

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ М. ВІННИЦІ»**

(за матеріалами «Фізична особа-підприємець Педорченко Ольга Сергіївна,
готельно-ресторанний комплекс «Drive Club», м. Вінниця»)

Здобувача вищої освіти
3 курсу, групи ГРС-31зс,
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-
ресторанна справа»

Анастасії
СЕРГІЙЧУК

Науковий керівник
кандидат економічних наук

Валентина
ПОСТОВА

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук

Ірина
МАЗУРКЕВИЧ

Вінниця 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	6
1.1. Сутність та особливості інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу	6
1.2. Фактори, що впливають на формування інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу	11
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ М. ВІННИЦІ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «DRIVE CLUB»	18
2.1. Організаційно-економічна характеристика готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»	18
2.2. Оцінка ресурсного забезпечення готельно-ресторанного комплексу для реалізації інвестиційної політики	28
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «DRIVE CLUB»	35
3.1. Визначення стратегічних напрямків розвитку готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»	35
3.2. Розробка інвестиційного проєкту розвитку досліджуваного закладу та оцінка його ефективності	40
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	51
ДОДАТКИ	56

ВСТУП

Актуальність теми. Готельно-ресторанний бізнес в Україні стикається з низкою викликів, які гальмують його стрімкий розвиток. Серед них особливо гостро стоїть питання нестачі інвестицій, які б стимулювали модернізацію та розширення галузі. Відсутність інноваційних підходів до формування та вдосконалення пакетів послуг робить їх менш конкурентоспроможними.

Інвестиції в готельно-ресторанний бізнес є ключовим фактором його стійкого розвитку та здатності задовольнити зростаючі потреби сучасних споживачів. Для залучення інвестицій готельні та ресторани комплекси повинні підвищувати свою інвестиційну привабливість шляхом впровадження інноваційних технологій, розширення спектру послуг, що відповідають світовим стандартам, та створення сприятливого інвестиційного клімату.

Тому для розвитку готельно-ресторанного бізнесу необхідні значні інвестиції. Ефективна інвестиційна політика може допомогти підприємствам готельно-ресторанного бізнесу залучити необхідні інвестиції та розвинути свій бізнес. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу може призвести до створення нових робочих місць та сприяти розвитку економіки міста. Тому ефективна інвестиційна політика може допомогти підприємствам готельно-ресторанного бізнесу стати більш конкурентоспроможними та запропонувати своїм клієнтам більш якісні послуги.

Тема інвестиційної діяльності та формування інвестиційних ресурсів, інвестиційної привабливості, інвестиційної політики, інвестиційного потенціалу підприємств, а також реалізації інвестиційних проєктів широко досліджується вітчизняними та зарубіжними науковцями. Серед авторів, які зробили значний внесок у цю сферу, можна виділити Бланка І.О., Андраша О.А., Задорожну Я.С., Буткевича С.А., Ковальова В.В., Будникову Ю.В., Майорову Т.В., Щибора К.В.

Однак, незважаючи на значні дослідження в цій сфері, питання інвестиційної привабливості закладів готельно-ресторанного бізнесу

залишається недостатньо вивченим, що потребує більш глибокого дослідження. Тому дослідження інвестиційної політики та інвестиційної привабливості готельних та ресторанних комплексів є актуальним завданням, яке може сприяти розвитку цієї галузі та залученню інвестицій.

Мета даної кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні перспектив розвитку інвестиційної політики на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу м. Вінниці та розробка рекомендації щодо її вдосконалення.

Завдання кваліфікаційної роботи полягають у наступному:

- визначення сутності та особливостей інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу;
- пошук факторів, що впливають на формування інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу;
- аналіз та проведення організаційно-економічної характеристики готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»;
- проведення оцінки ресурсного забезпечення готельно-ресторанного комплексу для реалізації інвестиційної політики;
- визначення стратегічних напрямків розвитку готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»;
- розробка інвестиційного проєкту розвитку досліджуваного закладу та оцінка його ефективності.

Об'єктом дослідження є процес розвитку інвестиційної політики на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу міста Вінниці.

Предметом дослідження є теоретико-методичні положення та прикладні аспекти, пов'язані з перспективами розвитку інвестиційної політики на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу міста Вінниці.

Методи дослідження, які використовувалися: аналіз, опитування, анкетування, планування, порівняння, графічний метод, бенчмаркінг, SWOT-аналіз, прогнозування.

Інформаційна база дослідження: наукова та навчальна література з питань інвестиційної діяльності та інвестиційної політики; нормативно-правові акти, що

регулюють інвестиційну діяльність в Україні; статистичні дані про інвестиційну діяльність на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу; результати опитування, анкетування, соціальні мережі, сайт готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» у місті Вінниця.

Практична цінність. Кваліфікаційна робота надає цінні знання та практичні рекомендації для підприємств готельно-ресторанного бізнесу, які прагнуть оптимізувати свою інвестиційну політику та досягти сталого розвитку. Результати дослідження можуть бути застосовані до інших підприємств сфери гостинності, що сприятиме загальному розвитку та конкурентоспроможності галузі. Дослідження доповнює знання щодо інвестиційної політики в сфері послуг, сприяючи подальшим науковим дослідженням та практичному застосуванню.

Апробація кваліфікаційної роботи. За результатами дослідження було опубліковано статтю на тему: «Сучасний стан інвестиційної політики на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу» у збірнику матеріалів XIII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України» (18.04.2024 р., м. Вінниця).

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг – 55 сторінки, в тому числі основного тексту – 40 сторінок, містить 21 таблицю та 9 рисунків, 10 додатків, які містять 16 рисунків, 5 таблиць.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Сутність та особливості інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Для відкриття та ведення успішного готелю чи ресторану необхідні значні початкові інвестиції. Тому інвестиції являють собою вкладення коштів із метою отримання прибутку або іншого вигідного результату (Додаток А). Вони ж можуть бути короткостроковими, середньостроковими або ж довгостроковими.

Інвестиції в готельно-ресторанний бізнес, в свою чергу, – це вкладення значних коштів у будівництво, реконструкцію, обладнання, ремонт, а також і інші активи готелів, ресторанів, кафе, барів та інших закладів харчування. Цей бізнес є одним із найважливіших секторів економіки, який стимулює розвиток туризму, створює робочі місця, а також генерує значні доходи [11]. Тому рівень рентабельності інвестицій в галузі готельно-ресторанного бізнесу може бути вищим, ніж у багатьох інших галузях економіки і при ретельному плануванні та управлінні інвестиціями можна отримати значний прибуток і зробити свій внесок у розвиток економіки та культури країни. Класифікація інвестицій наведена в Додатку Б.

Інвестиційна політика підприємства готельно-ресторанного бізнесу – це система цілей, принципів та заходів, спрямованих на формування та реалізацію інвестиційних рішень, що забезпечують його стійкий розвиток та підвищення інвестиційної привабливості [16].

У табл. 1.1 представлені визначення інвестиційної політики, які дані шістьма авторами. Аналіз цих визначень допоможе нам краще зрозуміти сутність

інвестиційної політики та її значення для підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Таблиця 1.1 – Визначення поняття «інвестиційна політика» різними авторами та науковцями

Автор	Визначення інвестиційної політики
Білик В.В.	Інвестиційна політика підприємства – це система цілей, принципів, а також заходів, які спрямовані на формування та реалізацію інвестиційної стратегії, що забезпечуватиме максимізацію цінності підприємств готельно-ресторанного бізнесу для його власників [10]
Вахович І.М.	Інвестиційна політика підприємства – це система цілей, принципів та методів формування, а також і реалізації інвестиційних рішень, які спрямовані на досягнення стратегічних цілей підприємств готельно-ресторанного бізнесу [14]
Басюк Т.П.	Інвестиційна політика підприємства – це сукупність цілей, принципів та методів формування, а також і реалізації інвестиційних рішень, що забезпечують максимізацію цінності підприємств готельно-ресторанного бізнесу для його власників [9]
Власюк О.А.	Інвестиційна політика підприємства – це система цілей, принципів, а також і заходів, спрямованих на формування та реалізацію інвестиційної стратегії, які забезпечують максимізацію добробуту власників [17]
Причепя І.В.	Інвестиційна політика підприємства – це система цілей, принципів та методів формування, а також реалізації інвестиційних рішень, спрямованих на досягнення стратегічних цілей підприємств готельно-ресторанного бізнесу та максимізацію його ринкової вартості [27]

Отже, всі наведені вище автори визначають інвестиційну політику як систему цілей, принципів та методів або заходів. Цілі інвестиційної політики різняться: максимізація цінності підприємств (Білик В.В., Басюк Т.П.); досягнення стратегічних цілей (Вахович І.М., Причепя І.В.); максимізація добробуту власників (Власюк О.А.); принципи інвестиційної політики не розкриваються більшістю авторів; методи інвестиційної політики згадуються лише деякими авторами (Вахович І.М., Причепя І.В.). Деякі автори роблять акцент на специфіці готельно-ресторанного бізнесу (Білик В.В., Причепя І.В.).

Можна з цього зробити висновок, що не існує єдиного, загальноприйнятого визначення інвестиційної політики. Різні автори роблять акцент на різних аспектах інвестиційної політики, але важливо, щоб інвестиційна політика підприємства була чітко визначена та відповідала його цілям та стратегії.

Основними цілями інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу є:

1. Оновлення та модернізація основних фондів – це може включати в себе реконструкцію готельних номерів, ресторанів, кухні, закупку нового обладнання, впровадження нових технологій тощо.

2. Розширення спектру послуг – це може включати в себе відкриття нових ресторанів, барів, СПА-центрів, тренажерних залів, конференц-залів тощо.

3. Збільшення ринкової частки – це може включати в себе активну маркетингову політику, участь у виставках та ярмарках, розробку нових пакетів послуг тощо.

4. Підвищення конкурентоспроможності – це може включати в себе вдосконалення якості обслуговування, зниження витрат, підвищення кваліфікації персоналу тощо.

5. Збільшення прибутку – це може бути досягнуто за рахунок реалізації вищезазначених цілей [31].

Принципи інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу наведені на рис. 1.1.

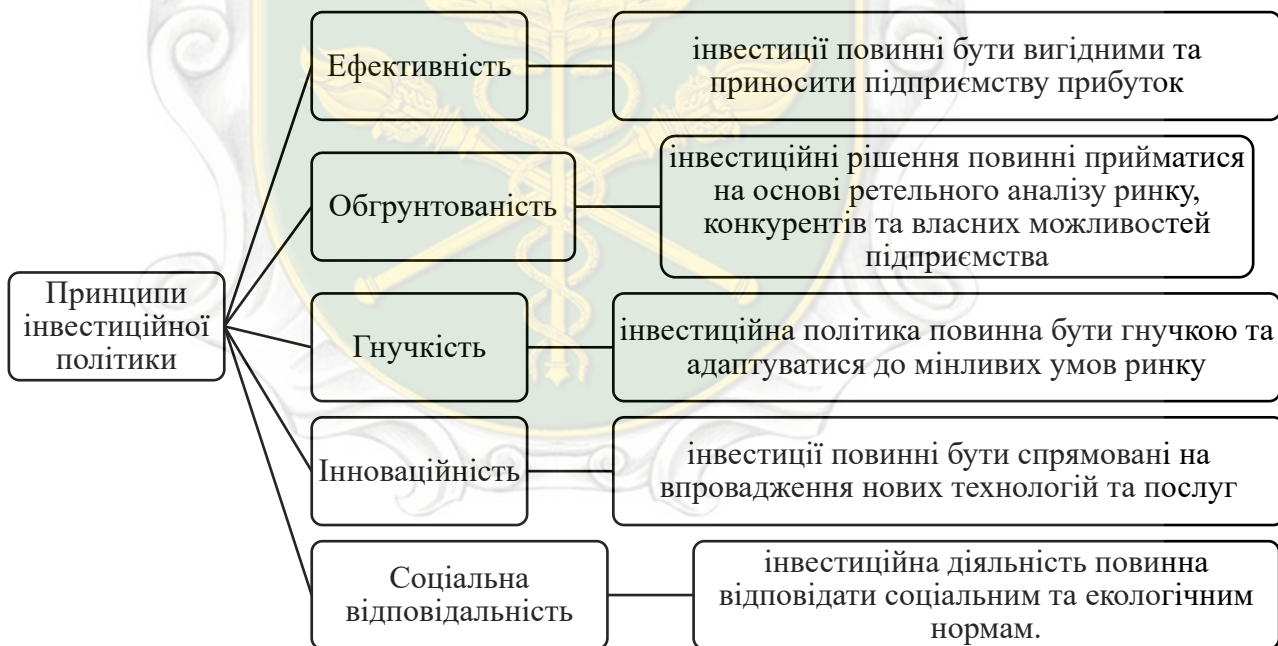


Рисунок 1.1 – Принципи інвестиційної політики [22]

Загалом, на рис. 1.1 описано п'ять ключових принципів, які повинні бути основою інвестиційної політики будь-якого підприємства готельно-ресторанного бізнесу. Ці принципи є взаємопов'язаними та доповнюють один одного. Дотримання їх допоможе підприємству готельно-ресторанного бізнесу приймати обґрунтовані та ефективні інвестиційні рішення, які сприятимуть його стійкому розвитку та успіху на ринку.

Тлумачення поняття «інвестиційна привабливість підприємства» в економічній літературі наведені в Додатку В.

Заходи інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу можуть включати:

- інвестування в основні фонди – це може включати в себе будівництво нових готелів, ресторанів, реконструкцію існуючих приміщень, закупівлю нового обладнання тощо;
- інвестування в нематеріальні активи – це може включати в себе розробку нових брендів, маркетингові дослідження, навчання персоналу тощо;
- інвестування в портфельні інвестиції – це може включати в себе придбання акцій інших підприємств готельно-ресторанного бізнесу, участь у спільних проєктах тощо [19].

Отже, інвестиційна політика підприємства готельно-ресторанного бізнесу – це важливий інструмент, який може допомогти даному підприємству досягти своїх цілей, підвищити свою конкурентоспроможність та отримати стійкий прибуток [25].

Інвестиційна політика підприємств готельно-ресторанного бізнесу має ряд особливостей, які обумовлені специфікою даної галузі. До основних особливостей належать:

1. Висока капіталомісткість. Готельно-ресторанний бізнес потребує значних інвестицій у будівництво або реконструкцію приміщень, придбання обладнання, меблів, інвентарю тощо. Це робить дану галузь досить ризикованою для інвестування.

2. Тривалий термін окупності інвестицій. Інвестиції в готельно-ресторанний бізнес, як правило, окуповуються протягом тривалого часу. Це пов'язано з високою капіталомісткістю галузі та порівняно низьким рівнем рентабельності.

3. Високий рівень конкуренції. Готельно-ресторанний бізнес є висококонкурентним, що робить його чутливим до змін кон'юнктури ринку та вимагає від підприємств постійного вдосконалення своїх послуг та продуктів.

4. Сезонність. Попит на готельно-ресторанні послуги має сезонний характер, що може призводити до нерівномірного завантаження підприємств та зниження їх прибутковості.

5. Вплив факторів зовнішнього середовища. Готельно-ресторанний бізнес значною мірою залежить від факторів зовнішнього середовища, таких як політична та економічна ситуація в країні, зміни курсу валют, ціни на продукти харчування тощо [29].

Враховуючи ці особливості, інвестиційна політика підприємств готельно-ресторанного бізнесу повинна бути спрямована на:

1) зниження інвестиційних ризиків, а це може бути досягнуто шляхом диверсифікації інвестицій, використання методів страхування ризиків, ретельного аналізу інвестиційних проєктів перед їх реалізацією;

2) підвищення ефективності використання інвестицій, а для цього підприємствам готельно-ресторанного бізнесу необхідно впроваджувати сучасні методи управління, використовувати новітні технології, а також оптимізувати витрати;

3) збільшення конкурентоспроможності, а це може бути досягнуто шляхом покращення якості послуг та продуктів, розширення асортименту готельно-ресторанних послуг, а також впровадження нових маркетингових стратегій;

4) нейтралізацію впливу сезонності, а для цього підприємствам готельно-ресторанного бізнесу необхідно розробляти спеціальні пропозиції для своїх відвідувачів у низький сезон, диверсифікувати свою діяльність, пропонуючи додаткові послуги (наприклад, проведення конференцій, банкетів тощо);

5) адаптацію до змін факторів зовнішнього середовища, а для цього підприємствам готельно-ресторанного бізнесу необхідно постійно моніторити зміни на ринку даних послуг, бути готовими до швидкого реагування на нові виклики та можливості [26].

Важливо зазначити, що інвестиційна політика кожного підприємства готельно-ресторанного бізнесу має бути розроблена з урахуванням його індивідуальних особливостей та цілей. Можливості для інвестування у готельно-ресторанний бізнес наведено на табл. Г.1 Додатку Г.

Крім вищезазначеного, до особливостей інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні також можна віднести:

- нестабільність політичної та економічної ситуації, а це робить інвестування в дану галузь більш ризикованим;
- високий рівень бюрократизації, а це ускладнює процес отримання дозволів та ліцензій на ведення готельно-ресторанного бізнесу;
- недостатній розвиток інфраструктури, а це обмежує можливості розвитку готельно-ресторанного бізнесу в деяких регіонах країни [23].

Проте, незважаючи на ці особливості та складну ситуацію в країні, викликану війною, готельно-ресторанний бізнес в Україні залишається перспективною галуззю для інвестування.

1.2. Фактори, що впливають на формування інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу

На формування інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу впливає ряд факторів, які можна умовно поділити на дві групи: внутрішні та зовнішні. Хоча війна негативно вплинула на індустрію гостинності, існують чинники, які свідчать про те, що готельно-ресторанний бізнес в Україні може відновитися та процвітати.

Фактори впливу на інвестиційну привабливість наведені в табл. Г.2, Додатку Г. Розглянемо як фактори внутрішнього та зовнішнього середовища впливають на інвестиційну політику закладів готельно-ресторанного господарства (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Вплив факторів на інвестиційну політику закладів готельно-ресторанного господарства [13]

Група факторів	Конкретні фактори	Вплив на інвестиційну політику
Внутрішні фактори	- місія та стратегія розвитку підприємства; - фінансовий стан підприємства; - маркетингова стратегія; - рівень конкурентоспроможності; - кваліфікація персоналу; - наявність та стан матеріально-технічної бази	Визначають пріоритетні напрямки інвестування, обсяги та джерела інвестування.
Зовнішні фактори	- економічна ситуація в країні; - політична ситуація в країні; - рівень розвитку інфраструктури; - кон'юнктура ринку готельних та ресторанних послуг; - демографічні фактори; - соціально-культурні фактори; - науково-технічний прогрес	Створюють сприятливі або несприятливі умови для інвестування.
Галузеві фактори	- рівень конкуренції в галузі; - сезонність попиту на готельні та ресторанні послуги; - державна регулювання галузі; - ціни на фактори виробництва; - нові технології та методи роботи	Змушують підприємства адаптувати свою інвестиційну політику до мінливих умов галузевого середовища.

Важливо зазначити, що всі ці фактори взаємопов'язані та впливають один на одного. Тому при формуванні інвестиційної політики підприємства готельно-ресторанного бізнесу необхідно враховувати всі ці фактори в комплексі.

Далі детально проаналізуємо дані фактори:

1. Внутрішні фактори:

- цілі та стратегія розвитку підприємства: інвестиційна політика повинна бути підпорядкована загальним цілям та стратегії розвитку підприємства;

- фінансовий стан підприємства: наявність власних коштів, можливість залучення кредитних ресурсів та інших інвестицій значно впливають на обсяги та напрямки інвестування;

- інфраструктура та матеріально-технічна база підприємства: стан приміщень, обладнання, меблів тощо впливають на потребу в інвестиціях;

- рівень кадрового забезпечення: кваліфікація та досвід персоналу впливають на ефективність використання інвестицій;

- інноваційна діяльність підприємства: впровадження нових технологій та продуктів потребує додаткових інвестицій;

- імідж та репутація підприємства: позитивний імідж та репутація підприємства полегшують залучення інвестицій [21].

2. Зовнішні фактори:

- економічна ситуація в країні: стабільність економіки, рівень інфляції, темпи зростання ВВП тощо впливають на інвестиційний клімат загалом і на інвестиційну політику підприємств готельно-ресторанного бізнесу зокрема;

- політична ситуація в країні: політична стабільність, рівень бюрократизації, законодавство, що регулює готельно-ресторанний бізнес, впливають на ризики інвестування;

- конкурентне середовище: рівень конкуренції на ринку готельно-ресторанних послуг впливає на потребу в інвестиціях, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства;

- попит на готельно-ресторанні послуги: зміна попиту на готельно-ресторанні послуги за кількістю та структурою (діловий туризм, відпочинок, харчування тощо) впливає на інвестиційні пріоритети підприємств;

- соціально-культурні фактори: мода, смаки та вподобання споживачів впливають на попит на готельно-ресторанні послуги та, відповідно, на інвестиційну політику підприємств;

- науково-технічний прогрес: впровадження нових технологій в готельно-ресторанному бізнесі (наприклад, онлайн-бронювання, мобільні додатки тощо) потребує інвестицій;

- глобалізація: зростання конкуренції з боку іноземних підприємств стимулює вітчизняні підприємства готельно-ресторанного бізнесу до збільшення інвестицій [32].

Важливо зазначити, що всі ці фактори взаємопов'язані та впливають один на одного. Тому при формуванні інвестиційної політики підприємства готельно-ресторанного бізнесу необхідно враховувати як внутрішні, так і зовнішні фактори.

Окрім вищезазначених факторів, на формування інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні також можуть впливати:

1. Недостатній розвиток інфраструктури, а це обмежує можливості розвитку готельно-ресторанного бізнесу в деяких регіонах країни.
2. Високий рівень корупції, а це робить ведення бізнесу в Україні більш ризикованим.
3. Складність доступу до кредитних ресурсів, а це ускладнює фінансування інвестиційних проектів [28].

Характеристика факторів, що впливають на інвестиційну привабливість підприємств готельно-ресторанного бізнесу наведені в Додатку Д.

Незважаючи на ці фактори, готельно-ресторанний бізнес в Україні залишається перспективною галуззю для інвестування. Крім вищезазначених факторів, на формування інвестиційної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу можуть впливати й інші фактори, такі як:

- особисті якості та ділові характеристики керівництва підприємства;
- корпоративна культура підприємства;
- ризикова орієнтація підприємства;
- доступ до інформації та знань [12].

Також варто зазначити, що інвестиційна політика підприємства готельно-ресторанного бізнесу повинна розроблятися з урахуванням наступних факторів:

1. Стан ринку – необхідно враховувати попит на готельні та ресторанный послуги, конкурентну ситуацію, цінові фактори тощо.

2. Можливості підприємства – необхідно враховувати наявні ресурси підприємства, його фінансовий стан, кадровий потенціал тощо.

3. Цілі розвитку підприємства – інвестиційна політика повинна бути підпорядкована загальним цілям розвитку підприємства.

4. Державна політика – необхідно враховувати державні програми підтримки розвитку готельно-ресторанного бізнесу, податкове законодавство тощо [33].

Тому при розробці інвестиційної політики важливо провести всебічний аналіз всіх факторів, які можуть вплинути на її реалізацію.

Потенціал розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні наведений на табл. 1.3 [24].

Таблиця 1.3 – Потенціал розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні

Фактор	Вплив на готельно-ресторанний бізнес	Позитивний/негативний вплив	Коментар
Зростання попиту на внутрішній туризм	Збільшення заповнюваності готелів та ресторанів у регіонах, не постраждалих від війни	Позитивний	Цей фактор може частково компенсувати втрати, пов'язані зі зменшенням потоку іноземних туристів.
Відновлення економіки	Зростання добробуту населення та попиту на якісні готельно-ресторанні послуги	Позитивний	Покращення економічної ситуації в країні може призвести до збільшення попиту на послуги готелів та ресторанів.
Підтримка з боку держави	Податкові пільги, кредити та інші стимули для розвитку готельно-ресторанного сектору	Позитивний	Державна підтримка може стимулювати інвестиції в готельно-ресторанний бізнес та сприяти його розвитку.
Патріотизм та єднання	Зростання попиту на послуги українських готелів та ресторанів	Позитивний	Бажання українців підтримувати вітчизняний бізнес може призвести до збільшення попиту на послуги українських готелів та ресторанів.

Загалом, всі перелічені фактори мають позитивний вплив на потенціал розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Важливо зазначити, що: вплив цих факторів буде залежати від тривалості війни та її наслідків; для реалізації цього потенціалу необхідні інвестиції; інвестори повинні ретельно аналізувати ризики перед тим, як приймати рішення про інвестування.

Незважаючи на виклики, пов'язані з війною, готельно-ресторанний бізнес в Україні має значний потенціал для розвитку. Інвестори, які готові йти на ризик, можуть отримати значні вигоди від вкладення коштів у цю галузь.

Отже, готельно-ресторанний бізнес матиме такі інвестиційні можливості:

- розвиток готельного та ресторанного бізнесу в регіонах, які не постраждали від війни;
- запропонувати нові послуги та пакети для туристів, які подорожують Україною;
- інвестувати в модернізацію та оновлення існуючої інфраструктури;
- розширення мережі готелів та ресторанів [23].

Ризики при цьому є в наступному:

- тривалість війни та її наслідки;
- нестабільність політичної та економічної ситуації;
- зміна попиту на туристичні послуги [28].

Отже, закладам варто провести ретельний аналіз ринку перед інвестуванням, розробити план розвитку, який буде враховувати можливі виклики, диверсифікувати інвестиції, а також співпрацювати з урядом та іншими партнерами.

Хоча війна негативно вплинула на цю галузь, існує ряд факторів, які можуть сприяти її відновленню та розвитку в майбутньому:

1. Післявоєнне відновлення. Після закінчення війни очікується значне зростання попиту на готельно-ресторанні послуги, пов'язане з відновленням інфраструктури, приїздом іноземних фахівців та туристів, які захочуть побачити нову Україну.

2. Підтримка з боку держави. Уряд України планує вжити низку заходів для підтримки малого та середнього бізнесу, включаючи готельно-ресторанний

сектор. Це може включати податкові пільги, кредити, гранти та інші форми допомоги.

3. Зростання патріотизму. Українці все більше прагнуть підтримувати вітчизняний бізнес, що може призвести до збільшення попиту на українські готелі та ресторани.

4. Зниження ціни на активи. Внаслідок війни ціни на активи в Україні значно знизилися, що робить інвестування в готельно-ресторанний бізнес більш доступним [30].

Отже, незважаючи на виклики, пов'язані з війною, готельно-ресторанний бізнес в Україні має значний потенціал для розвитку. Інвестори, які готові йти на ризик, можуть отримати значні вигоди від вкладення коштів у цю галузь. Звичайно, інвестування в будь-яку галузь в Україні зараз пов'язане з певними ризиками. Важливо ретельно оцінити ці ризики та розробити чітку інвестиційну стратегію, яка буде враховувати поточну ситуацію та перспективи розвитку країни. Важливо також зазначити, що успіх інвестицій в готельно-ресторанний бізнес в Україні багато в чому буде залежати від професіоналізму та досвіду команди менеджменту. Інвестори, які мають досвід роботи в цій галузі та готові докласти зусиль для розвитку свого бізнесу, мають шанси отримати значну вигоду від інвестування в готельно-ресторанний сектор України. Впевненість у майбутньому України та патріотизм українців дають підстави вважати, що готельно-ресторанний бізнес може стати одним із рушіїв повоєнного відновлення та розвитку країни.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ М. ВІННИЦІ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «DRIVE CLUB»

2.1. Організаційно-економічна характеристика готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

«Drive Club» – це заклад з багатою історією, який розпочинав свою діяльність 17 років тому як затишне кафе. З часом кафе трансформувалося у повноцінний готельно-ресторанний комплекс, пропонуючи своїм гостям широкий спектр послуг. Розташований у Вінниці за адресою вул. Сергія Зулінського, 42-а (рис. 2.1), «Drive Club» пропонує своїм гостям затишні номери та смачні страви [40].

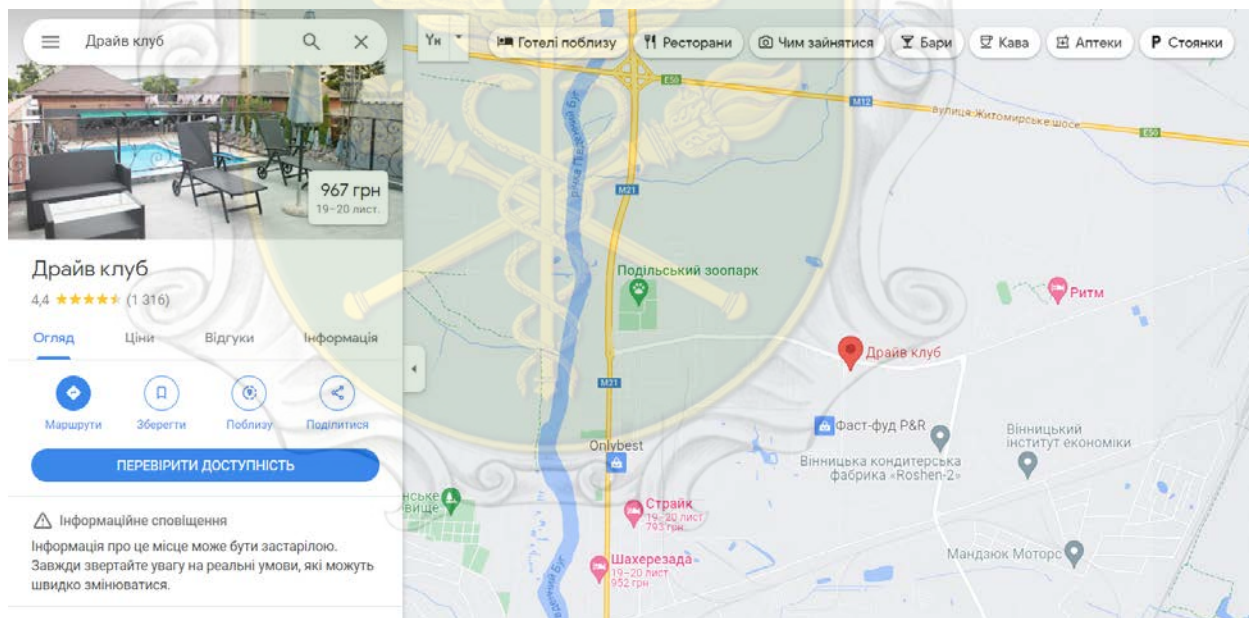


Рисунок 2.1 – Місцезнаходження готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» на мапі міста Вінниці

Детальну інформацію про контактні дані цього закладу можна знайти на рис. 2.2.

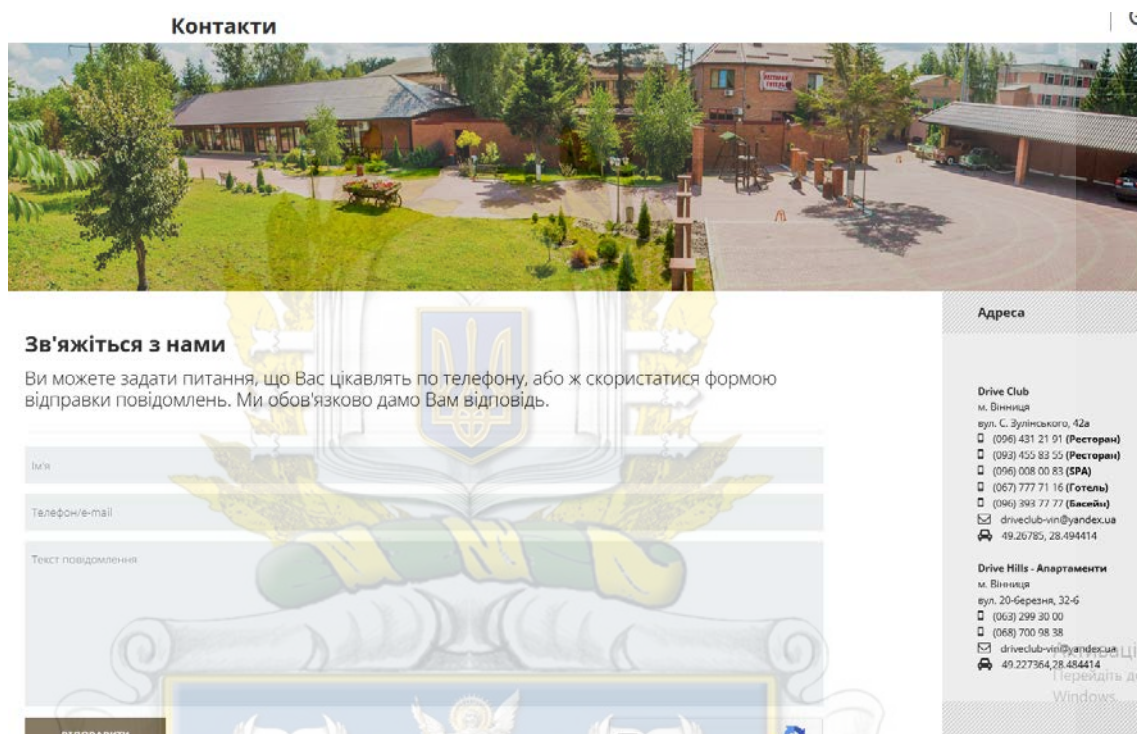


Рисунок 2.2 – Контактні дані про готельно-ресторанний комплекс «Drive Club» у місті Вінниця

Територія готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» наведена на рис. Ж.1 Додатку Ж, а екстер'єр даного закладу на рис. Ж.2 Додатку Ж.

Починаючи з невеликого кафе, заклад постійно розширювався протягом років, додаючи нові приміщення та збільшуючи кількість посадкових місць. Цей поступовий ріст свідчить про стійкість та популярність закладу серед його клієнтів.

З часом кафе трансформувалося у багатофункціональний комплекс, який наразі включає:

1. Готель – це дає можливість гостям не лише поїсти, але й зупинитися на ніч.
2. Басейн – додає ще одну опцію для відпочинку та розваг, роблячи заклад більш привабливим для сімей з дітьми (рис. Ж.3, Додаток Ж).
3. Ресторан, бар та різні альтанки [40].

Такий розвиток закладу «Drive Club» демонструє його прагнення до постійного вдосконалення та задоволення потреб своїх відвідувачів.

«Drive Club» пропонує широкий спектр зручностей та послуг, які задовольняють будь-які потреби гостей. Інфраструктура комплексу «Drive Club» продумана до дрібниць, щоб забезпечити гостям комфортний та приємний відпочинок [40]. Різноманіття інфраструктурних елементів робить «Drive Club» ідеальним місцем для проведення ділових зустрічей, а також сімейного відпочинку (рис. 2.3).

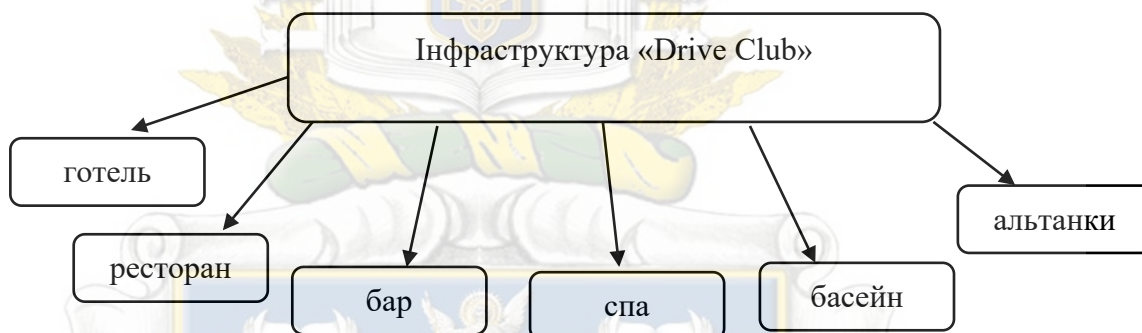


Рисунок 2.3 – Візуалізація інфраструктури готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» [40]

Готельно-ресторанний комплекс «Drive Club» має сучасний СПА-центр, де можна розслабитися та відновити сили. У СПА-центрі пропонуються такі послуги: різноманітні масажі та СПА-процедури: сауна, хамам, чан (рис. Ж.4, Додаток Ж).

Готельно-ресторанний комплекс «Drive Club» пропонує широкий спектр послуг з оформлення подій, який допоможе вам зробити будь-яке свято незабутнім (рис. Ж.5, Додаток Ж).

Готельно-ресторанний комплекс «Drive Club» також пропонує своїм гостям унікальну можливість поєднати приємне з корисним: відпочити на оновленій терасі, насолодитися мальовничими краєвидами та смачною їжею. «Drive Club» подбав про те, щоб відпочинок був максимально комфортним та приємним. Оновлений дизайн літнього майданчика поєднує в собі елегантність

та практичність. Нові меблі, стильні декорації та сучасне освітлення створюють атмосферу затишку та розкоші (рис. Ж.6, Додаток Ж).

Оновлена бесідка на 25 гостей у готельно-ресторанному комплексі «Drive Club» наведена на рис. Ж.7, Додаток Ж.

З метою розширення асортименту та задоволення потреб відвідувачів у десертах та святкових тортах, в ресторані «Drive Club» відкрився кондитерський цех. Це дозволило комплексу пропонувати свіжі, якісні та ексклюзивні десерти, а також випікати торти на замовлення для проведення різноманітних заходів (рис. Ж.8, Додаток Ж).

Ресторан «Drive Club» пропонує просторе та затишне місце для трапези. Він має два бенкетних зали:

1. Великий зал – вміщає до 160 осіб, ідеально підходить для проведення урочистостей, банкетів та інших заходів.
2. Малий зал – вміщає до 80 осіб, затишна атмосфера чудово підходить для сімейних обідів, ділових зустрічей та інших свят [40] (рис. К.1, Додаток К).

Крім того, ресторан має:

- відкриті дерев'яні альтанки: чотири альтанки на свіжому повітрі, де можна насолодитися їжею та мальовничими краєвидами в гарну погоду;
- закриті альтанки: дві альтанки з каміном та телевізором, де можна комфортно відпочити навіть у негоду;
- літній бар: розташований біля басейну, працює в літній сезон, пропонуючи прохолодні напої та коктейлі;
- закритий бар: розташований в приміщенні ресторану, де можна замовити широкий спектр напоїв та закусок [40].

В даному закладі також є популярною кейтерингові послуги (рис. К.3, Додаток К), а також пропонуються бізнес-ланчі з 12.00 до 16.00 (рис. К.4, Додаток К). Є також різноманітна коктейльна карта (рис. К.5, Додаток К).

Меню ресторану «Drive Club» поєднує в собі:

- 1) страви сучасної української кухні, а саме традиційні українські страви в авторській інтерпретації, приготовані з свіжих та якісних продуктів локальної

сировини Вінниччини;

2) страви європейської кухні – популярні страви європейської кухні, які задовольняють будь-який смак [40].

Ресторан «Drive Club» користується великою популярністю серед вінничан та гостей міста завдяки смачній їжі, затишній атмосфері та якісному обслуговуванню.

Готельно-ресторанний комплекс «Drive Club» стійко подолав виклики пандемії COVID-19 та війни в Україні. За останні роки комплекс зіткнувся з низкою викликів, які змусили його адаптуватися до нових реалій:

1. Зниження доходів населення Вінниці. Пандемія та війна негативно вплинули на добробут українців, що призвело до зменшення попиту на послуги готельно-ресторанного комплексу.

2. Нові ризики. Невизначеність ситуації та зміна поведінки споживачів створили нові ризики для бізнесу.

Важливо зазначити, що «Drive Club» не лише вижив у складні часи, але й продовжує активно розвиватися.

Зміни в поведінці споживачів, які вплинули на роботу «Drive Club»:

- зміна пріоритетів – вінничани стали більш економними, віддаючи перевагу товарам та послугам першої необхідності;
- зменшення попиту – попит на деякі послуги, такі як розваги та подорожі, значно зменшився.

«Drive Club» активно реагує на ці зміни, пропонуючи:

1) доступні ціни: комплекс прагне зробити свої послуги доступними для ширшого кола відвідувачів;

2) актуальні послуги: «Drive Club» пропонує послуги, які відповідають оновленим потребам гостей закладу;

3) підтримка ЗСУ: комплекс активно підтримує Збройні Сили України та надає волонтерську допомогу.

Логотип закладу «Drive Club» наведено на рис. 2.4.



Рисунок 2.4 – Логотип закладу «Drive Club» [40]

На логотипі зображена стилізована буква «D», що символізує назву комплексу «Drive Club». Її було виконано у лаконічному шрифті, підкреслюючи елегантність та сучасність закладу. Вінок з лаврового листя, виконаний в шоколадному кольорі, символізує перемогу, успіх та досконалість. Це підкреслює високий рівень сервісу та гостинності, який пропонує «Drive Club».

Назва «Drive Club» розміщена під центральним елементом логотипу. Її виконано схожим шрифтом, що й буква «D», але більш вишуканим та декоративним шрифтом, щоб підкреслити статусність закладу. Використання шоколадного кольору для вінка з лаврового листя створює відчуття розкоші, вишуканості та добробуту. Цей колір також асоціюється з комфортом та затишком, що робить його ідеальним для логотипу готельно-ресторанного комплексу.

Діяльність «Drive Club» демонструє стійкість та відповідальність комплексу, а також його прагнення до розвитку навіть у складні часи. В умовах динамічного ринку готельно-ресторанний комплекс «Drive Club» вжив низку заходів для адаптації до нових реалій та підвищення конкурентоспроможності.

Було здійснено оптимізацію логістики – комплекс удосконалив логістичні процеси, щоб забезпечити безперебійне постачання продуктів та знизити витрати. Це включало пошук нових, більш вигідних постачальників, зокрема, локальних виробників та фермерів у місті Вінниця;

Для залучення нових гостей та підвищення лояльності постійних відвідувачів «Drive Club» розробив різноманітні акційні пропозиції (рис. 2.5). Це включало знижки на певні страви, дегустаційні меню, а також тематичні заходи.



Рисунок 2.5 – Акційні пропозиції задля підвищення лояльності відвідувачів «Drive Club» [40]

Незважаючи на оновлення, «Drive Club» не змінює своїх принципів та гарантує своїм гостям незмінну якість страв та напоїв, а також високий рівень сервісу. Професійний персонал завжди радий допомогти вам з вибором страв та напоїв, а також відповісти на будь-які ваші запитання.

«Drive Club» активно використовує соціальні мережі для спілкування зі своїми гостями. Комплекс має сторінки у Facebook та Instagram (рис. Л.1 Додаток Л). На цих сторінках можна знайти:

- актуальну інформацію про роботу комплексу: години роботи, акції, спеціальні пропозиції тощо;
- фото та відео з комплексу: фото номерів, ресторану, басейну, території;
- відгуки гостей: прочитати, що інші люди думають про «Drive Club»;
- контактну інформацію: телефон, адреса, електронна пошта.

«Drive Club» також використовує соціальні мережі для просування своїх послуг та проведення конкурсів та розіграшів.

Детальну інформацію про готель «Drive Club» можна знайти на рис. К.2 Додатку К. Ця інформація включає:

- опис номерів: категорії номерів, розміри, оснащення, ціни;

- послуги готелю: ресторан, бар, басейн, спа-центр;
- контактну інформацію: телефон, адреса, електронна пошта.

Готельно-ресторанний комплекс «Drive Club» має лінійно-функціональну організаційну структуру (рис. 2.6). Це означає, що в ній чітко простежується ієрархія підпорядкування, а також чітко розмежовані функції різних підрозділів.



Рисунок 2.5 – Організаційна структура управління у готельно-ресторанному комплексі «Drive Club»

На чолі комплексу стоїть директор Ольга Сергіївна Педорченко. Вона відповідає за загальне керівництво закладом, видає накази та розпорядження, які є обов'язковими для всіх працівників. Директор також самостійно визначає структуру персоналу, координує чисельність, здійснює підбір кадрів та слідкує за плинністю кадрів.

Станом на березень-квітень 2024 року штат готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» налічував 30 осіб. Це трохи більше, ніж у 2022 та 2023 роках, коли через війну та виїзд деяких працівників за кордон штат скоротився до 28 осіб. Персонал готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» наведено на рис. Л.2, Додаток Л.

Війна також мала значний вплив на фінансово-економічні показники комплексу. У порівнянні з 2020-2022 роками вони зазнали коливань. Детальну

інформацію про фінансово-економічні показники комплексу «Drive Club» можна знайти в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Фінансово-економічні показники комплексу «Drive Club» за 2021-2023 рр.

Найменування показника	Значення показників за роками у ГРК Drive Club			Зміна показників			
	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2022/	2023/ 2022	відхилення (%) 22/21	виконання, %, 23/22
				2021			
I. Формування фінансових результатів							
Чистий дохід від реалізації продукції у ГРК Drive Club, в т.ч.	2811,5	2142,0	3215,0	- 669,5	1073,0	76,2	150,1
- ресторану Drive Club	2286,9	1432,9	2175,0	- 854,0	742,1	62,7	151,8
готелю Drive Club	135,1	709,1	1040,0	574,0	330,9	524,9	146,7
Собівартість	1200,0	1110,0	1640,0	-90,0	530,0	92,5	147,7
Валовий прибуток/збиток	1611,5	1032,0	1575,0	- 579,5	543,0	64,0	152,6
Адміністративні витрати	481,1	400,0	700,0	-81,1	300,0	83,1	175,0
Інші операційні доходи	630,1	453,0	690,0	- 177,1	237,0	71,9	152,3
Інші операційні витрати	210,0	190,0	270,0	-20,0	80,0	90,5	142,1
Фінансовий результат від операційної діяльності ГРК Drive Club	1550,5	895,0	1120,0	- 655,5	225,0	57,7	125,1
Сплата податків	396,5	296,7	410,5	-99,8	113,8	74,8	138,4
Середньооблікова кількість працівників ГРК Drive Club	30	28	30	-2	2	93	107
Рентабельність ГРК Drive Club, %	37	28	38	-9	10	75	136

Отже, аналізуючи табл. 2.1, ми бачимо, що у 2022 році чистий дохід від реалізації ГРК «Drive Club» знизився на 24% у порівнянні з 2021 роком. Це значне падіння можна пояснити впливом війни на економіку України, який

призвів до зниження купівельної спроможності населення, скорочення туризму та інших негативних наслідків.

Незважаючи на зниження чистого доходу, валовий прибуток комплексу у 2022 році знизився лише на 23%. Це свідчить про те, що ГРК «Drive Club» вдалося частково компенсувати падіння витрат за рахунок оптимізації витрат.

Фінансовий результат від операційної діяльності ГРК «Drive Club» у 2022 році знизився на 36% у порівнянні з 2021 роком. Це пов'язано з одночасним зниженням чистого доходу та збільшенням адміністративних витрат.

Рентабельність ГРК «Drive Club» у 2022 році знизилася з 37% до 28%. Це значне падіння рентабельності свідчить про те, що війна мала негативний вплив на фінансовий стан комплексу.

Дохід від ресторану «Drive Club» у 2022 році знизився на 38% у порівнянні з 2021 роком. Це значне падіння можна пояснити зниженням купівельної спроможності населення, а також обмеженнями на проведення масових заходів, які негативно вплинули на ресторанний бізнес.

Дохід від готелю «Drive Club» у 2022 році, навпаки, зріс на 574% у порівнянні з 2021 роком. Це можна пояснити тим, що багато людей, які втратили свої домівки через війну, шукали притулок у готелях.

Підсумовуючи, ми прослідковуємо все ж відновлення показників у 2023 році: у 2023 році чистий дохід, валовий прибуток, фінансовий результат від операційної діяльності та рентабельність ГРК «Drive Club» зросли. Це свідчить про те, що комплекс поступово відновлюється після негативного впливу війни та адаптуався до сучасних реалій. Зростання доходу від готелю може стати новим джерелом зростання для ГРК «Drive Club» у майбутньому.

Війна в Україні мала значний негативний вплив на фінансово-економічні показники ГРК «Drive Club». Проте, комплекс вже почав відновлюватися після його негативного впливу. Даному готельноресторанному комплексу слід розширити спектр послуг, щоб залучити нових клієнтів, що буде приносити ще більше прибутку закладу та стабільність бізнесу.

2.2. Оцінка ресурсного забезпечення готельно-ресторанного комплексу для реалізації інвестиційної політики

Інвестиційна політика готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» є ключовим документом, який визначає стратегічні напрямки розвитку та джерела фінансування для їх реалізації.

Для успішної реалізації інвестиційної політики важливо провести оцінку ресурсного забезпечення даного комплексу (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Оцінка ресурсного забезпечення ГРК «Drive Club» для реалізації інвестиційної політики

Ресурс	Опис	Оцінка	Рекомендації
Матеріально-технічна база:	Номери, ресторани, конференц-зали, інше обладнання	Задовільний стан, потребує часткового оновлення	Розробити план оновлення матеріально-технічної бази з урахуванням потреб цільової аудиторії та інвестиційних можливостей.
Персонал:	Кваліфікований персонал, досвідчені менеджери	Високий рівень	Проводити регулярні навчання та тренінги для персоналу, стимулювати їх до професійного розвитку.
Фінансові ресурси:	Власні кошти, можливість залучення кредитів	Задовільний рівень	Розробити чітку стратегію фінансування інвестиційної політики, враховуючи доступні ресурси та ризики.
Інформаційні ресурси:	Сучасна система управління, доступ до актуальних даних	Середній рівень	Впровадити сучасні інформаційні системи для автоматизації бізнес-процесів та покращення прийняття управлінських рішень.
Маркетингові ресурси:	Визнаний бренд, налагоджені канали просування	Високий рівень	Продовжувати розвивати бренд, використовувати ефективні маркетингові інструменти для залучення нових клієнтів.

Отже, ГРК «Drive Club» має значний ресурсний потенціал для реалізації інвестиційної політики. Комплекс володіє якісною матеріально-технічною базою, кваліфікованим персоналом, визнаним брендом та налагодженими

каналами просування. Проте, існують деякі сфери, які потребують покращення: часткове оновлення матеріально-технічної бази та впровадження сучасних інформаційних систем.

Далі проведемо оцінку платоспроможності готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Оцінка платоспроможності готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Показник	Значення	Оцінка	Рекомендації
Коефіцієнт поточної ліквідності	2,5 (2023)	Високий	Зберігати на достатньому рівні.
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,8 (2023)	Високий	Зберігати на достатньому рівні.
Оборотність запасів	4 рази на рік (2023)	Нормальний	Контролювати та оптимізувати.
Оборотність дебіторської заборгованості	6 разів на рік (2023)	Нормальний	Контролювати та оптимізувати.
Період обороту дебіторської заборгованості	60 днів (2023)	Нормальний	Контролювати та скорочувати.
Коефіцієнт боргового навантаження	0,21 (2023)	Низький	Зберігати на низькому рівні.
Коефіцієнт фінансової залежності	0,21 (2023)	Низький	Зберігати на низькому рівні.
Чиста рентабельність продажів	38% (2023)	Середня	Покращити за рахунок оптимізації витрат та збільшення прибутку.
Рентабельність власного капіталу	38% (2023)	Середня	Покращити за рахунок оптимізації витрат та збільшення прибутку.

Отже, ГРК «Drive Club» має високі показники поточної та швидкої ліквідності, що свідчить про його здатність погашати короткострокові зобов'язання. Оборотноість запасів та дебіторської заборгованості знаходиться на нормальному рівні, але може бути оптимізована. Коефіцієнти боргового навантаження та фінансової залежності низькі, що свідчить про стійкість комплексу до боргових зобов'язань. Рентабельність продажів та власного капіталу знаходиться на середньому рівні, але може бути покращена.

Також розрахуємо показники ліквідності готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Показники ліквідності готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Показник	Значення (2023)	Оцінка
Поточний коефіцієнт:	2,2	Високий (більше 1,5)
Швидкий коефіцієнт:	1,8	Високий (більше 1)
Коефіцієнт грошової ліквідності:	0,7	Нормальний (більше 0,5)

Отже, ГРК «Drive Club» має високу ліквідність, що свідчить про його здатність погашати короткострокові зобов'язання.

Розрахуємо показники рентабельності готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Показники рентабельності готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Показник	Значення (2023)	Оцінка
Рентабельність власного капіталу:	38%	Середня (20-40%)
Рентабельність активів:	12%	Середня (5-15%)
Чиста рентабельність:	25%	Висока (10-25%)

Отже, рентабельність ГРК Drive Club знаходиться на середньому та високому рівні, що свідчить про його ефективність та здатність генерувати прибуток.

Розрахуємо показники фінансового левериджу готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Показники фінансового левериджу готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Показник	Значення (2023)	Оцінка
Коефіцієнт боргового навантаження:	0,21	Низький (до 0,5)
Коефіцієнт фінансового левериджу:	2,4	Середній (до 3)
Коефіцієнт покриття процентних витрат:	8,5	Високий (більше 4)

Отже, ГРК «Drive Club» має низький рівень боргової залежності та високий коефіцієнт покриття процентних витрат, що свідчить про його здатність обслуговувати свій борг.

Розрахуємо показники ділової активності готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 – Показники ділової активності готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Показник	Значення (2023)	Оцінка
Оборотність активів:	1,8	Середня (1-2)
Оборотність оборотних коштів:	3,2	Висока (більше 2)
Період обороту оборотних коштів:	113 днів	Нормальний (60-120 днів)

Отже, ГРК «Drive Club» має середню та високу ділову активність, що свідчить про його ефективне використання активів та оборотних коштів.

За результатами проведених розрахунків вище, можна зробити висновок, що ГРК «Drive Club» демонструє хорошу платоспроможність. Комплекс має високу ліквідність, рентабельність, низький рівень боргової залежності та ефективне використання активів.

Далі проведемо оцінку інвестиційної привабливості готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 – Оцінка інвестиційної привабливості готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Показник	Значення	Оцінка	Рекомендації
Рентабельність власного капіталу	38% (2023)	Середня	Покращити рентабельність за рахунок оптимізації витрат та збільшення прибутку.
Чистий борговий коефіцієнт	0,21 (2023)	Низький	Зберігати низький рівень заборгованості.
Період окупності інвестицій	4,0 роки (2023)	Середній	Скоротити період окупності за рахунок збільшення прибутку або зменшення інвестицій.
Зростання чистих доходів від реалізації	50,1% (2023/2022)	Високе	Зберігати динаміку зростання доходів.
Зростання доходів від готелю	46,8% (2023/2022)	Високе	Продовжувати розвивати готельний напрямок.

Продовження табл. 2.8

Оптимізація собівартості	47,7% зростання (2023/2022)	Потрібна	Оптимізувати витрати для покращення рентабельності.
Зростання адміністративних витрат	75,0% (2023/2022)	Високе	Контролювати та оптимізувати адміністративні витрати.
Диверсифікація джерел доходів	52,3% зростання інших операційних доходів (2023/2022)	Позитивний тренд	Продовжувати диверсифікувати джерела доходів.
Контроль інших операційних витрат	42,1% зростання (2023/2022)	Потрібна	Контролювати та оптимізувати інші операційні витрати.
Покращення фінансового результату	25,2% зростання (2023/2022)	Позитивний тренд	Продовжувати покращувати фінансовий результат.
Оптимізація штату	7,1% зростання (2023/2022)	Потрібна	Оптимізувати штат для покращення рентабельності.

Отже, ГРК «Drive Club» має певні позитивні аспекти з точки зору інвестиційної привабливості: низький рівень заборгованості; високе зростання чистих доходів від реалізації; високе зростання доходів від готелю; позитивний тренд диверсифікації джерел доходів.

Проте, для покращення інвестиційної привабливості комплексу рекомендується: покращити рентабельність власного капіталу; скоротити період окупності інвестицій; оптимізувати собівартість, адміністративні витрати та інші операційні витрати; оптимізувати штат.

На основі даних табл. 2.8 розробимо SWOT-аналіз отриманих даних щодо інвестиційної привабливості готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» (табл. 2.9).

Таблиця 2.9 – SWOT-аналіз щодо інвестиційної привабливості готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Фактор	Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Фінанси	Низький рівень заборгованості (0,21)	Середня рентабельність власного капіталу (38%)	Збільшення прибутку, скорочення періоду окупності інвестицій	Економічні коливання, зростання конкуренції

Продовження табл. 2.9

Продажі	Високе зростання чистих доходів від реалізації (50,1%)	Зростання адміністративних витрат (75%)	Розширення маркетингової діяльності, диверсифікація джерел доходів	Зниження купівельної спроможності, зміна законодавства
Продукти/послуги	Високе зростання доходів від готелю (46,8%)	Потрібна оптимізація собівартості та інших операційних витрат (47,7% та 42,1%)	Продовження розвитку готельного напрямку, перепрофілювання комплексу	Затягування війни, пошкодження інфраструктури
Маркетинг	Позитивний тренд диверсифікації джерел доходів (52,3%)	Вплив війни на ГРК	Оптимізація штату	Поява нових конкурентів
Зовнішнє середовище (війна)	Можливість евакуації людей та надання їм тимчасового житла	Можливі перебої з постачанням	Розміщення внутрішньо-переміщених осіб, волонтерство	Пошкодження інфраструктури

Отже, ГРК «Drive Club» має ряд сильних сторін, які роблять його потенційно привабливим для інвесторів, навіть в умовах війни.

Низький рівень заборгованості робить комплекс стійким до економічних коливань. А високе зростання чистих доходів від реалізації та доходів від готелю свідчить про динамічний розвиток та здатність генерувати прибуток. Що ж до позитивного тренду диверсифікації джерел доходів, то це зменшує залежність комплексу від одного джерела.

Проте, комплекс також має ряд слабких сторін, які потребують вирішення:

- середня рентабельність власного капіталу, яку можна покращити за рахунок оптимізації витрат та збільшення прибутку;
- зростання адміністративних витрат, які потрібно ретельно контролювати та оптимізувати;
- потрібна оптимізація собівартості та інших операційних витрат, що може призвести до економії коштів та покращення рентабельності;

- вплив війни може негативно вплинути на доходи комплексу.

Незважаючи на ці виклики, ГРК Drive Club має ряд можливостей для розвитку:

- збільшення прибутку можна зробити за рахунок розширення маркетингової діяльності, покращення якості послуг, оптимізації витрат та диверсифікації джерел доходів;
- скорочення періоду окупності інвестицій можна досягти за рахунок збільшення прибутку або зменшення інвестицій;
- продовження розвитку готельного напрямку може включати в себе розширення номерного фонду, вдосконалення інфраструктури та розширення спектру послуг;
- оптимізація штату може включати в себе автоматизацію процесів, зменшення адміністративного персоналу та перекваліфікацію співробітників.

Важливо також враховувати загрози, які можуть негативно вплинути на розвиток комплексу:

- економічні коливання – зниження купівельної спроможності населення може негативно вплинути на доходи;
- поява нових конкурентів на ринку може призвести до втрати клієнтів та зниження доходів.
- затягування війни може призвести до подальшого зниження відвідуваності закладу, погіршення економічної ситуації та зростання витрат;
- пошкодження інфраструктури може призвести до втрати доходів та необхідності значних інвестицій у відновлення.

Отже, в другому розділі було проаналізовано діяльність ГРК «Drive Club» за останні 3 роки. Проведено розрахунки по визначенню інвестиційної привабливості даного закладу. Враховуючи отримані результати, ГРК «Drive Club» має потенціал для успішного розвитку, навіть в умовах війни. Проте, для досягнення цього комплексу необхідно буде вирішити свої слабкі сторони, скористатися можливостями та мінімізувати вплив загроз.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «DRIVE CLUB»

3.1. Визначення стратегічних напрямків розвитку готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Для визначення стратегічних напрямків розвитку готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» використаємо метод бенчмаркінг. Бенчмаркінг – це метод порівняння власної діяльності з діяльністю кращих у своєму класі компаній, з метою запозичення їхнього досвіду та кращих практик для покращення власних показників.

Даний метод дозволяє визначити сильні та слабкі сторони власної діяльності, допомагає запозичити кращі практики у лідерів галузі, сприяє покращенню ефективності та продуктивності, дозволяє стимулювати інновації, допомагає бути в курсі останніх тенденцій у галузі.

Для проведення бенчмаркінгу необхідно визначити ключових конкурентів готельно-ресторанного комплексу «Drive Club». Конкурентами можуть бути комплекси, які знаходяться в тому ж регіоні, мають схожий номерний фонд, пропонують подібні послуги та цінову політику (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Конкуренти готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Назва	Готельно-ресторанний комплекс «Drive Club»	Готель «Франція»	База відпочинку «На яру»	База відпочинку «Rich Park»
Адреса	м. Вінниця, вул. Сергія Зулінського, 42а, ~ 6.5 км до центру	м. Вінниця, вул. Соборна, центр міста	сmt. Стадниця ~ 10.0 км до Вінниці	с. Сосонка ~ 10 км до Вінниці
Номерний фонд	+	+	+	+

Прововження табл. 3.1

Ресторан	+	+	+	+
Масажний кабінет	-	+	-	-
Басейн	+	+	+	+
Дитяча кімната	+	+	-	-
Сауна / баня	+	+	+	-
Чан	+	-	+	-
Розміщення з тваринами	+	-	-	-
Дитячий майданчик	+	-	+	-
Конференц-зал	+	+	-	-
Дитячий басейн	-	-	+	-
Більярд	-	+	-	-
Тренажерний зал	-	+	-	-
Настільний теніс	-	-	+	-
Бесідки / альтанки	+	-	+	+
Контактний зоопарк	-	-	-	+

Отже, табл. 3.1 містить інформацію про чотирьох конкурентів готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»: готель «Франція», база відпочинку «На яру», база відпочинку «Rich Park».

Конкуренти поділяють з «Drive Club» деякі послуги, такі як номерний фонд, ресторан, басейн, дитяча кімната, сауна/баня, чан, дитячий майданчик, конференц-зал, альтанки.

Проте, у кожного конкурента є свої унікальні послуги, які «Drive Club» не пропонує:

- готель «Франція»: масажний кабінет, більярд, тренажерний зал.
- база відпочинку «Rich Park»: дитячий басейн, настільний теніс, контактний зоопарк;
- база відпочинку «На яру»: дитячий басейн.

Сильні сторони "Drive Club":

1. Розташування в межах міста (до центру 6.5 км).

2. Наявність деяких унікальних послуг, які не пропонують конкуренти (кейтеринг).

3. Можливість розміщення з тваринами.

Слабкі сторони:

- відсутність деяких послуг, які пропонують конкуренти (масажний кабінет, більярд, тренажерний зал, дитячий басейн, настільний теніс, контактний зоопарк), а також більш віддалене розташування порівняно з готелем «Франція».

Можливості «Drive Club»:

- розширення спектру послуг, що пропонуються, за рахунок додавання послуг, які не пропонують конкуренти;

- розвиток додаткових послуг, пов'язаних з відпочинком (походи, риболовля, екскурсії, дитячі розваги);

- підвищення рівня обслуговування;

- зміцнення маркетингової позиції.

Загрози:

- зростання конкуренції з боку готелю «Франція», бази відпочинку «На яру» та бази відпочинку «Rich Park»;

- зміна сезонності попиту;

- зміна економічної ситуації в країні.

«Drive Club» рекомендується розробити стратегію розвитку, яка буде враховувати сильні та слабкі сторони комплексу, а також можливості та загрози, які існують на ринку.

Стратегія розвитку повинна включати в себе план розширення спектру послуг, що пропонуються, розвитку додаткових послуг, підвищення рівня обслуговування та зміцнення маркетингової позиції.

Важливо, щоб «Drive Club» постійно моніторить ринок та конкурентів, щоб бути в курсі останніх тенденцій та вчасно вносити корективи в свою стратегію.

Далі, за допомогою методу бенчмаркінгу визначимо переваги та недоліки досліджуваного закладу, в порівнянні з його конкурентами (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Порівняння переваг та недоліків готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» з його конкурентами

Назва	Готельно-ресторанний комплекс «Drive Club»	Готель «Франція»	База відпочинку «На яру»	База відпочинку «Rich Park»
Адреса	м. Вінниця, вул. Сергія Зулінського, 42а, ~ 6.5 км до центру	м. Вінниця, вул. Соборна, центр міста	сmt. Стадниця ~ 10.0 км до Вінниці	с. Сосонка ~ 10 км до Вінниці
Сильні сторони:	+ Розташування в межах міста	+ Розташування в центрі міста	+ Близькість до природи	+ Наявність басейну, дитячого басейну, тренажерного залу
Слабкі сторони:	- Відсутність деяких послуг, які пропонують конкуренти (масажний кабінет, більярд, настільний теніс)	- Відсутність деяких послуг, які пропонують конкуренти (дитячий басейн, настільний теніс)	- Відсутність деяких послуг, які пропонують конкуренти (масажний кабінет, сауна/баня, більярд)	- Відсутність деяких послуг, які пропонують конкуренти (масажний кабінет, сауна/баня, більярд, тренажерний зал)
Можливості:	- Розширення спектру послуг, що пропонуються (масажний кабінет, сауна/баня, більярд, настільний теніс, дитячий басейн)	- Розширення спектру послуг, що пропонуються (басейн, дитячий настільний теніс)	- Розвиток додаткових послуг, пов'язаних з відпочинком на природі (походи, риболовля, екскурсії)	- Розвиток додаткових послуг, пов'язаних з відпочинком на природі (походи, риболовля, екскурсії)
Загрози:	- Зростання конкуренції	- Зростання конкуренції	- Зміна сезонності попиту	- Зміна сезонності попиту

Отже, виходячи з цього, стратегічні напрямки розвитку готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» полягають у наступному:

1. Розширення спектру послуг, що пропонуються:

- додати масажний кабінет;
- додати дитячий басейн.

2. Розвиток додаткових послуг:

- відкрити сувенірну крамницю;
- організувати трансфер по місту;

- надати можливість оренди велосипедів і самокатів та іншого спортивного інвентарю;

- підвищення рівня обслуговування;
- впровадити систему CRM;
- регулярно проводити опитування клієнтів;
- розробити програму лояльності.

Також було розроблено анкету для відвідувачів готельно-ресторанного комплексу «Drive Club», задля визначення послуг, які б додатково вони хотіли бачити в даному закладі (Додаток М).

На запитання «Які послуги, на Вашу думку, могли б бути додані в готельно-ресторанному комплексі «Drive Club», щоб зробити Ваш відпочинок ще кращим?» було отримано відповіді, які ми проаналізували і згрупували в рис. 3.1.

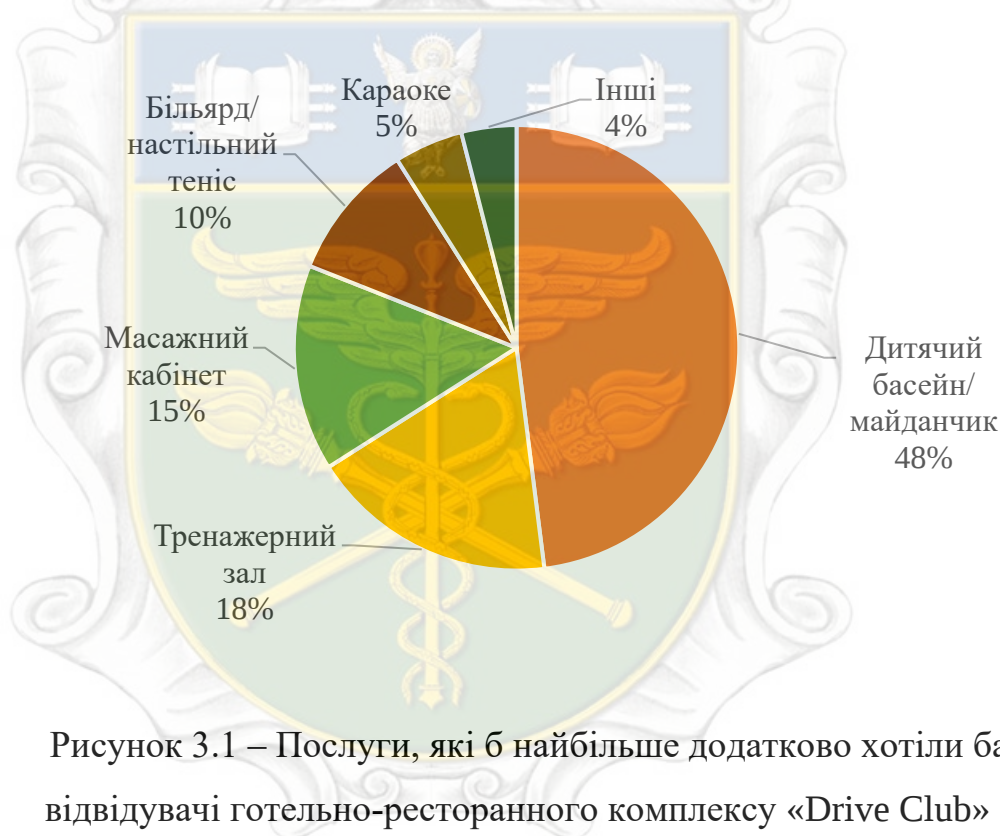


Рисунок 3.1 – Послуги, які б найбільше додатково хотіли бачити відвідувачі готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Згідно з проведеним бенчмаркінгом, а також опитуванням гостей закладу, наявність дитячого басейну з розважальними програмами є однією з ключових конкурентних переваг на ринку готельно-ресторанних послуг, що орієнтовані на

сімейний відпочинок. Це підтверджується й очікуваним високим попитом на дані послуги в «Drive Club».

Впровадження дитячого басейну з розважальними програмами може призвести до: збільшення кількості сімей з дітьми, які обирають «Drive Club» для відпочинку; підвищення рівня лояльності клієнтів; збільшення прибутку.

Порівняльний аналіз на послуги для дітей в «Drive Club» з аналогічними послугами конкурентів проведемо в табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Порівняльний аналіз на послуги для дітей в «Drive Club» з аналогічними послугами конкурентів

Фактор	Готель «Франція»	База відпочинку «На яру»	База відпочинку «Rich Park»	«Drive Club» (після впровадження)
Дитячий басейн	Відсутній	Невеликий	Великий	Великий
Дитячі розваги	Ігрова кімната, аніматор	Дитячий майданчик, гойдалки	Дитячий клуб, аніматор, майстер-класи	Дитячий клуб, аніматор, майстер-класи, басейн з кульками
Цінова політика	Включено в вартість проживання	Окрема плата	Включено в вартість проживання	Окрема плата
Попит	Середній	Низький	Високий	Очікується високий

Отже, впровадження дитячого басейну з розважальними програмами може стати ключовим фактором успіху «Drive Club» в конкурентній боротьбі за сімейний відпочинок. Важливо ретельно пропрацювати всі аспекти впровадження даних послуг, щоб забезпечити їх якість та ефективність.

3.2. Розробка інвестиційного проєкту розвитку досліджуваного закладу та оцінка його ефективності

Ринок готельно-ресторанних послуг, що орієнтовані на сімейний відпочинок, в Україні є динамічно зростаючим. Все більше сімей обирають для відпочинку готелі та бази відпочинку, які пропонують послуги для дітей.

Саме тому наявність дитячого басейну є однією з ключових конкурентних переваг на даному ринку (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Наявність басейну та розваги для дітей у конкурентів

Конкурент	Наявність дитячого басейну	Розважальні програми для дітей
Готель «Франція»	Відсутній	Ігрова кімната, аніматор
База відпочинку «На яру»	Невеликий	Дитячий майданчик, гойдалки
База відпочинку «Rich Park»	Великий	Дитячий клуб, аніматор, майстер-класи

Отже, готель «Франція» має найнижчу конкурентоспроможність на ринку сімейного відпочинку, адже не пропонує ні дитячого басейну, ні розваг для дітей. База відпочинку «На яру» має середню конкурентоспроможність, адже має невеликий дитячий басейн та обмежений спектр розваг для дітей. База відпочинку «Rich Park» має найвищу конкурентоспроможність, адже пропонує великий дитячий басейн та широкий спектр розваг для дітей.

Саме тому ми рекомендуємо для «Drive Club» впровадити дитячий басейн. Це дозволить «Drive Club» конкурувати з «Rich Park» та «На яру» за сімейну аудиторію. Варто також розробити різноманітні розважальні програми для дітей. Це може бути дитячий клуб, анімація, майстер-класи, ігри, конкурси тощо.

Також необхідно зосередитись на безпеці дітей. Важливо забезпечити наявність рятувального персоналу, дотримання санітарно-гігієнічних норм та правил користування басейном. А також провести рекламну кампанію. Це допоможе повідомити про нові послуги «Drive Club» та залучити нових клієнтів.

План реалізації інвестиційного проєкту наведено в табл. 3.5.

Таблиця 3.5 – План реалізації інвестиційного проєкту

Етап	Терміни	Відповідальні
Проектування басейну	1 місяць	Проектна компанія
Будівництво басейну	6 місяців	Будівельна компанія
Розробка правил користування басейном	1 місяць	Адміністрація «Drive Club»
Закупівля обладнання та інвентарю	1 місяць	Адміністрація «Drive Club»

Отже, календарний план містить інформацію про етапи будівництва дитячого басейну, терміни виконання кожного етапу, а також відповідальних за їх виконання. Загальна тривалість проєкту складає 8 місяців.

Послуги для дітей при користуванні дитячого басейну наведені в табл. 3.6.

Таблиця 3.6 – Послуги для дітей при користуванні дитячого басейну

Послуга	Ціна, грн.	Опис
Відвідування басейну (1 година)	100	Для дітей віком від 3 до 12 років. У вартість входить користування роздягальною, душем та рушником.
Абонемент на 10 відвідувань	800	Для дітей віком від 3 до 12 років.
Абонемент на місяць	1500	Для дітей віком від 3 до 12 років.
Навчання плаванню (індивідуальне заняття)	200	Для дітей віком від 5 до 12 років.
Навчання плаванню (групове заняття)	150	Для дітей віком від 5 до 12 років (групи до 5 осіб).

Отже, табл. 3.6 містить інформацію про послуги для дітей, які пропонує готельно-ресторанний комплекс «Drive Club», а також їх ціни та описи. Послуги поділені на дві категорії: відвідування басейну та навчання плаванню. Ціни на послуги для дітей в «Drive Club» є доступними та конкурентними. Пропонується широкий спектр послуг, який може зацікавити дітей різного віку. Наявність абонементів та групових занять з плавання робить послуги більш вигідними для сімей з дітьми. Розважальні послуги для дітей при відвідуванні готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» наведені в табл. 3.7.

Таблиця 3.7 – Послуги для дітей при користуванні дитячого басейну

Послуга	Ціна, грн.	Опис
Ігрова кімната (1 година)	150	Для дітей віком від 2 до 8 років. У вартість входить користування іграшками, гірками, лабіринтами та іншими розвагами.
Анімація (1 година)	200	Для дітей віком від 3 до 12 років. Ігри, конкурси, танці, майстер-класи.
Дитячий клуб (1 день)	300	Для дітей віком від 5 до 12 років. Ігри, конкурси, танці, майстер-класи, харчування.
Тематичні вечірки	500	Для дітей віком від 5 до 12 років. Костюмовані вечірки, квести, шоу-програми.
День народження	1000	Для дітей віком від 5 до 12 років. Оренда кімнати, аніматор, торт, ігри, конкурси, подарунки.

Отже, табл. 3.7 містить інформацію про ціни, описи та вікові категорії для різних розважальних послуг, що надаються для дітей в готельно-ресторанному комплексі «Drive Club». До послуг входить доступ до ігрової кімнати, анімація, дитячий клуб, тематичні вечірки та організація днів народження.

Інвестиційний бюджет дитячого басейну та дитячої розважальної програми для комплексу «Drive Club» наведено в табл. 3.8.

Таблиця 3.8 – Інвестиційний бюджет дитячого басейну та дитячої розважальної програми для готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Витрати	Сума, тис. грн.
Будівництво басейну:	
Загальна площа басейну	50 м ²
Вартість будівництва 1 м ² басейну	30 тис. грн.
Разом:	1500
Обладнання басейну:	
Система фільтрації та очищення води	100 тис. грн.
Система підігріву води	50 тис. грн.
Інші (освітлення, сходи, поручні)	350 тис. грн.
Разом:	500
Заробітна плата персоналу:	
Інструктор з плавання (2 людини)	20 тис. грн./міс. x 12 міс. = 480 тис. грн.
Аніматор (1 людина)	15 тис. грн./міс. x 12 міс. = 180 тис. грн.
Прибиральниця (1 людина)	10 тис. грн./міс. x 12 міс. = 120 тис. грн.
Разом:	780
Витрати на комунальні послуги:	
Вода	5 тис. грн./міс. x 12 міс. = 60 тис. грн.
Електроенергія	3 тис. грн./міс. x 12 міс. = 36 тис. грн.
Опалення	2 тис. грн./міс. x 12 міс. = 24 тис. грн.
Разом:	120
Реклама:	
Розробка рекламних матеріалів	50 тис. грн.
Розміщення реклами в ЗМІ	30 тис. грн.
Розповсюдження рекламних листівок	20 тис. грн.
Разом:	100
Інші витрати:	
Інвентар (іграшки, надувні вироби)	30 тис. грн.

Прововження табл. 3.8

Медичні аптечки	5 тис. грн.
Страхування	15 тис. грн.
Разом:	50
Всього:	3050

Отже, будівництво басейну: складає 49,2% загальних витрат:

$$1500 \text{ тис. грн.} / 3050 \text{ тис. грн.} = 0,492$$

Це найбільша стаття витрат, адже будівництво басейну є складним та трудомістким процесом.

Щодо обладнання басейну, то воно складає 16,4% загальних витрат:

$$500 \text{ тис. грн.} / 3050 \text{ тис. грн.} = 0,164$$

Це друга за величиною стаття витрат, адже для функціонування басейну необхідне якісне обладнання.

Заробітна плата персоналу: складає 25,6% загальних витрат:

$$780 \text{ тис. грн.} / 3050 \text{ тис. грн.} = 0,256$$

Ця стаття витрат включає заробітну плату інструкторів з плавання, аніматора та прибиральниці.

Витрати на комунальні послуги: складають 3,9% загальних витрат:

$$120 \text{ тис. грн.} / 3050 \text{ тис. грн.} = 0,039$$

До цієї статті витрат входять витрати на воду, електроенергію та опалення.

Реклама: складає 3,3% загальних витрат:

$$100 \text{ тис. грн.} / 3050 \text{ тис. грн.} = 0,033$$

Ця стаття витрат включає розробку рекламних матеріалів, розміщення реклами в ЗМІ та розповсюдження рекламних листівок.

Інші витрати: складають 1,6% загальних витрат:

$$50 \text{ тис. грн.} / 3050 \text{ тис. грн.} = 0,016$$

До цієї статті витрат входять витрати на інвентар, медичні аптечки та страхування.

З проведених вище розрахунків, структура витрат по інвестиційному проєкту дитячого басейну та розважальних програм для дітей наведені на рис. 3.2.

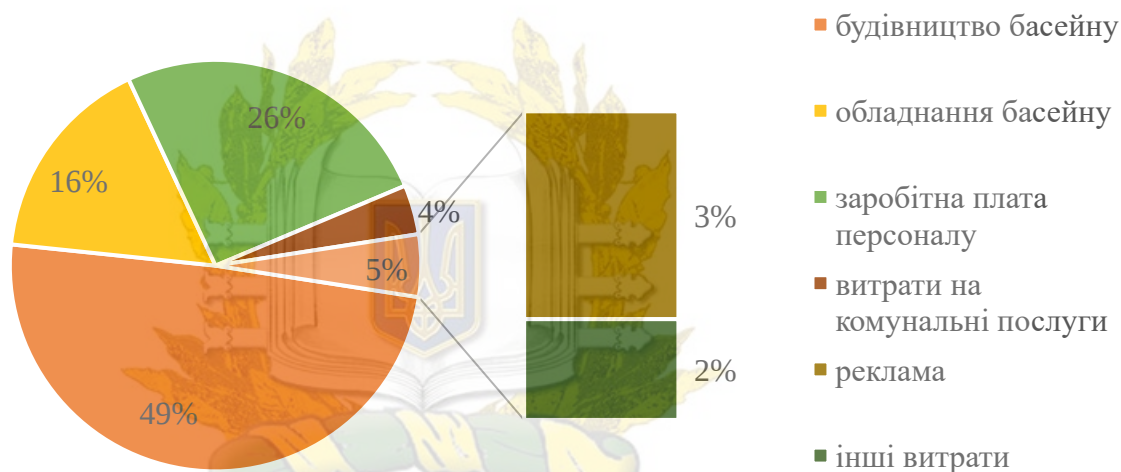


Рисунок 3.2 – Структура витрат по інвестиційному проєкту дитячого басейну та розважальних програм для дітей

Інвестиційний бюджет дитячого басейну та дитячої розважальної програми для готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» є обґрунтованим та може бути реалізований. Важливо зазначити, що даний розрахунок є попереднім і може змінитися в залежності від фактичних витрат.

Очікувані результати:

- збільшення кількості сімей з дітьми, які обирають «Drive Club» для відпочинку, на 20%;
- збільшення доходів від надання послуг для дітей на 30%;
- підвищення рівня лояльності клієнтів;
- покращення іміджу готельно-ресторанного комплексу.

Проведемо розрахунок очікуваного річного доходу від інвестиційного проєкту для готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» з надання послуг відвідування басейну та послуг розважальних програм для дітей, що наведено в табл. 3.9.

Таблиця 3.9 – Очікуваний річний дохід від інвестиційного проєкту для готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Послуга	Ціна, грн./відвідування	Кількість відвідувань на день	Кількість днів роботи на рік	Очікуваний річний дохід, тис. грн.
Відвідування басейну (1 година)	150	25	365	730
Анімація (1 година)	200	15	365	1095
Дитячий клуб (1 день)	300	10	365	1095
Тематичні вечірки	500	5	365	825
День народження	1000	2	365	730
Всього:	-	-	-	4475

Отже, відвідування басейну (басейн буде закритого типу): складає 16% загального очікуваного річного доходу (730 тис. грн. / 4475 тис. грн. = 0,16). Це найменша частка, адже басейн є базовою послугою, ціна на яку відносно низька.

Анімація: складає 24% загального очікуваного річного доходу (1095 тис. грн. / 4475 тис. грн. = 0,24). Ця послуга більш ексклюзивна, тому ціна на неї вища.

Дитячий клуб: складає 24% загального очікуваного річного доходу (1095 тис. грн. / 4475 тис. грн. = 0,24). Ця послуга схожа на анімацію, але пропонує більш комплексний пакет розваг.

Тематичні вечірки: складає 18% загального очікуваного річного доходу (825 тис. грн. / 4475 тис. грн. = 0,18). Ці вечірки проводяться рідше, але приносять значний дохід за одне проведення.

День народження: складає 16% загального очікуваного річного доходу (730 тис. грн. / 4475 тис. грн. = 0,16). Це найдорожча послуга, адже вона включає в себе комплексний пакет послуг, включаючи оренду кімнати, аніматора, торт, ігри, конкурси та подарунки.

Щодо оптимізації доходів, то варто звернути увагу на:

1. Відвідування басейну: можна запропонувати пакети або абонементи на відвідування басейну, що дозволить стимулювати попит.

2. Анімація: можна розширити спектр анімаційних програм, щоб задовольнити різні вікові категорії та інтереси дітей.

3. Дитячий клуб: можна запропонувати додаткові послуги в рамках дитячого клубу, наприклад, майстер-класи, екскурсії, вистави.

4. Тематичні вечірки: можна розробити більш оригінальні та цікаві тематичні вечірки, щоб залучити більше дітей.

5. День народження: можна запропонувати ексклюзивні пакети дня народження з додатковими послугами, наприклад, фотографом, клоуном, фокусником.

Отже, очікуваний річний дохід від дитячого басейну та дитячої розважальної програми для готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» є досить високим. За рахунок оптимізації послуг та маркетингових заходів можна значно збільшити цей дохід (Додаток Н).

Далі проведемо оцінку ефективності даного інвестиційного проекту. Враховуючи, що за попередніми обрахунками, очікуваний річний дохід становитиме 4475 тис. грн., а інвестиційний бюджет – 3050 тис. грн.

Для початку визначимо чистий прибуток:

$$\text{Чистий прибуток} = \text{Річний дохід} - \text{Інвестиційний бюджет} \quad (3.1)$$

$$\text{Чистий прибуток: } 4475 \text{ тис. грн.} - 3050 \text{ тис. грн.} = 1425 \text{ тис. грн.}$$

Далі ми можемо визначити термін окупності даного інвестиційного проекту дитячого басейну та розважальних програм:

$$\text{Термін окупності} = \text{Інвестиційний бюджет} / \text{Чистий прибуток} \quad (3.2)$$

$$\text{Термін окупності} = 3050 \text{ тис. грн.} / 1425 \text{ тис. грн.} = 2,14 \text{ року}$$

Отже, в третьому розділі було розроблено інвестиційний проєкт і за проведеними розрахунками, термін окупності дитячого басейну та дитячої розважальної програми для готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» становить 2,14 року. Це свідчить про те, що проєкт є інвестиційно привабливим та може бути окуплений протягом досить короткого часу. Так як даний проєкт є інвестиційно привабливим, то він може принести готельно-ресторанному комплексу «Drive Club» значний прибуток.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У першому розділі роботи було розкрито теоретичні засади формування та реалізації інвестиційної політики на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Зокрема, було визначено сутність та особливості інвестиційної політики, фактори, що впливають на її формування, а також методи та інструменти реалізації. Отже, встановлено, що інвестиційна політика підприємства готельно-ресторанного бізнесу є система цілеспрямованих дій, спрямованих на формування та реалізацію інвестиційних рішень, що забезпечують його стійкий розвиток та підвищення конкурентоспроможності.

Визначено, що формування інвестиційної політики підприємства готельно-ресторанного бізнесу ґрунтується на аналізі його внутрішнього та зовнішнього середовища, визначенні його стратегічних цілей та пріоритетів розвитку. Реалізація інвестиційної політики підприємства готельно-ресторанного бізнесу передбачає розробку та реалізацію інвестиційних проектів, контроль за їх виконанням та оцінку їх ефективності.

У другому розділі роботи було проведено аналіз сучасного стану інвестиційної діяльності на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу м. Вінниці на прикладі готельно-ресторанного комплексу «Drive Club». Було досліджено організаційно-економічну характеристику комплексу, оцінено його ресурсне забезпечення для реалізації інвестиційної політики.

Було визначено, що «Drive Club» – це стійкий та динамічно розвинений готельно-ресторанний комплекс, який протягом 17 років успішно діє на ринку Вінниці. Завдяки своєму багатогранному пропозиціям, високому рівню сервісу та стійкості до викликів, комплекс здобув визнання та лояльність клієнтів.

ГРК «Drive Club» пропонує широкий спектр послуг, що включає готельні номери, ресторан, бар, альтанки, басейн, спа-центр та кондитерський цех. Комплекс має два бенкетних зали, а також пропонує кейтерингові послуги та бізнес-ланчі.

«Drive Club» активно використовує різні маркетингові канали для просування своїх послуг, включаючи соціальні мережі, акційні пропозиції та участь у тематичних заходах. Комплекс має чітку структуру управління та кваліфікований персонал, який постійно навчається та розвивається.

«Drive Club» демонструє хороші фінансові показники, незважаючи на вплив пандемії COVID-19 та війни в Україні. Комплекс має високу ліквідність, рентабельність, низький рівень боргової залежності та ефективне використання активів.

«Drive Club» має високу інвестиційну привабливість завдяки своєму стійкому положенню на ринку, досвідченому менеджменту, кваліфікованому персоналу та чіткій інвестиційній політиці.

Загалом, «Drive Club» має всі шанси на подальший успіх та розвиток. Комплекс володіє значним потенціалом для реалізації своїх інвестиційних планів та зміцнення своїх позицій на ринку гостинності Вінниці.

У третьому розділі роботи було розроблено перспективи розвитку інвестиційної політики готельно-ресторанного комплексу «Drive Club». Було визначено стратегічні напрямки розвитку комплексу, розроблено інвестиційний проект розвитку та оцінено його ефективність.

Готельно-ресторанний комплекс «Drive Club» стикається з рядом проблем, зокрема зростання конкуренції, сезонні коливання попиту та економічну нестабільність. Щоб подолати ці проблеми та залишатися конкурентоспроможним, комплексу необхідно розробити стратегічний план, спрямований на розширення спектра послуг, розвиток додаткових сервісів, покращення якості обслуговування клієнтів та зміцнення маркетингової позиції.

Однією з ключових можливостей для «Drive Club» є розширення спектра послуг за рахунок дитячого басейну та програм відпочинку. Це дозволить комплексу залучити більше сімей з дітьми, що є зростаючим сегментом ринку.

Для покращення якості обслуговування клієнтів «Drive Club» може впровадити CRM-систему, проводити регулярні опитування клієнтів та

розробити програму лояльності. Ці заходи допоможуть забезпечити гостям позитивний досвід перебування та ймовірність їхнього повернення.

Нарешті, «Drive Club» необхідно зміцнити свою маркетингову позицію, підвищивши обізнаність про свої послуги та залучивши нових клієнтів. Це можна зробити за допомогою різних каналів, таких як онлайн-реклама, маркетинг у соціальних мережах та зв'язки з громадськістю.

На основі проведеного аналізу, для «Drive Club» пропонуються наступні рекомендації: розширення спектра послуг: додати дитячий басейн із програмами відпочинку; підвищення якості обслуговування клієнтів: впровадити CRM-систему, проводити регулярні опитування клієнтів, розробити програму лояльності; зміцнення маркетингової позиції: підвищити обізнаність про послуги за допомогою онлайн-реклами, маркетингу в соціальних мережах та зв'язків з громадськістю, розвивати сильний бренд, брати участь у галузевих заходах та виставках.

Інвестиційний проект дитячого басейну та програм відпочинку є фінансово доцільним. Очікуваний річний дохід становить 4475 тис. гривень, а інвестиційний бюджет – 3050 тис. гривень. Чистий прибуток – 1425 тис. гривень, а термін окупності – 2,14 роки. Це означає, що проект є привабливим та може окупитися протягом відносно короткого періоду.

В цілому, у «Drive Club» є ряд можливостей покращити свій бізнес та залишатися конкурентоспроможним. Запроваджуючи рекомендації, комплекс може залучити більше клієнтів, збільшити дохід та досягти своїх довгострокових цілей. Розроблений в ході дослідження інвестиційний проект розвитку готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» є перспективним і може бути реалізовано з метою підвищення конкурентоспроможності комплексу та його стійкого розвитку. Впровадження цих рекомендацій дозволить готельно-ресторанному комплексу «Drive Club» підвищити ефективність інвестиційної діяльності, посилити свої конкурентні позиції та забезпечити стійке зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борщук Є., Лисачок А. Теоретико-прикладні засади формування інвестиційної політики сталого розвитку. *Наукові перспективи (Naukovi perspektivi)*. 2021. № 10 (16).
2. Бучинський О. А. Реалізація державно-регіональної інвестиційної політики в Україні: тенденції та особливості. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2020. № 4. С. 63-69.
3. Галько Л. Інвестиційна діяльність підприємства: стратегія і тактика управління. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31.
4. Герасименко О. Світовий досвід оптимізації напрямів інвестиційної політики держави: аксіологічний аспект. *Молодий вчений*. 2022. № 10 (110). С. 39-44.
5. Докієнко Л., Тринчук В. Investment attractiveness of the hotel, restaurant and tourism business in Ukraine: financial indicators of internal threats. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2022. Т. 5. № 2. С. 210-228.
6. Дороніна Т., Побоча Т. Людський капітал як стратегічний ресурс вищої освіти: інвестиційна політика ЗВО. *Вісник науки та освіти*. 2023. № 7 (13).
7. Єльнікова Ю. В. Детермінанти та пріоритети державної інвестиційної політики в умовах сталого розвитку: загальний огляд. *Економіка сьогодення: актуальні питання та інноваційні аспекти*. 2020. С. 57-60.
8. Єльнікова Ю. В. Оцінювання інвестиційного розриву у фінансуванні цілей сталого розвитку. *Економічний простір*. 2020. № 156. С. 77-81.
9. Заїчко І. В. Бюджетна політика як інструмент інноваційно-інвестиційного розвитку держави. *Problems of practical application of innovations, methodology and experience*. 2021. С. 15-16.
10. Захаркін О. О., Салтикова Г. В. Аналіз макроекономічних пропорцій відтворювальних процесів в системі ефективною інвестиційної політики держави. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*. 2020. № 4 (86).

С. 160-165.

11. Зварич І. Т., Зварич О. І. Механізм інвестиційного розвитку регіону. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2020. № 4. С. 37-50.
12. Золотарьова О. Інвестиційна привабливість України: зміст, тенденції та управління. *Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету*. 2020. № 1 (1). С. 6-16.
13. Зоря О. П., Яснолоб І. О., Аранчій Д. С. Теоретико-методологічні засади формування інвестиційної політики підприємства. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 8 (08). С. 89-93.
14. Зубчик О., Руденко Д. Вплив пандемії Covid-19 на інвестиційну політику держави в Україні. *Наукові перспективи (Naukovi perspektivi)*. 2023. №10 (40).
15. Кожем'якіна С. М., Ільїн В. Ю., Іщейкін Т. Є. Інвестиційна стратегія формування конкурентоспроможного потенціалу інноваційно орієнтованих підприємств в умовах управління змінами. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 7-8. С. 74-80.
16. Кривко А. Ф. Тренди інвестиційного розвитку підприємств готельного господарства України. *Проблеми системного підходу в економіці*. Вип. 2021. Т. 3. С. 83.
17. Ларка Л. С. Ризики в маркетинговій діяльності підприємств гостинності у повоєнний період. *Management*. 2022. Т. 30. №. 4. С. 205-214.
18. Мажара Г., Грекул А. Економіко-математичне моделювання оцінки інвестиційного потенціалу України. *Економіка та суспільство*. 2023. №. 52.
19. Міненко Є. С. Напрями забезпечення економічної безпеки України у сфері державної інвестиційної політики. The 5 th International scientific and practical conference: *Topical issues of modern science, society and education*. (November 28-30, 2021). SPC: Sci-conf. com. ual, Kharkiv, Ukraine. 2021. С. 1431.
20. Нечипорук О. В. Інвестиційна політика, її роль та місце в системі інвестиційної діяльності. *Східно-європейський науковий журнал*. 2021. № 5-2

(69). С. 9-17.

21. Нечипорук О. В. Світовий досвід формування інвестиційної політики держави. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2020. №. 4. С. 343-348.

22. Нечипорук О. Класифікаційні ознаки інструментарію інвестиційної політики держави. *Економіка та суспільство*. 2021. №. 26.

23. Нікольчук Ю. М. Готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, фінансове забезпечення, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку в Україні. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5 (508). С. 218-226.

24. Пазущан А. В., Черкас В. В. Інвестиційний контролінг як індикатор стабілізації системи антикризової політики підприємства та України у цілому. *Економічний простір*. 2020. № 161. С. 78-81.

25. Пронь Л. М. Інвестиційна політика та інвестиційний розвиток регіону: сутність та характеристика. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2022. Т. 33. № 72. С. 6.

26. Руденко Д. Особливості формування та реалізації державної інвестиційної політики в періоди епідемій та пандемій в Україні. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2024. № 1 (19).

27. Руцишин Н. М., Талах Ю. В. Орієнтири державної політики відновлення інвестиційної привабливості сфери торгівлі та внутрішнього ринку України. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2023. № 71. С. 21-28.

28. Рябов М. О. Інвестиційна привабливість галузей економіки. *Науково-практичні конференції кафедри ПТЛ (Економіка підприємства: теорія та практика: Всеукр. студент. наук.-практ. Інтернет-конф. та Підприємництво та торгівля: сучасний стан і перспективи розвитку: Міжнар. наук.-практ. конф.)*. 2023. № XII (20-21 квіт. 2023 р.). С. 72-74.

29. Садовська І., Нагірська К. Амортизаційна політика як джерело інвестиційної безпеки підприємств: обліково-фінансовий вимір. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59.

30. Сергійчук А.С. сучасний стан інвестиційної політики на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: збірник наукових праць XIII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції* (18 квітня 2024). Вінниця, 2024.

31. Скороход І. П., Залецька І. О. Перспективи та тенденції формування інвестиційної привабливості економіки України. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2021. № 2-2 (104). С. 44-53.

32. Соболева Г. Г. Інвестиційна привабливість підприємства. The 6th International scientific and practical conference: *Multidisciplinary scientific notes. Theory, history and practice*. (November 01–04, 2022) Edmonton, Canada. International Science Group. 2022. С. 162.

33. Стоцький В. Розвиток інвестиційної політики під впливом євроінтеграційних процесів. Збірник праць учасників VIII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції: *Фінансові інструменти регіонального розвитку*. (3 листопада 2022 р.). 2022. С. 239-242.

34. Тарабан С. В. Капітальні інвестиції як складова державної інвестиційної політики на регіональному рівні. *Університетські наукові записки*. 2020. № 2. С. 176-185.

35. Таран Л. В. Напрямки та завдання інвестиційної політики України в контексті національно-орієнтованої економіки. *Theory and practice of jurisprudence*. 2020. Т. 2. № 18. С. 11-11.

36. Тітенко З. М. Фінансове забезпечення інвестиційної діяльності підприємств. *Фінансові механізми сталого розвитку України в умовах сучасних викликів*. 2023. С. 328.

37. Цвілий С. Аналіз і оцінка інструментів стимулювання розвитку інвестиційного потенціалу туристичної індустрії. *Сталий розвиток економіки*. 2023. № 1 (46). С. 149-154.

38. Чайка К. С. Систематизація інституційного забезпечення

інвестиційної політики України. *Актуальні економіко-правові, соціальні та екологічні аспекти розвитку*. 2020. С. 123.

39. Чепелюк Г. М. Кредитно-інвестиційна політика держави у контексті фінансової та економічної безпеки: прикладний аспект. *Економіка та держава*. 2021. № 6. С. 68-72.

40. Офіційний сайт готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»: <https://drive-club.vn.ua> (дата звернення: 15.04.2024).

41. Чорнобай А. В. Інвестиційна складова політики доходів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 6. С. 48-51.

42. Шинкаренко В., Шинкаренко Л., Орлов Є. Аналіз інвестиційної привабливості галузей індустрії гостинності за допомогою математичних методів. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2023. № 1-2 (302-303). С. 135.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця А.1 – Визначення категорії «інвестиції»

Автор	Визначення
Борщ Л.М.	Основний інструмент формування мікро- і макроекономічних пропорцій, матеріальне забезпечення економічного зростання
Губарь О.В.	Вкладення капіталу у всіх його формах у різні об'єкти господарчої діяльності з метою отримання прибутку, а також досягнення економічного або позаекономічного ефекту, здійснення якого базується на ринкових принципах і пов'язано з факторами часу, ризику та ліквідності
Докієнко Л.М.Клименко В.В. Акімова Л.М.	Різні види активів, які вкладають в об'єкти підприємницької діяльності, різні програми та окремі проекти з метою отримання прибутку, досягнення певних соціальних або природоохоронних результатів
Загородній А.Г. Вознюк Г.Л., Партін Г.О.	Грошові, майнові, інтелектуальні цінності, що їх вкладають в об'єкти підприємницької та інші види діяльності з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту; капітальні вкладення в розвиток виробництва чи невиробничу сферу
Кейнс Дж.	Частина нагромадженого за певний період прибутку, що не була використана для споживання
Кене Ф.	Сума початкових авансів або капітальних вкладень з метою одержання прибутку
Ковальчук С.В., Гвоздецька І.В.	Вкладення капіталу в об'єкти підприємницької діяльності або соціальної сфери з метою забезпечення його результативності в майбутньому
Коган А.Б.	Грошові кошти, що вкладаються в різні активи з метою отримання прибутку чи в інших цілях
Мертенс А.В.	Процес створення нового капіталу (включаючи як засоби виробництва, так і людський капітал)
	Придбання реальних чи фінансових активів, тобто це сьогоdnішні затрати, метою яких є одержання майбутніх вигод
Оксютік Г.П.	Довгострокове вкладення капіталу, грошових коштів в які-небудь підприємства, організації, довгострокові проекти і т.д. з метою отримання прибутку
Сіроткін С.А. Кельчевська Н.Р. Виварець К.А.	Грошові кошти, банківські вклади, акції, облігації і інші цінні папери, обладнання, технології, будь-яке інше рухоме і нерухоме майно чи майнові права, авторські права, інтелектуальні цінності, що вкладаються в об'єкти підприємницької та іншої діяльності в цілях отримання прибутку (доходу) чи отримання іншого позитивного ефекту (соціального, екологічного і т.д.)
Хачатуров Т.С.	Витрати на виробництво основних засобів, їх збільшення та удосконалення

ДОДОТОК Б

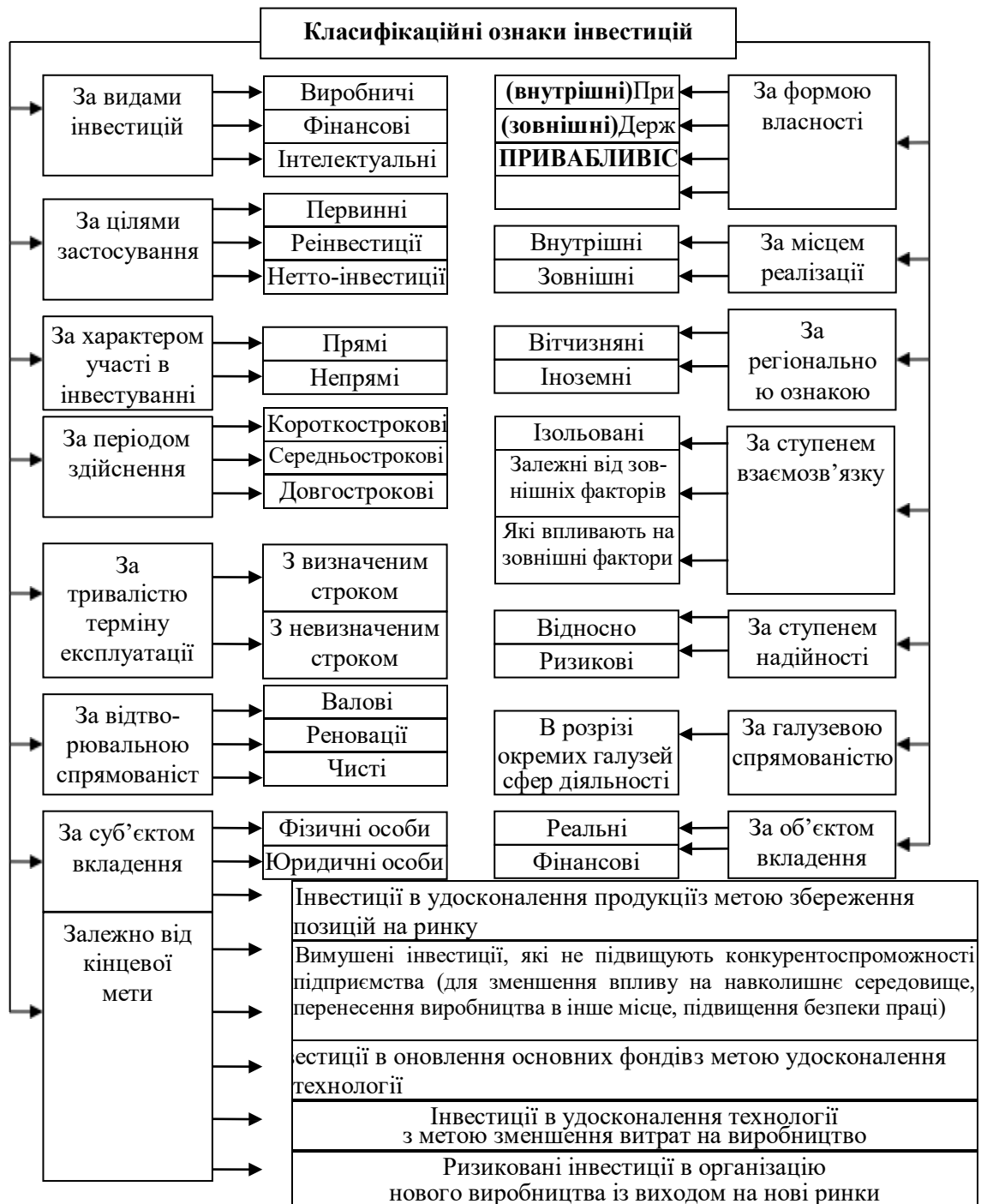


Рисунок Б. 1 – Класифікація інвестицій за окремими ознаками

ДОДОТОК В

Таблиця В.1 – Тлумачення поняття «інвестиційна привабливість підприємства» в економічній літературі [24]

Автор/Джерело	Тлумачення поняття «інвестиційна привабливість підприємства»
«Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій»	Рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, яке може визначатися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, зокрема інтегрального оцінювання.
Економічна енциклопедія / відп. ред. С.В. Мочерний	Характеристика підприємства чи будь-якого суб'єкта господарської діяльності, яка враховує суперечливі цілі інвестора: максимальний прибуток за мінімального ризику на певному об'єкті. Визначається на засадах системного підходу, що ґрунтується на єдності та взаємодії його аспектів: технічного, географічного, трудового, організаційного, екологічного, ресурсного, фінансово-економічного, правового та комерційного.
Фінансовий словник / А.Г. Загородній, Г.А. Вознюк, Т.С. Смовженко	Узагальнююча характеристика переваг і недоліків інвестування окремих об'єктів чи напрямів з позиції конкретного інвестора.
Андраш О.А.	1) відносне поняття, що відображає думку певної групи інвесторів відносно співвідношення рівня ризику, рівня прибутковості і вартості фінансових ресурсів в тій або іншій державі, регіоні, галузі, підприємстві; 2) сукупність деяких об'єктивних ознак, властивостей, засобів, можливостей економічної системи, яка обумовлює потенційний платіжний попит на інвестиції; 3) показник, який характеризує можливість генерування максимального прибутку інвестора.
Бланк І.О	Інвестиційна привабливість підприємства являє собою аналіз інвестиційної привабливості підприємства на основі фінансових показників таких як: фінансова стійкість, прибутковість, ліквідність активів та оборотність активів.
Брюховецька Н.Ю.	Інвестиційна привабливість підприємства – це збалансована система інтегральних та комплексних показників доцільності вкладання капіталу інвестором в об'єкт інвестування, яка відображає сукупність об'єктивних та суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування.
Євтушенко С.О.	Інвестиційна привабливість підприємства – це сукупність характеристик його виробничої, комерційної, фінансової і управлінської діяльності та особливостей інвестиційного клімату, що свідчать про доцільність здійснення інвестицій.

Продовження табл. В.1

Задорожня Я.Є., Дядечко Л.П.	Інвестиційна привабливість – це комплекс різноманітних факторів, перелік і вага яких може змінюватись в залежності від: цілей інвесторів; виробничо-технічних особливостей підприємства, у яке інвестуються кошти; економічного розвитку підприємства у минулому, на теперішній час, а також очікуваного у майбутньому економічного розвитку.
Мельник О.Г., Логвиненко Ю.Л.	Сукупність фінансово-економічних, соціальних, матеріально-технічних, виробничих, ринкових та інших характеристик підприємства з урахуванням рейтингів інвестиційної привабливості країни, регіону, місця розташування підприємства та галузі його функціонування, яка забезпечує пріоритетне становище підприємства у конкурентній боротьбі за інвестиційні ресурси.
Чорна Л.О.	Сукупність економіко-психологічних характеристик фінансово-господарської діяльності підприємства, які відповідають вимогам інвестора та забезпечують досягнення ефекту від вкладень при відповідному рівні ризику.
Чупіс А.В.	Інвестиційна привабливість – це рівень задоволення фінансових, торгівельних, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора стосовно інвестування конкретного підприємства.
Щиборщ К.В.	Поняття «інвестиційна привабливість підприємства» має різний зміст для кредитора (банку) та інвестора (акціонера). Якщо для банку інвестиційна привабливість підприємства визначається його платоспроможністю, то для акціонера – ефективністю господарської діяльності (прибутком на сукупні активи).

ДОДАТОК Г

Таблиця Г.1 – Можливості для інвестування у готельно-ресторанне господарство [20]

Характер інвестицій	Переваги	Недоліки
Підприємство, що повністю належить іноземному капіталу (Іноземна дочірня компанія повністю володіє акціонерним капіталом протягом необмеженого часу)	Жодних фінансових ризиків для країни, що приймає. Вихід на новий ринок готельних послуг	Значний відтік доходів, отриманих від готельного бізнесу за кордон. Складно враховувати державну політику у галузі розвитку туризму
Спільне підприємство (Підприємство залучає засновника-партнера для спільного ведення бізнесу)	Доступ до додаткових фінансових ресурсів. Доступ до міжнародних маркетингових систем. Зниження ризику. Менший відтік доходів	Вимога про наявність певних власних коштів. Розподіл ризиків. Імовірність, несприятливі умови у контрактах між партнерами, управлінні
Франчайзинг (Місцева компанія набуває право здійснювати діяльність обумовленим чином під фірмовою маркою іншої компанії)	Передача управлінських і маркетингових знань. Гарантований стандарт якості. Репутація фірмової марки	Управлінський ризик. Необхідність оплати обумовленого відсотку від прибутку у рамках франчайзингу
Контракти на управління (Іноземна компанія здійснює контроль та управління комерційною діяльністю без права)	Можлива передача знань, навичок та технологій на основі підставі угоди про співробітництво	Відсутній повний контроль фінансів, управління та планування
Готельні консорціуми (Незалежні готелі об'єднують свої ресурси з тим, щоб конкурувати з інтегрованими та франчайзинговими мережами)	Спільна національна та міжнародна діяльність (рекламні кампанії, інформаційні системи, фінансова політика)	Дрібні готелі можуть не розглядатись як привабливі партнери по консорціуму. Первісно відсутня репутація фірмової марки
Підприємство, яке повністю належить національному капіталу (Вітчизняні інвестиції, пов'язані з іноземним)	Менш значний відтік доходів за кордон. Незалежність у прийнятті стратегій	Слабка міжнародна репутація. Високі витрати на маркетинг

Продовження Додатку Г

Таблиця Г.2 – Фактори впливу на інвестиційну привабливість [14]

Фактори опосередкованого впливу	Фактори безпосереднього впливу
Галузева приналежність	Виробнича програма
Географічне місце розташування	Маркетингова діяльність
Наявність і доступність природних ресурсів	Управлінський облік і контролінг
Екологічна ситуація	Корпоративне управління
Культура і освіта населення	Кадровий потенціал
Економічна стабільність України	Юридична діяльність
Соціально-політична стабільність	Технологія виробництва
Нормативно – правове поле сфери діяльності підприємства	Наявність плану стратегії розвитку
Інформаційне поле	Конкурентоспроможність
Пільги для інвесторів	Унікальність об'єкту
Розвинута інфраструктура	Тривалість інвестиційної програми
Ступінь економічної свободи підприємств	Рейтинг підприємства в галузі
Позиція України на світовому ринку	Платіжна дисципліна
Наявність у держави органів, що контролюють інвестиційний процес	Стан майна і фінансових ресурсів
Темпи інфляції	Розмір витрат
Можливість експортувати продукцію	Структура капіталу
Рівень доходів населення	-
Конкуренція в галузі	-

ДОДАТОК Д

Таблиця Д.1 – Характеристика факторів, що впливають на інвестиційну привабливість підприємств готельно-ресторанного бізнесу [3]

Фактори	Складові факторного впливу
Зовнішні	
Інвестиційна привабливість країни	динаміка ВВП; динаміка валютного курсу; рівень попиту на вироблену продукцію; динаміка фондових індексів; рівень ставок банківського кредитування; податкове оточення; динаміка і структура закордонних інвестицій в економіку країни
Інвестиційна привабливість галузі	прибутковість галузі (прибутковість активів, прибутковість власного капіталу підприємств галузі за умови наявного галузевого фінансового левериджу, прибутковість реалізованої продукції); перспективність розвитку галузі (вагомість галузі в економіці країни, забезпеченість перспектив зростання власними фінансовими ресурсами, ступінь державної підтримки розвитку галузі, розвиток науково-технічної та сировинної бази галузі, який вимірюється на основі експертних оцінок); інвестиційні ризики (рівень конкуренції в галузі, рівень інфляційної стійкості продукції галузі, соціальна напруга галузі)
Інвестиційна привабливість регіону	рівень загальноекономічного розвитку; рівень розвитку інвестиційної інфраструктури регіону; демографічна характеристика регіону; рівень розвитку ринкових відносин та комерційної інфраструктури регіону; рівень криміногенних, екологічних ризиків
Внутрішні	
Спеціалізація	ринкова ніша; потенціал розширення кола споживачів; частка ринку спеціалізованих закладів;
Стан матеріально-технічної бази	забезпеченість основними фондами; відповідність обсягу і структури матеріально-технічної бази спеціалізації закладу; ступінь зносу основних фондів; ступінь оновлення основних фондів
Кадрове забезпечення	рівень кваліфікації обслуговуючого персоналу; відповідність кількості та структури кадрів спеціалізації та розмірам закладу; рівень менеджменту; організаційна структура управління
Маркетингове забезпечення	наявність маркетингової стратегії, цінової політики, рекламної політики, акційної політики, інформаційної політики
Гудвіл	наявність ліцензій, прав, патентів; імідж; ділова репутація; наявність веб-сайту в мережі Інтернет
Фінансово-майновий стан	рівень прибутковості, платоспроможності, ліквідності, ділової активності, фінансової стійкості; рівень фінансового і комерційного ризику

ДОДАТОК Ж



Рисунок Ж.1 – Територія готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»



Рисунок Ж.2 – Екстер'єр готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Продовження Додатку Ж

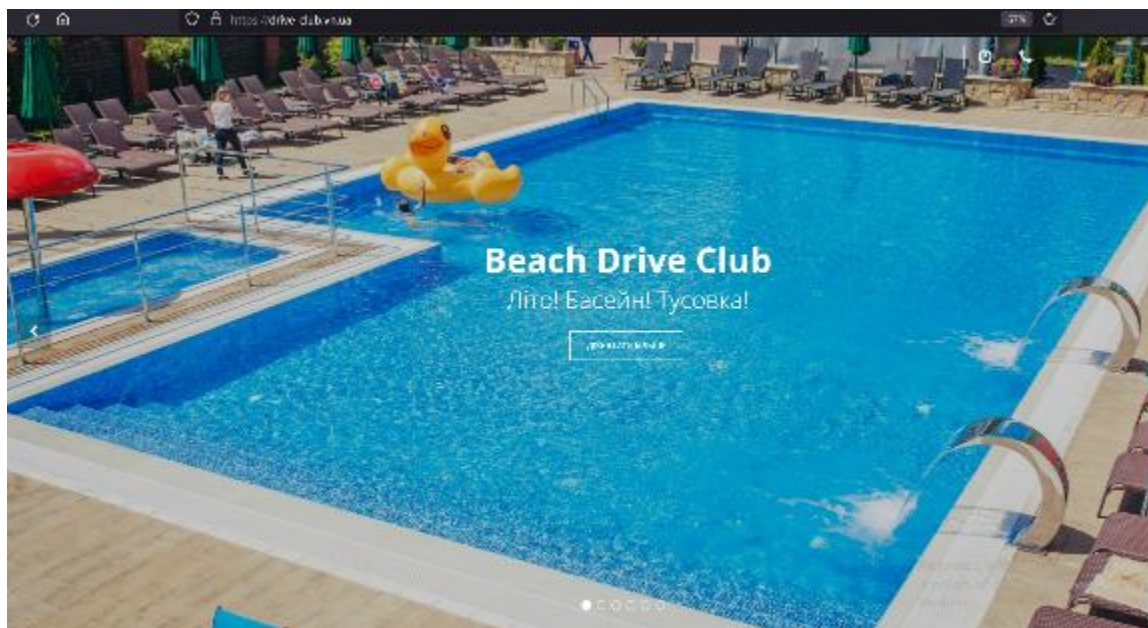


Рисунок Ж.3 – Басейн готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»



Рисунок Ж.4 – SPA готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Продовження Додатку Ж



Рисунок Ж.5 – Оформлення подій у готельно-ресторанному комплексі
«Drive Club»



Рисунок Ж.6 – Нова літня тераса у готельно-ресторанному комплексі
«Drive Club»

Продовження Додатку Ж



Рисунок Ж.7 – Оновлена бесідка на 25 гостей у готельно-ресторанному комплексі «Drive Club»

Вам можна не хвилюватися за смак чи декор свого торта, за спосіб замовлення і вчасну його доставку — усі організаційні моменти Drive Club бере на себе.



Вам лише потрібно насолоджуватися своїм святом, а солодкий десерт до вашого бенкету ми зробимо, повірте, незабутнім.

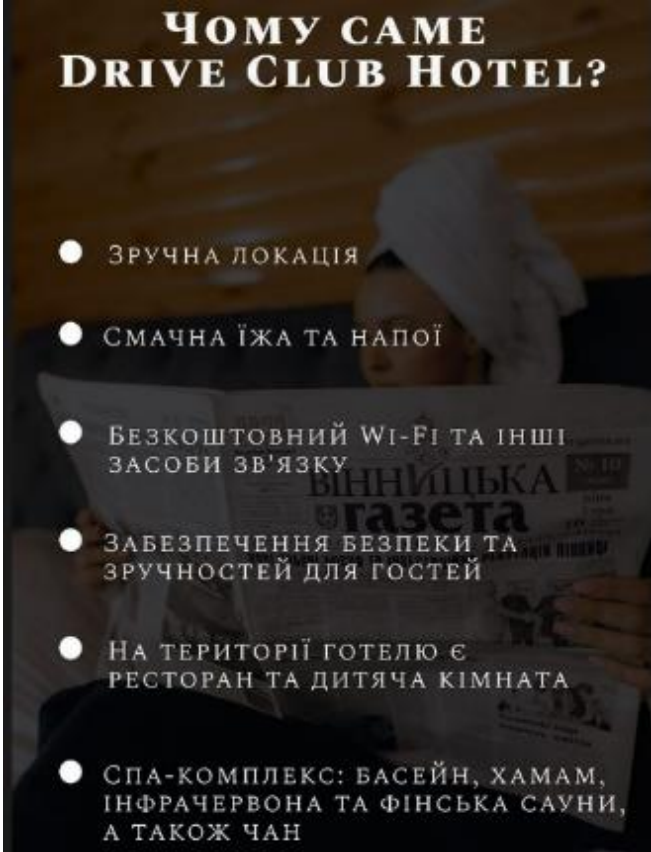
Рисунок Ж.8– Нові послуги кондитера у «Drive Club»

ДОДАТОК К



Рисунок К.1 – Приклад інтер'єру у готельно-ресторанному комплексі
«Drive Club»

Продовження Додатку К



ЧОМУ CAME DRIVE CLUB HOTEL?

- ЗРУЧНА ЛОКАЦІЯ
- СМАЧНА ЇЖА ТА НАПОЇ
- БЕЗКОШТОВНИЙ WI-FI ТА ІНШІ ЗАСОБИ ЗВ'ЯЗКУ
- ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТА ЗРУЧНОСТЕЙ ДЛЯ ГОСТЕЙ
- НА ТЕРИТОРІЇ ГОТЕЛЮ Є РЕСТОРАН ТА ДИТЯЧА КІМНАТА
- СПА-КОМПЛЕКС: БАСЕЙН, ХАМАМ, ІНФРАЧЕРВОНА ТА ФІНСЬКА САУНИ, А ТАКОЖ ЧАН

ЯКА ЦІНА ЗА ДОБУ У DRIVE CLUB HOTEL?

“СТАНДАРТ”
ДВОМІСНЕ РОЗМІЩЕННЯ 900 ГРН ЗА ДОБУ

“ПОКРАЩЕНИЙ СТАНДАРТ”
ДВОМІСНЕ РОЗМІЩЕННЯ 1050 ГРН ЗА ДОБУ



Додаткове спальне місце +300 грн
Комбо-сніданок +200 грн за 1

Рисунок К.2 – Інформація про готель у готельно-ресторанному комплексі
«Drive Club»

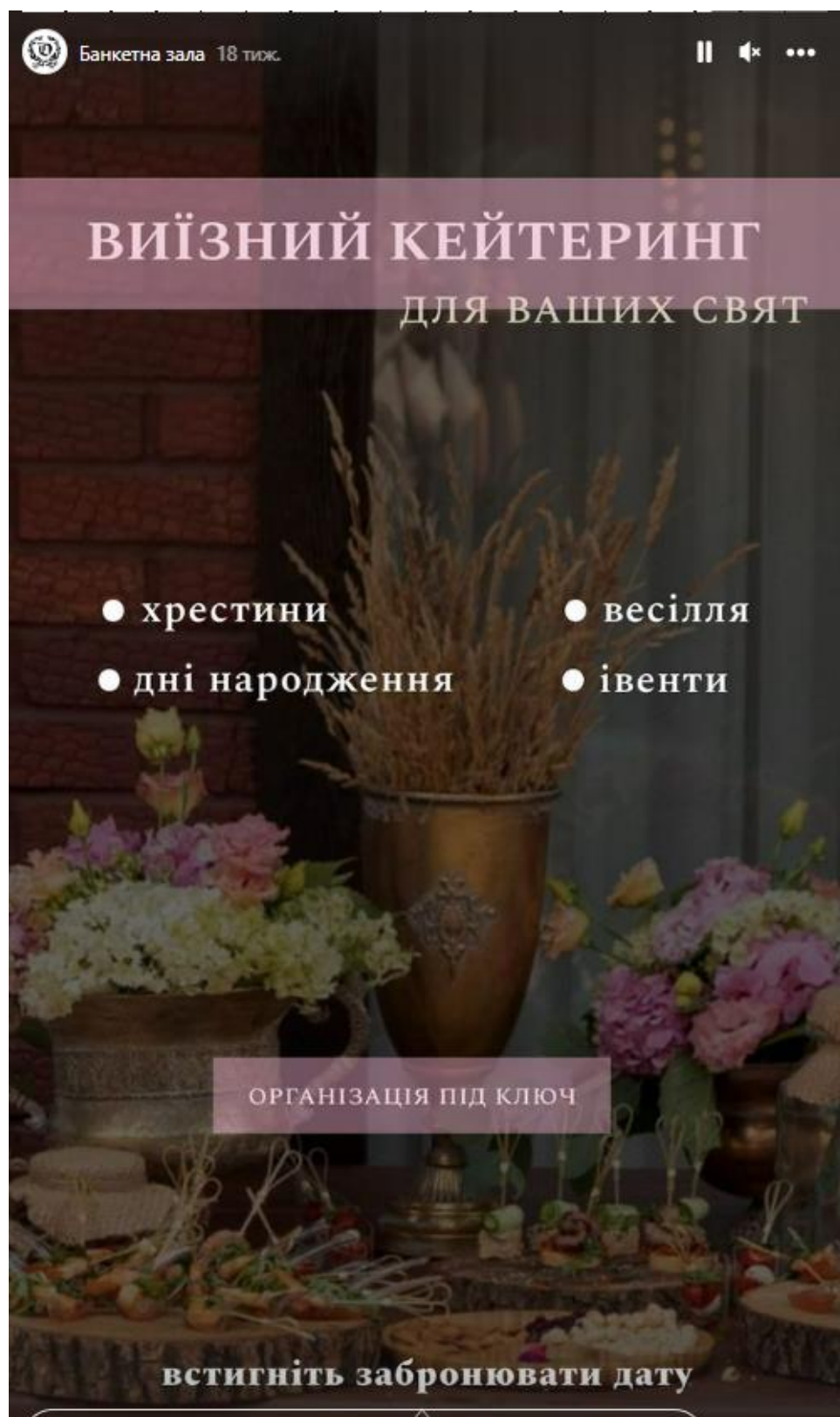


Рисунок К.3 – Кейтеринг у готельно-ресторанному комплексі «Drive Club»

Продовження Додатку К



Рисунок К.4 – Бізнес-ланчі у готельно-ресторанному комплексі «Drive Club»



Рисунок К.5 – Коктейлі у готельно-ресторанному комплексі «Drive Club»

ДОДАТОК Л

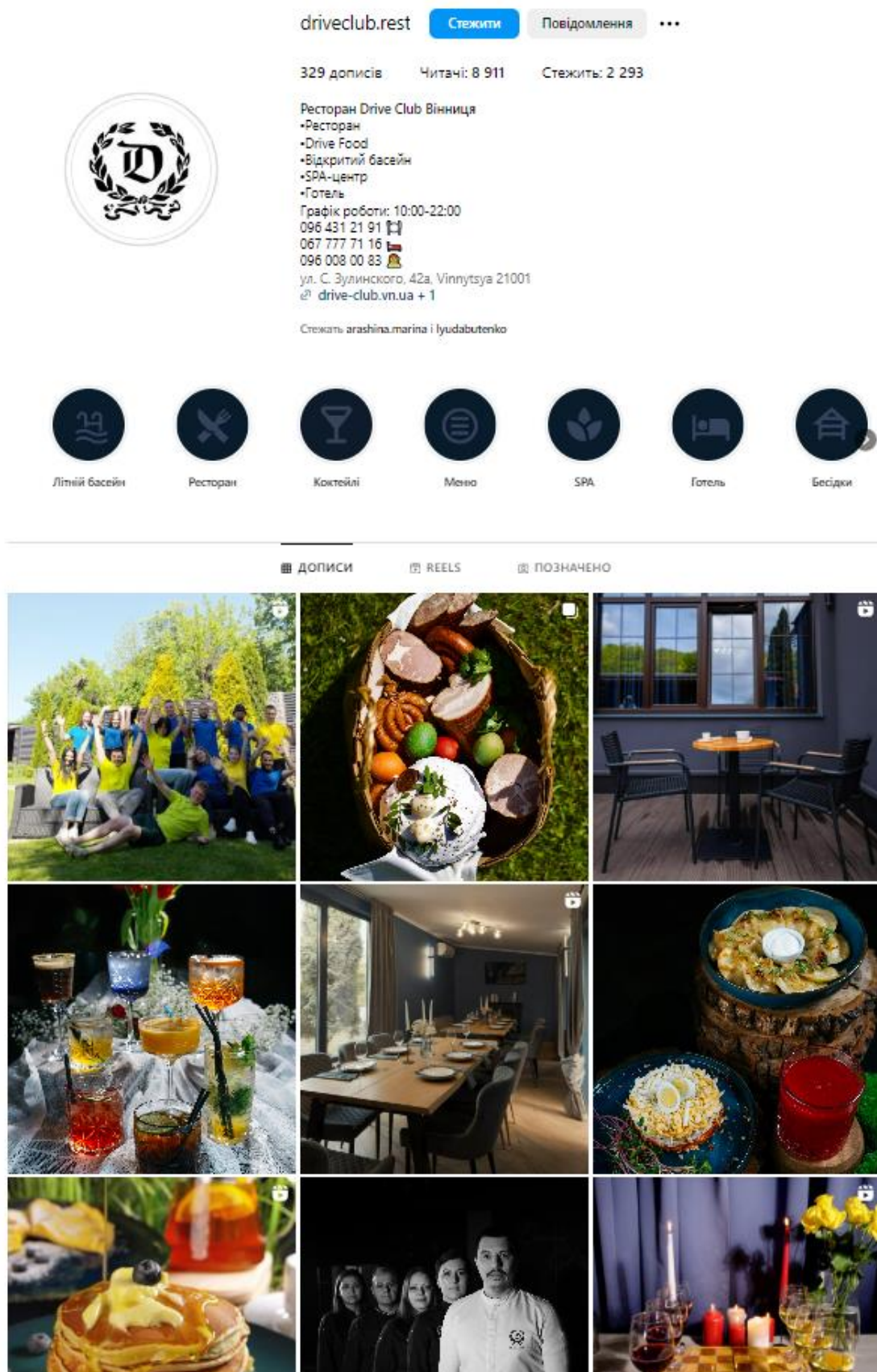


Рисунок Л.1 – Сторінка у Instagram готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Продовження Додатку Л



Рисунок Л.2 – Персонал готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

ДОДАТОК М

Анкета для відвідувачів готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

Шановні відвідувачі!

Дякуємо, що обрали готельно-ресторанний комплекс «Drive Club» для Вашого відпочинку!

Нам дуже важливо Ваша думка, адже саме вона допоможе нам зробити наш комплекс ще кращим. Будь ласка, приділіть декілька хвилин, щоб відповісти на декілька запитань цієї анкети.

1. Як Ви насправді дізналися про готельно-ресторанний комплекс «Drive Club»?

- ☐ Реклама в ЗМІ (вказати де)
- ☐ Реклама в Інтернеті (вказати де)
- ☐ Рекомендації друзів/знайомих
- ☐ Інше (вказати)

2. Які послуги готельно-ресторанного комплексу «Drive Club» Ви використовували під час Вашого візиту?

- ☐ Проживання
- ☐ Харчування (ресторан, кафе)
- ☐ Спа-центр
- ☐ Тренажерний зал
- ☐ Конференц-зал
- ☐ Інші (вказати)

3. Чи задоволені Ви якістю послуг, що надаються в готельно-ресторанному комплексі «Drive Club»?

- ☐ Так, повністю задоволений(а)
- ☐ Скоріше задоволений(а)
- ☐ Ні, не зовсім задоволений(а)
- ☐ Не задоволений(а)

4. Які послуги, на Вашу думку, могли б бути додані в готельно-ресторанному комплексі «Drive Club», щоб зробити Ваш відпочинок ще кращим?

- ☐ Дитячий басейн/майданчик
- ☐ Тренажерний зал
- ☐ Масажний кабінет
- ☐ Більярд/настільний теніс
- ☐ Караоке
- ☐ Інші (вказати)

5. Чи готові Ви рекомендувати готельно-ресторанний комплекс «Drive Club» своїм друзям та знайомим?

- ☐ Так, безумовно

Продовження Додатку М

- ☐ Швидше за все так
- ☐ Не впевнений(а)
- ☐ Ні, не буду рекомендувати

6. Які ще зауваження або пропозиції Ви маєте щодо покращення роботи готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»?

Дякуємо за Ваші відгуки!

Ваша думка для нас дуже важлива!

З повагою,

Адміністрація готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»

P.S. Будь ласка, заповніть цю анкету та опустіть її в спеціальну скриньку, яка знаходиться на рецепції готелю.