрахунок параметрів для SPACE-аналізу підприємства готельно-ресторанної галузі

Критерії	Показник	Вага, од.	Зважена оцінка
Фінансова сила підприємства (ФС)			
Рентабельність від операційної діяльності, %	5,3	0,25	1,325
Приріст виручки, %	18,4	0,25	4,6
Приріст середнього чеку, %	22	0,2	4,4
Фінансова стійкість, коефіцієнт	0,21	0,3	0,063
<i>Інтегральна оцінка</i>		1,0	10,39
Інвестиційна привабливість підприємства (ІП)			
Якість послуг / товарів (опитування споживачів за шкалою від 1 до 10)	9	0,2	1,8
Рентабельність реалізації товарів/ послуг, %	7	0,2	1,4
Впізнаваність на ринку (опитування споживачів), %	78	0,3	23,4
Використання цифрових технологій (експертна оцінка бізнесом за шкалою від 1 до 10)	7	0,3	2,1
<i>Інтегральна оцінка</i>		1	28,7
Інвестиційна привабливість економіки (ІЕ)			
Платоспроможний попит, приріст рівня доходів, %	1	0,2	0,2
Ефективне адміністрування податків (Інвестиційний індекс), максимум -5	2,97	0,3	0,891
Довіра до судової системи (Інвестиційний індекс), максимум - 5	2,5	0,3	0,75
Доходність галузі, %	12	0,2	2,4
<i>Інтегральна оцінка</i>		1	4,241
Стабільність економіки (СЕ)			
Рівень застосування інформаційно-комунікаційних технологій, %	50	0,3	15
Очікування бізнесу щодо подальших перспектив в галузі, % (експертна оцінка)	47	0,4	18,8
Стабільність курсу валют, % (експертна оцінка)	45	0,15	6,75
Очікування бізнесу щодо дій влади по відношенню до бізнесу, % (експертна оцінка)	21	0,15	3,15
<i>Інтегральна оцінка</i>		1	43,7

Вагові коефіцієнти встановлюються експертно. Потім множенням вагового коефіцієнта на значення параметру визначається зважена оцінка і інтегральний показник по кожній компоненті як сума всіх зважених оцінок. В табл. 3.1 надано приклад розрахунків.

Після розрахунків потрібно визначити вектор подальшого розвитку.

$$X = IE - IP = 4,241 - 28,7 = -24,5;$$

$$Y = FC - CE = 10,39 - 43,7 = -33,3.$$

<p>Фінансова сила підприємства (FC)</p> <p>Адаптація до низького рівня інвестиційної привабливості ринку, використання внутрішніх ресурсів</p>	<p>Інвестиційна привабливість економіки (IE)</p> <p>Активна присутність на ринку, застосування інноваційних технологій, використання зовнішніх переваг</p>
<p>Очікування на покращення інвестиційного середовища</p>  <p>Інвестиційна привабливість підприємства (IP)</p>	<p>Відновлення інвестиційного клімату, пошук, пошук нових форм діяльності</p> <p>Стабільність економіки (CE)</p>

Рис. 3.1. Вектор руху підприємства індустрії гостинності

Таким чином, нами розроблена адаптована матриця оцінювання інвестиційного середовища та обрання відповідного напрямку подальшого руху підприємства готельно-ресторанної індустрії. Показники, що містить методика, відповідають дослідженням організацій та експертним оцінкам. Отримані результати на прикладі кав'ярні показали дієвість даної методи та можливість її застосування до інвестиційного середовища, розроблення подальших орієнтирів в сучасних умовах.

3.2. Рекомендації щодо покращення інвестиційної привабливості підприємств індустрії гостинності

Будь-які методи оцінки інвестиційного середовища індустрії гостинності сьогодні супроводжуються глибоким аналізом використання сучасних цифрових технологій для здійснення операційної діяльності, комунікацій з клієнтами, встановлення взаємовідносин, просування товарів/послуг мережі Інтернет. Тому привабливими будуть ті заклади індустрії гостинності, які інвестують розвивають цифрові технології в бізнесі. Тобто перехід на новий рівень взаємодії з клієнтами та споживачами в Інтернеті є доволі привабливим.

Потрібно зазначити, що Україна – серед країн, де динаміка долучення клієнтів до Інтернет-простору постійно зростає, але не досягла ще свого піку (за даними європейських досліджень) [1, 6]. За даними Державної інноваційної фінансово-кредитної установи використання інформаційних технологій у ресторанному бізнесі характеризується різними показниками (рис. 3.2).

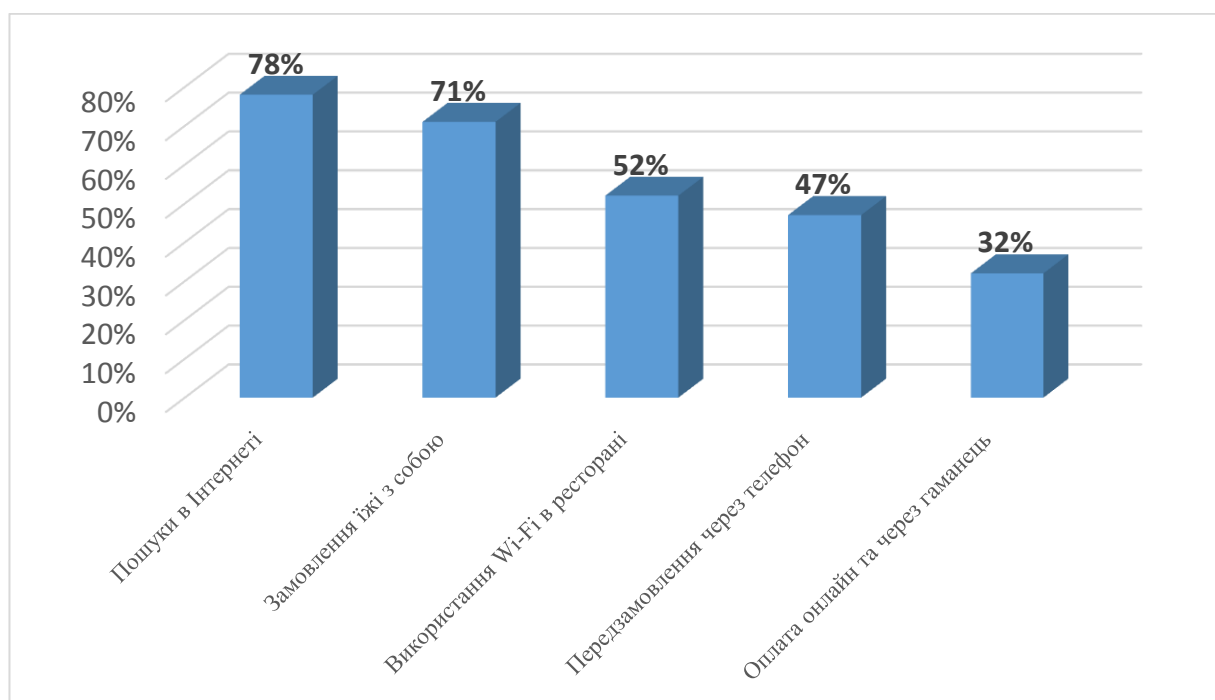


Рис. 3.2. Застосування переваг інформаційно-комунікаційних технологій в ресторанному бізнесі України, 2020 рік

Джерело: Державна інноваційна фінансово-кредитна установа [50]

Зокрема, 78% споживачів шукають ресторанне меню в Інтернеті; 71 % відвідувачів мають можливість замовити їжу на винос; 52 % гостей очікують у ресторані безкоштовний Wi-Fi; 47 % клієнтів сподіваються, що зможуть зробити попереднє замовлення через телефон; 32 % людей розраховуються через сервіси Apple Pay і Google Pay [52].

Все це говорить про те, що вже недостатньо просто відповідати стандартним критеріям ресторану: гарантувати лише чистоту, якість продукції та обслуговування. Споживачі обирають технологічність і шукають устанovu, яка може задовольнити цей попит, актуальний для нашого ринку. Ресторатори стали приділяти більше уваги автоматизації своїх підприємств, зокрема:

- складання та обробка замовлень, включаючи заявки для офіціантів, а також електронні меню для клієнтів;
- управління меню;
- прийом платежів та касове обслуговування;
- управління розсадкою гостей онлайн;
- управління програмами лояльності;
- планування, облік та контроль витрат, контроль персоналу, звітність;
- інтеграція із системами складського, бухгалтерського, управлінського обліку [47].

Тому розвиток ресторанного бізнесу неможливий без впровадження сучасних автоматизованих систем управління, що підвищують якість обслуговування клієнтів, контролюють діяльність підприємства в цілому, щодня аналізують дані. Найбільш широко в ресторанах використовують такі комплексні рішення, як Fidelio F&B, Micros, SERVIO, R-Keeper, B52®Restaurant, Sail-Restaurant, RestArt [49, 51].

Як усталений стандарт для маркування продуктів, QR-коди відносно повільно проникають у ресторанну індустрію. При цьому вони характеризуються дуже високою швидкістю обробки даних і здатністю зберігати великий обсяг цінної інформації. QR-код можна розміщувати на різних поверхнях, від упаковки продуктів і страв до рекламних банерів, швидко і легко зчитувати більшість сучасних мобільних пристроїв. Вони дозволяють одним дотиком донести клієнтам ключову інформацію про ресторан, включаючи години роботи, меню, історію ресторану тощо. За допомогою QR-коду компанія може інформувати клієнтів про події, новини, акції, а також активувати програми лояльності та організувати зворотний зв'язок [51].

Ще одним напрямом у взаємодії ресторану з клієнтами є інтерактивні технології, особливостями застосування яких є, перш за все, відсутність необхідності офіціанту приймати замовлення. Для цього на сенсорних панелях розміщується меню закладу з навігацією, що дозволяє не тільки отримати повну інформацію про страву, а й зробити уточнення щодо її приготування, які передаються на виробництво. В електронному меню також є сервіси соціальних мереж та ігор, кнопка виклику офіціанта, можливість оплати безконтактно. Узагальнюючи досвід змін в інноваційній діяльності ресторанів, можна відзначити наступні технологічні тенденції ресторанного бізнесу.

Використання технологій великих даних, Інтернет речей, доповненої реальності, чат-ботів та месенджерів, робототехніки, штучного інтелекту, мобільного додатку. Тому обґрунтованим буде використання та інвестування у наступні технології (рис. 3.3).

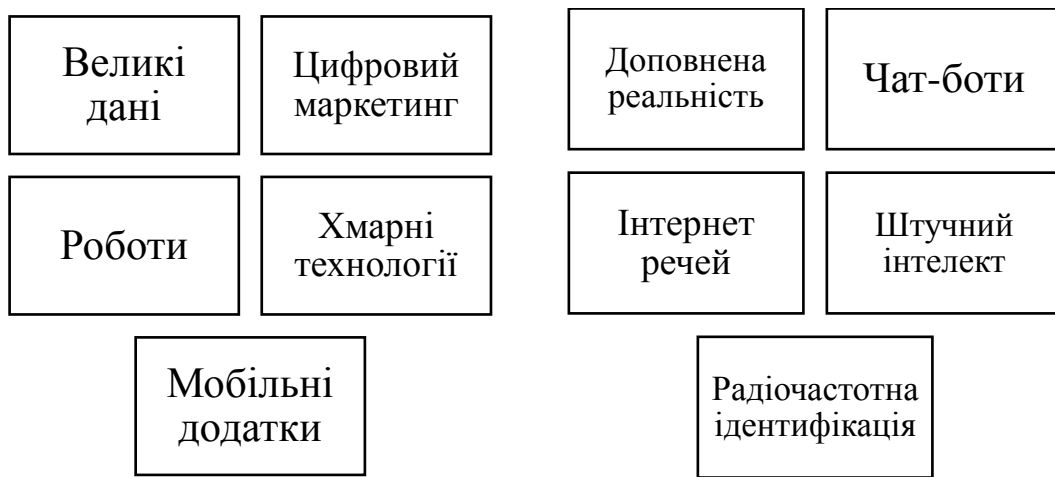


Рис. 3.3. Використання інноваційних цифрових технологій в готельно-ресторанному бізнесі [50, 49]

Одним з напрямів покращення інвестиційної привабливості ресторанного бізнесу є використання системи Big Data. Суть цього напрямку полягає у створенні єдиної автоматизованої системи даних, що дозволяє отримати інформацію про продажі, середній чек, динаміку товарообігу підприємства з будь-якого регіону. За допомогою запропонованої аналітики можна зрозуміти не тільки тенденції на ринку ресторанних послуг, але й визначити привабливість регіонів з точки зору відкриття ресторану. Аналітика визначає пріоритети цільових сегментів, їхні потреби та запити

Трендом цифрового маркетингу у сфері готельно-ресторанного бізнесу є розробка певних додатків для смартфонів. Мобільний ресторанний додаток – це ефективний інструмент, який може надати клієнтам простий доступ до найпопулярніших функцій, а саме: інформації про меню та склад продуктів; бронювання, замовлення; моніторинг та управління програмою лояльності; вибір способів оплати тощо. Розробка програми – відносно недорогий спосіб зосередити доступ до основних послуг ресторану в одному місці за допомогою адаптованого та зручного інтерфейсу [45, 46].

Привабливим інструментом ресторанного маркетингу є доповнена реальність (AR). За допомогою цієї технології відвідувачі можуть навести камеру смартфона на певну позначку та побачити 3D-модель будь-якої страви

в меню, що дозволяє детально її розглянути та зробити замовлення. Наприклад, Domino's New Pizza Chef використовував доповнену реальність, щоб надати клієнтам можливість створювати та переглядати піцу за допомогою мобільного додатку, що стало чудовим поштовхом для відвідування ресторану.

Таким чином, ресторани, кафе, бари та інші підприємства цієї сфери у боротьбі з наслідками війни змушені змінювати концепцію роботи з клієнтами. Для підтримки іміджу, утримання постійних клієнтів і загальної присутності в ресторанному бізнесі велика кількість компаній провели реінжиніринг основних бізнес-процесів з акцентом на формат адресної доставки. Найпопулярнішими додатками для доставки їжі у світі є Delivery.com, Glovo, Rocket [42, 43].

Одним із найдинамічніших каналів цифрового маркетингу є маркетинг у соціальних мережах, який радикально змінив здатність ресторанів спілкуватися зі своєю цільовою аудиторією. При цьому спілкування в цьому просторі має бути не спонтанним, а частиною єдиної стратегії репрезентації в соціальному середовищі зі своїми цілями, завданнями та очікуваним результатом. Важливим фактом є те, що гості, які знаходяться в соціальному інформаційному полі ресторану, охочіше бронюють столики або оформляють замовлення онлайн. При цьому Facebook, Instagram, Telegram і Twitter є ключовими мережами, де повинен бути представлений кожен ресторан, не беручи до уваги інші ресурси [37].

Багато ресторанних підприємств мають свої сторінки в різних соціальних мережах. Але зміст у них незмінний – фото їжі та акцій. Щоб конкурувати на ринку, установам потрібно стати медіа-компанією та створювати своє шоу; обов'язково розмістити модуль бронювання; робити відеоконтент у вигляді коротких скетчів; ділитися корисною інформацією тощо. Тепер користувачі можуть зв'язуватися з представниками безпосередньо через ботів Messenger, купувати товар (послугу) в один клік, призначати зустріч, бронювати номер у готелі чи замовляти їжу додому.

Використання ботів для бізнесу дає ряд переваг: швидке інформування користувачів в автоматичному режимі (акції, спеціальні пропозиції, доступність послуг); вільний доступ і швидке реагування на запити; можливість організації простої технічної підтримки та консультацій; пряме спілкування з потенційними клієнтами.

В роботі ми також розглянули функціонуючу кав'ярню з наступними фінансовими показниками та інвестиціями у використання цифрових можливостей соціальних мереж.

Прибуток до оподаткування: $420\,000 - 302\,000 = 118\,000$ грн.

Податок (розрахуємо 18% від різниці між доходами і витратами):

21 240 грн.

Чистий прибуток: $118\,000 - 21\,240 = 96\,760$ грн.

Рентабельність: $96\,760 / 420\,000 \times 100\% = 23,0\%$.

Щомісяця треба витратити на акції в мережі (знижка за репост), пошукову рекламу у Google, реєстрацію у таргетингову рекламу у соціальних мережах, акційні знижки та пропозиції близько 50 000 грн.

Фінансові результати від активного використання цифрових технологій просування послуг в соціальних мережах представлені у табл. 3.2

Таблиця 3.2

Фінансові результати від активного використання цифрових технологій просування послуг в соціальних мережах

Параметри	Показники
Перегляд сторінки кав'ярні (перехід з соціальної мережі)	4000
Конверсія клієнтів, %	1,5%
Середній чек	110 грн
Середня кількість людей в день	60
Середній товарообіг, на місяць	7260

ВИСНОВКИ

В роботі був обґрунтований метод оцінювання інвестиційного середовища та інвестиційної привабливості підприємств індустрії гостинності, спираючись на адаптований нами SPACE-аналіз. Адаптація здійснювалась з урахування досліджених методик оцінювання інвестиційної привабливості та аналізу готельно-ресторанної індустрії.

Динаміка індустрії гостинності розділяється на періоди до початку війни та після її початку. Незважаючи на значну зміну бізнес-середовища в Україні, готельно-ресторанна індустрія, як і інші галузі мали відновлюватися після шоку та зупинення/ призупинення діяльності. Тому оцінювання інвестиційного середовища та привабливості підприємств готельно-ресторанної індустрії є актуальним, оскільки відновлення інфраструктури в країні стосується і вкладень у дану індустрію, яка окремо представляє інтерес для інвесторів. Тому, перш за все, у роботі розглянули поняття «інвестиційне середовище», «інвестиційна привабливість» підприємств.

Далі розглянули методи оцінювання інвестиційного середовища та інвестиційної привабливості як важливої компоненти. Ґрунтовним є підхід Європейської бізнес асоціації. Дослідження Європейської бізнес-асоціації охоплюють широкий спектр тем, таких як право та регулювання, оподаткування, торгівля та мито, корупція та підзвітність, доступ до фінансування, охорона довкілля та сталість бізнесу. Дослідження, що відображає настрої бізнесу щодо поточного стану інвестклімату країни та прогнози на найближчі 6 місяців.

На сьогодні ринок готельно-ресторанної індустрії складає близько 8% ринку торговельної діяльності в Україні. Незважаючи на війну, вже на початку 2023 року близько 75 відсотків закладів повернулись до обслуговування. Найбільший приріст показника виручки спостерігається у закладах фастфудів та кав'ярень. На це є об'єктивні причини, оскільки це заклади, які здебільшого першими відновлювали свою роботу після початку

війни та користувались попитом за ціновим фактором. Якщо ж узяти до уваги рівень інфляції більше 26% в Україні за 2022 рік згідно з даними Національного банку України, то можна зробити висновки про реальне зниження обсягів реалізації у більшості закладів України. При цьому відбулось зростання середнього чеку для споживачів. Зокрема, пекарні та фастфуди збільшили свої чеки майже на 50%, що є відчутним для кишені споживача, бари та кав'ярні збільшили на 27% та 25%, 22% приросту зазнали чеки при оплаті в ресторанах.

Як до війни, так і після її початку, діяльність готелів та інших закладів була більш рентабельною, але відрізнилась у малого та середнього бізнесу. Найбільш прибутковими були середні підприємства з показником у 25,6% у 2021 році; зараз такий показник експертно визначається на рівні 15%. З ресторанами все виглядає по іншому, здебільшого вони демонстрували збитки останній рік перед війною. Тільки великі підприємства в 2021 році продемонстрували прибутковість на рівні 10,1% від основної діяльності.

Разом з тим, досить непогано виглядає інвестиційна привабливість готельного бізнесу, який не припиняє в Україні своє будівництво та розширення з дохідністю у 8-10%. За оцінками власників готельного бізнесу за останні 10 років цей бізнес подорожчав на 110% і на зараз є дійсно інвестиційно привабливим. Найкращі готельні комплекси за 12 років повністю змогли окупити вкладення та вже подвоїти вартість бізнесу. Найбільш цікавим щодо інвестування закладами готельного бізнесу є ті, що розміщуються у Львові, Буковелі, Одесі, Харкові. Південні та східні регіони України зараз переживають значні збитки.

Інвестиційно привабливими виглядають підприємства готельно-ресторанної індустрії, які в своїй діяльності використовують переваги цифрових технологій та рішень, що збільшує обсяг продажів, знижує витрати на певному етапі, підвищує рівень задоволення клієнтів обслуговуванням.

Далі розглянули Інвестиційний індекс та його динаміку в Україні; як бачимо він не перевищує позначку у 3,5 з 5-ти вже багато років. Індекс

інвестиційної привабливості розраховується як середнє арифметичне оцінок п'яти аспектів інвестиційного клімату. Респонденти відповідають на питання, обираючи одну із запропонованих відповідей, які піддаються аналізу, використовуючи п'ятибальну систему. Наприклад, оцінюється податкова система, судова, митна, очікування бізнесу щодо відновлення економіки (тільки 47% бізнесу мають позитивні прогнози).

Бізнес вбачає низку проблем, які потрібно подолати для покращення ситуації. В листопаді 2022 року було проведено дослідження Офісом з розвитку підприємництва. Моніторинг містив низку важливих питань щодо діагностики стану бізнесу під час війни. В опитуванні прийняло участь 504 власників та керівників підприємств малого та середнього бізнесу. Вони виокремили назку нагальних заходів щодо покращення інвестиційного середовища.

В 3-му розділі нами було запропоновано удосконалити методикку SPACE-аналізу для оцінювання інвестиційної привабливості підприємств індустрії гостинності як компоненти інвестиційного середовища. Показники були складені на підставі попередніх розглянутих методик оцінювання та відповідних показників – Європейської бізнес асоціації, Офісу розвитку підприємництва, а також фінансової стійкості. Для розрахунків було розглянуто роботу однієї з кав'ярень в м. Харкові.

В результаті розрахунків маємо вектор подальшого руху підприємства в умовах існуючого інвестиційного середовища – очікування на покращення інвестиційної привабливості. Загальною рекомендацією для індустрії є застосування цифрових технологій та рішень для обслуговування клієнтів. На прикладі цієї ж кав'ярні було доведено про економічну обґрунтованість у цифрові можливості соціальних мереж.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Августин, Р. Р., & Деміків, І. О. (2020). Управлінські інновації як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств. Ефективна економіка, 4. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.14>
2. Антонюк, К. (2022). Аналіз дефініції «форсайт інвестиційної привабливості туризму»: сутність та характеристика. Механізм регулювання економіки, 1- 2(95–96), 14–18. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.02>
3. Баженова, С., Пологовська, Ю., & Канцур, І. (2022). Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. Економіка та суспільство, 38. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22>
4. Балацька, Н. Ю. (2020). Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. Інфраструктура ринку, 42, 117–123. <http://dx.doi.org/10.32843/infrastruct42-20>
5. Басюк, Т. П. (2013). Інвестиційна привабливість підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки, 4(20), 12–18.
6. Бистряков, І. К., Клиновий, Д. В., & Коржунова, Н. В. (2022). Форсайт-підхід до організації та фінансування сталого господарювання. Економіка України, 4, 3–27. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.04.003>
7. Бовш, Л., Босовська, М., & Расулова, А. (2022). Стратегії діджитал-маркетингу в ресторан-ному бізнесі. ·Scientia·Fructuosa, 5(145), 74–92. [https://doi.org/10.31617/1.2022\(145\)05](https://doi.org/10.31617/1.2022(145)05)
8. Босовська, М., Бовш, Л., & Антонюк, І. (2021). Ресторанні тактики: антипандемічний кейс. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право, 2, 113–132. [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2021\(115\)08](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2021(115)08)
9. Бриль, К. Г. (2010). Визначення складових механізму підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості туристичних центрів. Інвестиції: практика та досвід, 24, 12–15.

10. Везомська, І., Бовш, Л., Приходько, К., & Баклан, Х. (2022). Кіберзахист готельних брендів. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації, 5(2), 190–210. <https://doi.org/10.31866/2616-7468.5.2.2022.270089>
11. Гринюк, Н. А., & Докієнко, Л. М. (2022). Фінансові індикатори забезпечення інвестиційної привабливості підприємства. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право, 3(116), 81-96. [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2022\(122\)06](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2022(122)06)
12. Державна служба статистики України. (б.д.). Статистична інформація. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
13. Державної інноваційної фінансово-кредитної установи. URL. <https://sfii.gov.ua/investment-projects/>
14. Європейська бізнес асоціація. URL. <https://eba.com.ua/research/doslidzhennya-ta-analytika/>
15. Квітка, С. А. (2016). Форсайт як технологія проектування майбутнього: новітні механізми взаємодії публічної влади, бізнесу та громадянського суспільства. Аспекти публічно-го управління, 8, 5–15. <https://doi.org/10.15421/151635>
16. Ковальов, Б. Л., Пімоненко, Т. В., & Лисенко, А. С. (2017). Перспективи розвитку готель-но-ресторанного бізнесу: досвід України та Європейського Союзу. Механізм регулювання економіки, 4, 92–102. <http://surl.li/fbqey>
17. Ковтуненко, Ю. В., Пальжок, Н. І., Тарутіна, П. О., & Бабиніна, М. Ф. (2022). Вплив Covid-19 на економічне середовище готельно-ресторанного бізнесу. Економічний форум, 1, 120–126.
18. Кривко, А. Ф. (2020). Інвестиційна привабливість готельного господарства України. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 3(114), 1, 101–106. <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-3-18>
19. Кривцова, М. С. (2020). Використання форсайт-технології у стратегічному прогнозуванні розвитку людського потенціалу регіону.

Вісник соціально-економічних досліджень, 2(73), 47–60.
[https://doi.org/10.33987/vsed.2\(73\)](https://doi.org/10.33987/vsed.2(73))

20. Левицька, І. В., & Постова, В. В. (2017). Стратегічне управління розвитком підприємств рес-торанного бізнесу. Молодий вчений, 2(42), 271–275. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/2/65.pdf>

21. Мазаракі, А., Бойко, М., & Охріменко, А. (2018). Форсайт розвитку національної туристичної системи. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету, 3(119), 5–22. <http://journals.knute.edu.ua/scientia-fructuosa/article/view/680>

22. Манько, С. (2022, 28 грудня). Як виживали ресторани, бари та кав'ярні у 2022 році. URL: Delo.ua.<https://delo.ua/business/yak-vizivali-restorani-bari-ta-kavyarni-u-2022-roci-408841/>

23. Муха, Р. А. (2021). Дослідження стану готельно-ресторанної індустрії України та вплив пандемії COVID-19 на неї. Ефективна економіка, 7. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.7.90>

24. Національний банк України. (б.д.). Економічні та фінансові показники України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sdds>

25. Нікольчук, Ю. М. (2020). Готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, фінансове забезпечення, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку в Україні. Бізнес-інформ, 5, 218–226. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-218-226>

26. Погребняк, Л., Дудяк, Р., & Бугіль, С. (2020). Вплив пандемії COVID-19 на стан туристично-го та рекреаційного бізнесу в Україні. Аграрна економіка, 13(3–4), 62–67. <https://doi.org/10.31734/agrarecon2020.03-04.062>

27. Прасад, А. (2022, 6 вересня). В Україні з початку війни закрилося близько 7000 ресторанів та кафе-асоціація. Forbes. URL <http://surl.li/fbtxs>

28. Проданова, Л. В. (2021). Технології форсайту в сучасних економічних дослідженнях. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, 60, 93–107. <https://doi.org/10.24025/2306-4420.1.60.2021.228575>

29. Силівейстр, В. (2021, 28 червня). ТОП-13 трендів у ресторанному бізнесі у 2022 році. Poster. <https://joinposter.com/ua/post/restoranni-trendy>
30. Скрипниченко, М. І. (Ред.). (2021). Інституційно-організаційні основи проведення форсайт-дослідження «Економіка України-2050». Інститут еконо-міки та прогнозування НАН України. URL: http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2022/04/Forsite_Ukraine_2050-3.pdf
31. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування в листопаді 2022 року. URL. <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna-v-listopadi-2022-roku>
32. Тартачний, О. (2022, 22 жовтня). Виторг українських кафе та ресторанів від початку війни зріс на 25%. URL: <https://speka.media/vitorg-restoraniv-z-pocatku-viini-zris-na-25-9g1149>
33. Тренди ресторанного бізнесу в реаліях України: погляд Всеволода Поліщука. (2023, 31 січня). Ресторатор. <https://www.restorator.ua/post/trends>
34. У якій ситуації опинився готельний бізнес під час війни. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/28/691984/>
35. Чигрин, А. (2021, 29 грудня). Зради та перемоги українського ресторанного бізнесу у 2021 році. Bit.ua. URL: <https://bit.ua/2021/12/restoranu-2021/>
36. Almquist, W., Fuller, D., Gunday, G., Henry, J., & Wells, G.(2023, January 12). Cooking up extraordinary growth for restaurants during a downturn. McKinsey & Company. <http://surl.li/fbrdv> Castillo-Camarena, N., & López-Ortega, E. (2021). Technological foresight as support for the planning of research and development centers: the case of EI-UNAM. *Foresight*, 23(4), 457–476.
37. Balatska, N. Yu. (2020). Restaurant business in the condition of the coronavirus pandemic: problems and directions of transformation of development models]. *Market Infrastructure*, 42, 117–122. <https://doi.org/10.32843/infrastructure42-20>

38. Conway, M. (2015). *Foresight: an introduction*. Thinking Futures.
- Gokhberg, L. (2013). Indicators for science, technology and innovation on the crossroad to foresight. In D. Meissner, L. Gokhberg, & A. Sokolov (Eds.), *Science, technology and innovation policy for the future –potentials and limits of foresight studies* (pp. 257–288). Springer.
39. Doing Business. 2020. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/75ea67f9-4bcb-5766-ada6-6963a992d64c/content>
40. Gozali, G. (2022). Planning of gastronomic tourism destinations in Balikpapan city. *E-Journal of Tourism*, 9(2), 210–217. URL: <https://doi.org/10.24922/eot.v9i2.88944>
41. Hrosul, V. A., & Balatska, N. Yu. (2020). Digital marketing as an effective tool of anti-crisis development of the restaurant business enterprise during the pandemic and its recession. *Entrepreneurship and Innovation*, 11, 2, 7–12. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.20>
42. Makian, S., & Nematpour, M. (2022). 7 Foresight thinking and organizational learning: Scenario planning as a DMO crisis management tool. In Z. Ghaderi & A. Paraskevas (Eds.), *Organizational Learning in Tourism and Hospitality Crisis Management* (pp. 107–118). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110679120-007>
43. Marshall, H., Wilkins, K., & Bennett, L. (2023). Story thinking for technology foresight. *Futures*, 146, Article 103098. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2023.103098>
44. Martin, B. (1993). *Research Foresight and the exploitation of science base*. HSMO.
45. McCardle, M., White, J. C., & Calantone, R. (2018). Market Foresight and New Product Outcomes. In *Innovation and Strategy (Review of Marketing Research*, Vol. 15, pp. 169–203). Emerald. <https://doi.org/10.1108/S1548-643520180000015009>

46. Morokhovych V., Morokhovych B. (2023). Актуальні проблеми розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. Том 6. № 1. С. 27-36.
47. Piatnytska, H. T., Hryhorenko, O. M., & Naidiuk, V. S. (2017). Innovations in development of restaurant enterprises: international trends and Ukrainian realities in conditions of market threats domination. *Entrepreneurship and Trade*, 21, 119–128
48. Povorozniuk, I. M. (2021). Innovative technologies in restaurant business. *Economy and Society*, 30. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-17>
49. Prysakar, I. (2015). Management of restaurant industry enterprises: automation of business activity. *Herald of Kyiv National University of Trade and Economics*, 3(101), 1, 60–78
50. State Finance Institution for Innovations. (2020, September 17). Technologies and innovations that are changing the restaurant business. <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjujut-restorannij-biznes/>
51. Tomalia, T. S. (2016). Innovation in institutions of restaurant industry. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 5(1), 185–188.
52. Tyshchenko, S. V. (2021). Digital technologies in the hospitality industry. *Taurida Scientific Herald. Series: Economics*, 7, 131–139. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.16>
53. Zavadynska, O. (2018). Innovative technology management in the restaurant business. *Restaurant and Hotel Consulting. Innovations*, 2, 93–102. <https://doi.org/10.31866/2616-7468.2.2018.157176>