

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ
ІННОВАЦІЙНОЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему: «УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ»**

**здобувача освіти за ОС «бакалавр»
денної форми навчання**

**галузь знань 07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»
спеціальність 073 «МЕНЕДЖМЕНТ»
освітньо-професійна програма «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ»**

ТІМОШЕНКО МАРІЇ ВАДИМІВНИ

**Науковий керівник:
к.е.н. доц. Кальний Сергій Володимирович**

Рекомендовано до захисту
на засіданні кафедри менеджменту
інноваційної та інвестиційної діяльності
протокол № 16 від 14 червня 2023 р.

Завідувач кафедри
_____ д.е.н., професор Ситницький М. В.

Київ – 2023

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Економічний факультет
Кафедра менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності

"Затверджую"

Завідувач кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності, д.е.н. **Ситницький М.В.**
«25» листопада 2022 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу бакалавра
здобувача освіти за ОС «бакалавр» денної форми навчання
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальність 073 «Менеджмент»
освітньо-професійна програма «Менеджмент організацій»
ТІМОШЕНКО МАРІЇ ВАДИМІВНИ
(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи: Управління інвестиційною діяльністю підприємства сфери послуг.

затверджена на засіданні кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності, протокол №5 від 25.11. 2022 р.

2. Строк завершення роботи: 05.06.2023

3. Підсумковий передзахист роботи: 31.05.2023

4. Предмет дослідження: методи та інструменти управління інвестиційною діяльністю ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ».

5. Об'єкт дослідження: процес управління інвестиційною діяльністю підприємства сфери послуг.

6. Мета і завдання дослідження:

Мета- дослідження управління інвестиційною діяльністю підприємства сфери послуг та розробка рекомендацій підвищення його ефективності.

Завдання:

6.1. охарактеризувати поняття, цілі та завдання управління інвестиційною діяльністю підприємства;

6.2. розглянути методи управління інвестиційною діяльністю підприємства;

- 6.3. здійснити аналіз інвестиційної діяльності ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»;
- 6.4. дослідити політику управління інвестиційною діяльністю ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»;
- 6.5. запропонувати заходи щодо підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»;
- 6.6 розробити для впровадження на ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» інвестиційний проєкт.

Календарний план виконання завдання

| № | Зміст виконаної роботи | Строки виконання | Відмітка керівника про виконання |
|-----|--|--------------------------|----------------------------------|
| 1. | Вибір теми бакалаврської роботи | жовтень 2022 | виконано |
| 2. | Затвердження теми бакалаврської роботи | листопад 2022 | виконано |
| 3. | Розробка плану виконання роботи і узгодження його з науковим керівником | листопад - грудень 2022 | виконано |
| 4. | Пошук інформаційних та наукових джерел для написання першого розділу, робота над першим розділом | грудень 2022 -лютий 2023 | виконано |
| 5. | Оформлення першого розділу та подання його на розгляд науковому керівникові | лютий - березень 2023 | виконано |
| 6. | Пошук інформаційних матеріалів і робота над другим розділом | березень - квітень 2023 | виконано |
| 7. | Оформлення другого розділу та подання його на розгляд науковому керівникові | квітень 2023 | виконано |
| 8. | Підготовка третього (конструктивного) розділу | травень 2023 | виконано |
| 9. | Попередній передзахист роботи | 10.05.2023 | виконано |
| 10. | Доопрацювання та остаточне оформлення роботи з урахуванням пропозицій попереднього захисту і зауважень наукового керівника | травень 2023 | виконано |
| 11. | Підсумковий передзахист роботи Остаточне затвердження змісту та структури роботи. | 31.05.2023 | виконано |
| 12. | Усунення зауважень, що були зроблені на підсумковому передзахисті роботи | травень-червень 2023 | виконано |
| 13. | Завершення написання роботи | 05.06.2023 | виконано |
| 14. | Перевірка роботи на плагіат | червень 2023 | виконано |
| 15. | Зовнішнє рецензування бакалаврської роботи | червень 2023 | виконано |
| 16. | Рекомендація бакалаврської роботи до захисту на засіданні кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності | червень 2023 | виконано |

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ | 5 |
| 1.1. Поняття, цілі та завдання управління інвестиційною діяльністю підприємства..... | 5 |
| 1.2. Методи управління інвестиційною діяльністю підприємства. | 12 |
| РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»..... | 21 |
| 2.1. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства..... | 21 |
| 2.2. Дослідження політики управління інвестиційною діяльністю підприємства..... | 28 |
| РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» | 36 |
| 3.1. Рекомендації щодо підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю підприємства..... | 36 |
| 3.2. Розробка та впровадження інвестиційного проєкту на підприємстві. | 43 |
| ВИСНОВКИ..... | 52 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 55 |

ВСТУП

Актуальність теми. Туристична галузь є однією з найдинамічніших галузей світової економіки. За останні роки спостерігається постійне зростання туристичного попиту, а це призводить до збільшення обсягів туристичних послуг та інвестицій у цей сектор. Отже, виникає необхідність в розробці та впровадженні ефективних стратегій управління інвестиційною діяльністю підприємствами сфери туристичних послуг.

Крім того, управління інвестиціями в туристичній галузі є складним завданням, оскільки вимагає знання специфіки галузі, аналізу ринкових тенденцій та конкурентної ситуації. Підприємства сфери послуг у туризмі повинні ефективно використовувати інвестиції для розвитку нових туристичних продуктів, покращення якості обслуговування та залучення нових клієнтів.

Додатковою актуальністю даної теми є постійна зміна технологій та розвиток цифрових медіа, що значно впливають на туристичну галузь. Реклама та маркетингові стратегії, пов'язані з інтернетом та соціальними медіа, набувають все більшої ваги. Підприємства сфери туристичних послуг повинні адаптуватися до цих змін та ефективно використовувати інвестиції для реклами та просування своїх послуг в онлайн-середовищі.

Отже, управління інвестиційною діяльністю підприємств сфери туристичних послуг потребує дослідження та розробки ефективних стратегій. Вивчення цієї теми дозволить знайти шляхи покращення фінансової стійкості підприємств, залучення нових інвестицій та досягнення конкурентних переваг на ринку туристичних послуг.

Мета роботи: дослідження управління інвестиційною діяльністю підприємства сфери послуг та розробка рекомендацій підвищення його ефективності.

Для досягнення мети було поставлено наступні **завдання:**

- охарактеризувати поняття, цілі та завдання управління інвестиційною діяльністю підприємства;

- розглянути методи управління інвестиційною діяльністю підприємства;
- здійснити аналіз інвестиційної діяльності ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»;
- дослідити політику управління інвестиційною діяльністю ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»;
- запропонувати заходи щодо підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»;
- розробити для впровадження на ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» інвестиційний проєкт.

Об'єкт дослідження: процес управління інвестиційною діяльністю підприємства сфери послуг.

Предмет дослідження: методи та інструменти управління інвестиційною діяльністю ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ».

Інформаційною базою дослідження послужили матеріали вітчизняної та зарубіжної наукової літератури, статистичні дані підприємства, електронні джерела.

Практична значущість роботи полягає у розробці рекомендацій щодо підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю підприємства сфери послуг та пропозиція впровадження розробленого інвестиційного проєкту на ПП «Туристична компанія «Дві валізи».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел в кількості 90 шт. Містить 5 рисунків, 9 таблиць.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ

1.1. Поняття, цілі та завдання управління інвестиційною діяльністю підприємства.

Інвестиційний менеджмент бізнес — це процес планування, координації та контролю інвестиційної діяльності підприємства для досягнення стратегічних цілей організації [13, с. 45-46].

Основна мета управління інвестиційною діяльністю полягає в забезпеченні ефективного використання фінансових ресурсів підприємства, щоб забезпечити його стійкий розвиток та збільшення прибутку. Це досягається через ретельне вивчення ринкових умов, конкурентних переваг та потреб споживачів [23, с. 16-19].

Управління інвестиційною діяльністю передбачає вирішення таких завдань, як:

1. Планування інвестиційної діяльності: визначення стратегії та об'єктів інвестування, аналіз ринку, конкурентів, потреб споживачів та інших факторів, які впливають на успішність інвестиційних проектів.
2. Вибір інвестиційних проектів: оцінка інвестиційних проектів, ранжування їх за пріоритетністю, врахування ризиків, розрахунок ефективності.
3. Фінансування інвестиційної діяльності: залучення необхідних фінансових ресурсів, врахування різних джерел фінансування, забезпечення балансу між залученим та власним капіталом.
4. Реалізація інвестиційних проектів: планування та контроль реалізації проектів, координація роботи залучених фахівців та підрядників.
5. Аналіз результатів інвестиційної діяльності: оцінка ефективності інвестиційних проектів, забезпечення моніторингу та аналізу результатів, коригування стратегії та управління інвестиціями.

6. Контроль ризиків: ідентифікація, оцінка та контроль ризиків, що виникають в процесі інвестування, розробка планів дій у разі непередбачуваних обставин.

7. Управління портфелем інвестицій: розробка та виконання стратегії управління портфелем інвестицій, ранжування проектів за рівнем ризику та доходністю, оптимізація структури портфеля.

8. Комунікації з зацікавленими сторонами: забезпечення інформаційної відкритості та прозорості управління інвестиційною діяльністю, взаємодія з акціонерами, інвесторами, фінансовими установами, органами державного управління та іншими зацікавленими сторонами.

Управління інвестиційною діяльністю є важливою складовою стратегії розвитку будь-якого підприємства. Це процес, який передбачає вибір та розподіл фінансових ресурсів на різні напрямки з метою отримання максимально можливого результату. Ефективне управління інвестиційною діяльністю включає у себе не тільки правильний вибір інвестиційних проектів, але й контроль за їх реалізацією та постійний аналіз їх ефективності [77, с. 67].

Для досягнення максимальної прибутковості та конкурентоспроможності на ринку послуг, необхідно вірно вибрати напрямки розвитку та інвестиційні проекти, які найбільше підходять для компанії. Наприклад, для підприємства, яке спеціалізується на виробництві продукції, можуть бути вигідні інвестиції у нові технології, які дозволять знизити витрати на виробництво та підвищити якість продукту.

Крім того, управління інвестиційною діяльністю має бути спрямоване на досягнення довгострокових цілей сталого зростання та розвитку бізнесу. Наприклад, компанія може інвестувати в розвиток нових сфер діяльності, які можуть стати додатковим джерелом доходу і підвищити конкурентоспроможність компанії.

Ефективне управління інвестиційною діяльністю підприємства включає в себе не тільки розробку стратегії та планування інвестиційних проектів, але й їх реалізацію та контроль за їхнім виконанням. Керівництво компанії

повинно бути в змозі оцінювати ризики, пов'язані з інвестиційними проектами, та вчасно приймати рішення щодо їхньої корекції. [17, с. 24-25].

Підприємство повинно мати чітко сформульовану інвестиційну стратегію, яка визначає цілі та напрямки інвестування. Важливо враховувати такі фактори, як ринкова конкуренція, технологічний розвиток, макроекономічні умови, динаміку ринкової ціни на акції та інші фактори, які можуть впливати на доходність та ризик інвестиційних проектів.

Також ефективну систему управління ризиками, яка дозволяє знизити ризики та збільшити прибутковість інвестицій. Цього можна досягти шляхом диверсифікації портфелів, зменшення коефіцієнтів заборгованості та використання фінансових інструментів для хеджування від коливань обмінного курсу, інфляції та інших ризиків.

Для досягнення цих мет цілком може бути достатньо використовувати внутрішні ресурси підприємства, такі як прибуток від діяльності, що генерується в результаті продажу продукції або послуг. Однак, на деяких етапах розвитку підприємства може виникнути потреба в залученні зовнішніх ресурсів, таких як позики, випуск акцій або облігацій. Важливо правильно підібрати спосіб фінансування проектів та контролювати ризики, щоб забезпечити стійкість підприємства та максимізувати прибуток.

Ефективне управління інвестиційною діяльністю включає в себе аналіз та вибір проектів для інвестування, їх реалізацію, контроль за результатами та оптимізацію витрат. Для цього необхідно вивчати ринок, визначати конкурентоспроможність продукції або послуг, проводити ретельний аналіз фінансових показників, враховувати ризики та можливість отримання прибутку.

Крім того, управління інвестиційною діяльністю повинно бути гнучким та адаптивним до змін на ринку та внутрішніх факторів підприємства. Важливо вести моніторинг фінансових ринків та прогнозувати можливі зміни, щоб вчасно реагувати та приймати необхідні рішення [69, с. 112-113].

Отже, ефективне управління інвестиційною діяльністю підприємства є ключовим для досягнення його стратегічних цілей та стійкого розвитку на ринку. Воно повинно бути підтримане кваліфікованими фахівцями.

Основна мета управління інвестиційною діяльністю полягає в забезпеченні ефективного використання фінансових ресурсів підприємства, щоб забезпечити його стійкий розвиток та збільшення прибутку. Це досягається через ретельне вивчення ринкових умов, конкурентних переваг та потреб споживачів.

Основні цілі управління інвестиційною діяльністю підприємства включають:

1. Забезпечення ефективного використання фінансових ресурсів: однією з ключових мета цього процесу є максимізація прибутку та зниження витрат на інвестиції шляхом ефективного використання ресурсів. Управління інвестиційною діяльністю підприємства повинно забезпечувати оптимальне співвідношення між ризиком та доходом, а також визначенням оптимальних методів фінансування проектів.

2. Забезпечення стійкого розвитку підприємства: інвестиційна діяльність повинна забезпечувати розвиток компанії та збільшення її конкурентоспроможності. Для досягнення цієї мети важливо враховувати фактори, які впливають на прибутковість і довгострокову прибутковість бізнесу.

3. Гарантовано підвищити ринкову вартість компанії: керівництво інвестиційною діяльністю компанії має забезпечити збільшення ринкової вартості компанії та її валового прибутку на акцію. Для досягнення цієї мети необхідно враховувати потреби та очікування інвесторів.

4. Забезпечити диверсифікацію портфеля: управління інвестиційною діяльністю компанії має бути спрямоване на диверсифікацію портфеля, тобто на розподіл ресурсів між різними активами для мінімізації ризиків і забезпечення стабільності доходу.

5. Забезпечення дотримання законодавства та етичних стандартів: управління інвестиційною діяльністю повинно відповідати вимогам законодавства та етичних стандартів. Це включає у себе дотримання вимог щодо використання ресурсів, збереження навколишнього середовища, прав працівників та інших соціальних та етичних стандартів.

6. Забезпечення розширення ринків збуту: інвестиційна діяльність повинна сприяти розширенню ринків збуту продукції та послуг компанії. Це можна досягти за допомогою розвитку нових продуктів та послуг, розширення географії продажів, залучення нових клієнтів та збереження існуючих.

7. Забезпечення інноваційного розвитку: управління інвестиційною діяльністю підприємства повинно сприяти розвитку нових технологій, продуктів та послуг, що забезпечує конкурентну перевагу компанії. Інноваційний розвиток може забезпечити стабільний прибуток і успішне ринкове позиціонування компанії в майбутньому.

Отже, управління інвестиційною діяльністю підприємства має бути орієнтоване не тільки на максимізацію прибутку, але й на створення стабільних умов для подальшого розвитку та забезпечення ефективного використання ресурсів підприємства. Однією з ключових задач керівництва є забезпечення ефективного управління ризиками, що пов'язані з інвестиційною діяльністю, щоб зменшити можливість фінансових втрат та забезпечити стабільність доходів.

Управління інвестиційною діяльністю підприємства має забезпечувати диверсифікацію портфеля інвестицій, тобто розподіл ресурсів між різними активами для зменшення ризику та забезпечення стабільності доходів. Також важливо ретельно вивчити потенційний ринок та визначити можливості для розвитку та розширення бізнесу, щоб забезпечити стійкий розвиток підприємства [87, с. 21-30].

Беручи до уваги, можна додати, що керівництво повинно звертати увагу на фактори, що впливають на довгострокову прибутковість та рентабельність бізнесу, такі як технологічний прогрес, зміни в економічному середовищі та

демографічні тенденції. Важливо проводити систематичний аналіз і відстежувати ринкові тенденції та зміни, щоб забезпечити успіх інвестицій і конкурентоспроможність компанії на ринку.

Для досягнення цих цілей, керівництво підприємства повинно ретельно вивчати та аналізувати ринок, де діє компанія, та прогнозувати тенденції на ньому. Важливо також враховувати внутрішні фактори, які впливають на прибутковість і рентабельність бізнесу, такі як стан фінансів, наявність технічної бази, якість керівництва та персоналу, репутація компанії тощо.

Крім того, управління інвестиційною діяльністю повинно враховувати ризику та забезпечувати баланс між ризиком та доходом. Для зменшення ризиків підприємство може застосовувати різні стратегії, такі як диверсифікація портфеля інвестицій, використання фінансових інструментів для зменшення ризику, дотримання принципів доброго корпоративного управління тощо.

Управління інвестиційною діяльністю повинно враховувати потреби та очікування інвесторів та забезпечувати збільшення ринкової вартості компанії.

Щоб досягти цього, компанія може прийняти різноманітні стратегії, такі як активне управління портфелем, підвищення ефективності використання ресурсів і підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Основні завдання управління інвестиційною діяльністю підприємства включають:

1. Вибір інвестиційних проектів: підприємство повинно здійснювати аналіз та оцінку різних інвестиційних проектів та обирати найбільш перспективні та ефективні. В цьому процесі враховуються фінансові та економічні показники, ризику та можливості для підприємства.

2. Оптимізація структури капіталу: управління інвестиційною діяльністю підприємства повинно забезпечувати оптимальну структуру капіталу, тобто співвідношення між власним та залученим капіталом. Це

дозволяє забезпечити ефективне використання фінансових ресурсів та знизити загальні витрати на фінансування.

3. **Управління ризиками:** інвестиційна діяльність пов'язана з ризиками, тому управління ризиками є важливою складовою управління інвестиційною діяльністю підприємства. Компанія повинна ідентифікувати різні ризики, пов'язані з інвестиційною діяльністю, і вживати заходів для їх мінімізації.

4. Компанія повинна постійно проводити оцінювання ефективності своїх інвестицій і розрахувати фінансові показники проєктів, такі як дисконтований чистий прибуток, внутрішня норма прибутку, період окупності тощо.

5. **Управління портфелем:** компанія повинна забезпечити ефективне управління своїм портфелем, тобто розподіл інвестицій між різними проєктами та активами з урахуванням ризиків та очікуваної прибутковості. Важливо також вести моніторинг та аналізувати результати інвестиційних проєктів, щоб вчасно коригувати стратегію та вирішувати проблеми.

6. **Забезпечення фінансування інвестицій:** управління інвестиційною діяльністю підприємства повинно забезпечувати необхідне фінансування для реалізації інвестиційних проєктів. При цьому потрібно забезпечити баланс між залученим та власним капіталом, а також враховувати різні джерела фінансування, такі як кредити, емісії цінних паперів, приватний капітал тощо.

7. **Управління активами та інвестиційними ресурсами:** управління інвестиційною діяльністю підприємства повинно забезпечувати ефективне використання активів та інвестиційних ресурсів. Для цього необхідно розробити стратегії збільшення власного капіталу, зниження ризику, залучення нових інвесторів тощо. [31]

Управління інвестиційною діяльністю компанії - це складний і важливий процес, який вимагає компетентного керівництва та фахівців з різних галузей. Оптимальне управління інвестиціями може забезпечити постійне зростання компанії та підвищення її прибутковості в майбутньому [60, с. 90-93].

1.2. Методи управління інвестиційною діяльністю підприємства

Інвестиції відіграють ключову роль у зростанні та успіху будь-якого підприємства. Ефективне управління інвестиційною діяльністю має важливе значення для досягнення стійкого зростання, прибутковості та конкурентоспроможності в сучасному динамічному бізнес-середовищі [58, с. 18].

Інвестиції є основою для інновацій, розширення, довгострокової прибутковості та стійкої позиції на конкурентному ринку. Тому для компаній дуже важливо застосовувати системний і стратегічний підхід до ефективного управління своєю інвестиційною діяльністю.

Управління інвестиційною діяльністю передбачає прийняття обґрунтованих рішень щодо розподілу коштів на різні проекти, компанії чи активи. Ці рішення можуть мати значний вплив на здатність компанії отримувати дохід, створювати вартість і залишатися конкурентоспроможними на ринку.

Отже, підприємствам необхідно використовувати відповідні методи та стратегії для оптимізації своїх інвестиційних рішень, зменшуючи при цьому ризики [66, с. 33-34].

Інвестиційне планування - це фундамент, на якому будується успішне управління інвестиційною діяльністю. Воно передбачає встановлення чітких інвестиційних цілей і завдань, формування бюджетів та визначення відповідних інвестиційних можливостей, які відповідають стратегічному напрямку розвитку підприємства. Використовуючи комплексні методи фінансового прогнозування та капітального бюджетування, підприємства можуть приймати обґрунтовані інвестиційні рішення та ефективно розподіляти ресурси.

Після розробки інвестиційних планів підприємства повинні оцінити та обрати найбільш перспективні проекти або інвестиції в інші підприємства. Це

вимагає використання кількісних та якісних методів для оцінки потенційної прибутковості, ризиків та доцільності кожної інвестиційної можливості.

Враховуючи такі фактори, як чиста приведена вартість, внутрішня норма рентабельності, період окупності та індекс прибутковості, підприємства можуть визначити пріоритети та обрати найбільш життєздатні та ефективні інвестиційні проекти.

Управління ризиками є невід'ємною частиною управління інвестиційною діяльністю. Підприємствам необхідно виявляти та оцінювати ризики, пов'язані з їхніми інвестиційними рішеннями, і впроваджувати відповідні стратегії для їхнього зниження.

Такі методи, як аналіз чутливості, аналіз сценаріїв та моделювання за методом Монте-Карло, дозволяють підприємствам оцінити потенційний вплив невизначеності та зробити обґрунтований інвестиційний вибір, скоригований на ризик. Завдяки диверсифікації, хеджуванню та страхуванню компанії можуть мінімізувати ризики та захистити свої інвестиції.

Моніторинг і оцінка ефективності інвестицій є важливими для забезпечення досягнення бажаних результатів. Компанії повинні встановити ключові показники ефективності і оцінювати успішність своєї інвестиційної діяльності за цими критеріями. Аналізуючи такі показники, як рентабельність інвестицій, рентабельність власного капіталу та економічну додану вартість, компанії можуть оцінити ефективність своїх інвестиційних рішень і внести необхідні корективи.

Однак управління інвестиційною діяльністю не позбавлене труднощів. Підприємства повинні орієнтуватися в складнощах динамічних ринкових умов, мінливого нормативного середовища та еволюції технологічного прогресу. Щоб подолати ці виклики, вкрай важливо, щоб компанії не відставали від галузевих тенденцій, постійно навчалися та створювали міцні стосунки із зацікавленими сторонами.

Інвестиційний план є фундаментальною частиною управління інвестиційною діяльністю компанії. Він включає систематичний процес

визначення цілей інвестування, цілей і стратегій ефективного розподілу фінансових ресурсів. Комплексне інвестиційне планування дозволяє компаніям приймати обґрунтовані рішення, визначати пріоритети інвестиційних можливостей і узгоджувати інвестиційну діяльність із загальним стратегічним напрямком.

Першим кроком у плануванні інвестицій є встановлення чітких і вимірних інвестиційних цілей. Ці цілі повинні узгоджуватися із загальними стратегічними цілями компанії. Наприклад, компанія може прагнути досягти певного рівня прибутковості, вийти на нові ринки, розширити свої технологічні можливості або диверсифікувати портфель продуктів. Визначаючи конкретні та досяжні цілі, компанії можуть керувати інвестиційними рішеннями та оцінювати свій успіх.

Інвестиційна мета представляє бажаний результат інвестиційної діяльності. В створення стабільного грошового потоку, приросту капіталу або зменшення ризику. Ці цілі мають бути конкретними, обмеженими у часі та вимірними. Наприклад, ціль може полягати в досягненні певного прибутку від інвестицій протягом певного періоду часу.

Бюджетування відіграє важливу роль у плануванні інвестицій, оскільки передбачає визначення фінансових ресурсів, доступних для інвестиційної діяльності. Компанії повинні розподіляти свої кошти на різні інвестиційні можливості відповідно до своїх цілей і завдань.

Процес бюджетування вимагає ретельного аналізу фінансового стану компанії, прогнозів грошових потоків і схильності до ризику. Створюючи чітко визначений інвестиційний бюджет, компанії можуть забезпечити оптимальний розподіл ресурсів і уникнути надмірного навантаження на фінансові ресурси [24, с. 57-61].

Капітальне бюджетування - це метод, який використовується в інвестиційному плануванні для оцінки потенційних прибутків і ризиків, пов'язаних з різними інвестиційними проектами або підприємствами. Він включає аналіз грошових потоків, оцінку періоду окупності та розрахунок

ключових фінансових показників, таких як чиста приведена вартість та внутрішня норма рентабельності.

Капітальне бюджетування допомагає підприємствам визначити пріоритетність інвестиційних можливостей на основі їхньої прибутковості та відповідності стратегічним цілям.

Фінансове прогнозування є важливим інструментом інвестиційного планування. Воно передбачає прогнозування майбутніх фінансових показників на основі історичних даних, ринкових тенденцій та галузевого аналізу. Компанії можуть використовувати фінансове прогнозування, щоб оцінити зростання доходів, структуру грошових потоків і рентабельність інвестицій. Такі методи прогнозування, як аналіз трендів, регресійне моделювання та аналіз часових рядів, дозволяють компаніям робити точніші прогнози та оцінювати потенційні наслідки інвестиційних рішень.

Інвестиційний план має бути тісно узгоджений із загальними стратегічними цілями конкретної компанії. Інвестиції повинні підтримувати місію, бачення та довгострокову стратегію розвитку компанії. Забезпечуючи узгодженість, компанії можуть максимізувати синергію між своєю інвестиційною діяльністю та іншими бізнес-функціями [43, с. 44-46].

У випадку, якщо компанія прагне розширити свою діяльність у певному сегменті ринку, інвестиційний план має зосередитися на можливостях, які сприяють досягненню цієї мети, наприклад придбання, партнерство або розробка нового продукту.

Ефективне інвестиційне планування вимагає системного та ретельного підходу. Підприємства повинні постійно переглядати та оновлювати свої інвестиційні плани, щоб адаптуватися до мінливих ринкових умов та нових можливостей.

Застосовуючи такі методи інвестиційного планування, як капітальне бюджетування, фінансове прогнозування та стратегічне узгодження, підприємства можуть приймати обґрунтовані інвестиційні рішення, ефективно

розподіляти ресурси та підвищувати свої шанси на досягнення інвестиційних цілей і завдань.

Таким чином, інвестиційне планування є важливим методом управління інвестиційною діяльністю підприємства. Воно дозволяє підприємствам встановлювати чіткі інвестиційні цілі, визначати вимірювані завдання, ефективно розподіляти фінансові ресурси та узгоджувати інвестиційну діяльність зі стратегічними цілями. Завдяки комплексному інвестиційному плануванню підприємства можуть приймати обґрунтовані рішення, визначати пріоритетні інвестиційні можливості та підвищувати загальну ефективність інвестиційної діяльності.

Оцінка та відбір проектів є важливим етапом в управлінні інвестиційною діяльністю підприємства. Він передбачає оцінку життєздатності, потенційної прибутковості та ризиків, пов'язаних з різними інвестиційними проектами або підприємствами.

Використовуючи різні кількісні та якісні методи, підприємства можуть приймати обґрунтовані рішення щодо того, які проекти реалізовувати, забезпечуючи оптимальне використання фінансових ресурсів та відповідність стратегічним цілям.

Кількісні методи відіграють важливу роль в оцінці фінансової доцільності інвестиційних проектів. Ці методи передбачають аналіз числових даних і фінансових показників для оцінки потенційних прибутків і ризиків, пов'язаних з кожним проектом. Деякі з найпоширеніших методів кількісної оцінки включають NPV - розраховує поточну вартість очікуваних грошових потоків від проекту шляхом їх дисконтування за відповідною ставкою. Позитивне значення NPV вказує на те, що проект, як очікується, згенерує більше грошових надходжень, ніж початкові інвестиції, що робить його фінансово привабливим.

Оцінка та відбір проектів є також важливим етапом в управлінні інвестиційною діяльністю підприємства. Він передбачає оцінку життєздатності, потенційної прибутковості та ризиків, пов'язаних з різними

інвестиційними проектами або підприємствами. Використовуючи різні кількісні та якісні методи, підприємства можуть приймати обґрунтовані рішення щодо того, які проекти реалізовувати, забезпечуючи оптимальне використання фінансових ресурсів та відповідність стратегічним цілям.

Кількісні методи відіграють важливу роль в оцінці фінансової доцільності інвестиційних проектів. Ці методи передбачають аналіз числових даних і фінансових показників для оцінки потенційних прибутків і ризиків, пов'язаних з кожним проектом.

Внутрішня норма рентабельності (IRR)- це ставка дисконтування, яка прирівнює поточну вартість грошових надходжень до початкових інвестицій. Він представляє очікуваний рівень успіху проекту, причому вищий IRR вказує на більший запас фінансової стійкості проекту.

Термін окупності вимірює час, необхідний для повернення початкових інвестицій. Допомогає оцінити ліквідність і ризик проекту. Як правило, більш дешевими вважаються проекти з короткими термінами окупності.

Індекс прибутковості (PI) порівнює поточну вартість очікуваних грошових потоків із початковими інвестиціями. Він забезпечує відносну міру прибутковості проекту. Індекс прибутковості більше 1 вказує на фінансову життєздатність проекту.

Крім кількісних методів, для оцінки нефінансових факторів, що впливають на прийняття інвестиційних рішень, використовуються якісні методи оцінки. Якісні методи дають змогу зрозуміти ринкові умови, галузеві тенденції, аналіз конкуренції та стратегічні напрямки.



Рис. 1.1 Якісні методи оцінки інвестиційних проєктів.

Джерело: розроблено автором

Деякі з найпоширеніших методів якісного оцінювання включають:

- Аналіз ринку. Компанії проводять аналіз ринку, щоб оцінити потенційний попит, перспективи зростання та конкурентне середовище, пов'язане з конкретним інвестиційним проєктом. Розуміння ринкової динаміки допомагає оцінити ринковий потенціал і конкурентну перевагу проєкту [53, с. 86-89].

- SWOT аналіз (сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози) допомагає оцінити внутрішні сильні та слабкі сторони компанії, а також зовнішні можливості та загрози на ринку. Цей аналіз допомагає визначити ризики та узгодити проєкт із можливостями компанії [43, с. 104-107].

- Технічний рейтинг. Компанії повинні оцінити технічну здійсненність та інноваційний потенціал інвестиційних проєктів. Технічна оцінка включає аналіз технічних вимог, можливостей і потенційних результатів, які впливають на успіх проєкту.

- Стратегічний напрям. Оцінка проєкту повинна враховувати стратегічні цілі вашої компанії. Проєкти, які відповідають довгостроковому баченню, місії та цілям компанії, швидше за все, будуть пріоритетними.

Стратегічне узгодження гарантує, що інвестиційні рішення сприяють загальному зростанню компанії та конкурентній перевазі.

Аналіз ризиків є невід'ємною частиною оцінки та відбору проекту. Компанії повинні оцінювати та зменшувати потенційні ризики, пов'язані з інвестиційними проектами.

Аналіз ризику включає виявлення та оцінку різних типів ризику, включаючи ринковий ризик, операційний ризик, фінансовий ризик, юридичний і регулятивний ризик. Такі методи, як аналіз чутливості, аналіз сценаріїв та моделювання за методом Монте-Карло, можуть допомогти кількісно оцінити потенційний вплив ризиків на фінансові показники проекту.

Після завершення оцінки проекту підприємствам необхідно визначити пріоритетність інвестиційних проектів на основі їхньої стратегічної відповідності, фінансової життєздатності та оцінки ризиків. Процес відбору повинен враховувати такі фактори, як наявні ресурси, ринкові умови та залежність від проекту.

Для полегшення визначення пріоритетності проектів підприємства можуть використовувати механізми прийняття рішень, такі як метод аналітичної ієрархії або багатокритеріальний аналіз рішень. Застосовуючи комплексний процес оцінки та відбору, підприємства можуть приймати обґрунтовані рішення щодо того, які інвестиційні проекти слід реалізовувати.

Таким чином, управління інвестиційною діяльністю компанії є дуже важливим завданням, яке потребує ефективних методів і стратегій. Ці методи дозволяють компаніям оптимізувати інвестиційні рішення, максимізувати прибутки та мінімізувати ризики.

Інвестиційний план є основою для ефективного управління інвестиційною діяльністю. Встановлюючи чіткі інвестиційні цілі, визначаючи завдання та створюючи бюджети, компанії можуть узгодити свою інвестиційну діяльність із загальним стратегічним напрямком. Капітальне бюджетування та методи фінансового прогнозування дозволяють

підприємствам оцінювати інвестиційні можливості, визначати пріоритетність проектів та ефективно розподіляти ресурси.

Оцінка та відбір проектів відіграють вирішальну роль у визначенні життєздатних інвестиційних проектів. Використовуючи кількісні методи, такі як NPV, IRR, період окупності та індекс прибутковості, підприємства можуть оцінити фінансову доцільність та потенційну прибутковість проектів. Якісні методи оцінки, такі як аналіз ринку, SWOT-аналіз та технологічна оцінка, дають уявлення про нефінансові фактори, що впливають на інвестиційні рішення.

Крім того, методи аналізу ризиків допомагають підприємствам виявляти та зменшувати потенційні ризики, пов'язані з інвестиційними проектами. Моніторинг та оцінка ефективності мають важливе значення для забезпечення того, щоб інвестиційна діяльність відбувалася по плану та приносила бажані результати.

Однак, управління інвестиційною діяльністю не позбавлене труднощів. Підприємства повинні справлятися з динамічними ринковими умовами, мінливими нормативними умовами та технологічним прогресом. Бути в курсі галузевих тенденцій, постійно навчатися та будувати міцні стосунки із зацікавленими сторонами є критично важливими для організацій. Тому те, як ефективно управляти інвестиційною діяльністю компанії, має вирішальне значення для її довгострокового успіху.

Використовуючи планування капіталу, оцінку та вибір проектів, управління ризиками та моніторинг ефективності, компанії можуть покращити процеси прийняття рішень, ефективно розподіляти ресурси та зменшувати ризики.

Такий системний і стратегічний підхід до управління інвестиційною діяльністю дозволяє компаніям оптимізувати інвестиційні рішення, досягти сталого зростання та зберегти конкурентну перевагу в мінливому бізнес-середовищі.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»

2.1. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства

Розглянемо організаційно-економічну характеристику ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ», його фінансові показники, інвестиційну діяльність та основні інвестиційні проекти, реалізовані підприємством.

ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» створена у 2007 році для здійснення підприємницької діяльності, тобто здійснення спеціальної діяльності, яка здійснюється на власний ризик та з метою отримання прибутку в Україні, м. Київ за адресою: вул. Тарасівська 38. Компанія спеціалізується на туризмі, який поєднує в собі дві функції турагентства і туроператора одночасно. Це унікальна позиція для ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» в порівнянні з іншими компаніями, що працюють на ринку туристичної індустрії Києва, більшість з яких зайняті в індустрії туризму.

Основні напрями діяльності ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»:

- прийом та обслуговування туристів;
- забезпечення екскурсій, розваг, супроводжуючих та гідів за мінімальну плату за бажанням клієнта;
- надання послуг у сферах туризму, гостинності, культури, спорту, подорожей, транспорту, реклами та перекладу;
- оформлення туристичних або проїзних документів, віз в іноземних посольствах у встановленому порядку;
- забезпечення клієнтів авіаквитками та зручними трансферами;
- розміщення клієнта в готелі з усіма необхідними умовами для відпочинку та роботи;

- забезпечення умови для проведення ділових і наукових конференцій (сучасне аудіо-візуальне обладнання, конференц-зали з комп'ютерами, а також усний переклад і секретарські послуги в різних місцях розташування готелів);
- організація для своїх клієнтів туристичних поїздок в наступні країни: Туреччина, Греція, Іспанія, Катар, Мальдиви та ін;
- різноманітні операції від регулярних чартерних рейсів до регулярних рейсів закордонних авіакомпаній;
- індивідуальний підхід до організації корпоративних поїздок та поетапний контроль якості туристичних послуг;
- своєчасне повідомлення клієнтів про акції та знижки, які пропонують готелі та авіакомпанії;
- гнучка система оплати.

Додаткові послуги включають:

- послуга туристичного страхування;

До важливих стратегічних рішень ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» відносяться такі типи рішень:

- рішення вийти на нові сегменти ринку;
- стабільне зростання компанії.

Рішення щодо каналів залучення клієнтів, методів просування, цінової політики та інших питань, відображених у маркетингових планах. Усі ці рішення приймає власник підприємства, тобто генеральний директор, а саме:

1. Надавати якісні послуги.
2. Також рекомендується розгортати допоміжні сили за межами штату. Тобто використовується для розповсюдження рекламних буклетів та брошур.
3. Компанія прагне досягти стабільної позиції на ринку шляхом визначення та використання конкурентних переваг.

Для успішного досягнення своїх стратегічних цілей компанія зосереджується на таких складових:

1. Утримання на роботі висококваліфікованих, мотивованих і лояльних керівників і співробітників, тому що оскільки вони є найкращими фахівцями своєї справи.

2. Володіння повноцінною інформацією про діяльність фірми.

3. Здобуття привабливого іміджу та репутації серед клієнтів.

4. Отримання фінансово вигідних комісійних умов від операторів з якими співпрацюють.

5. Бути дистриб'ютором з ексклюзивними турами та умовами для своїх клієнтів серед ринку Києва.

Організаційна структура ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» наведена на рис. 2.1.

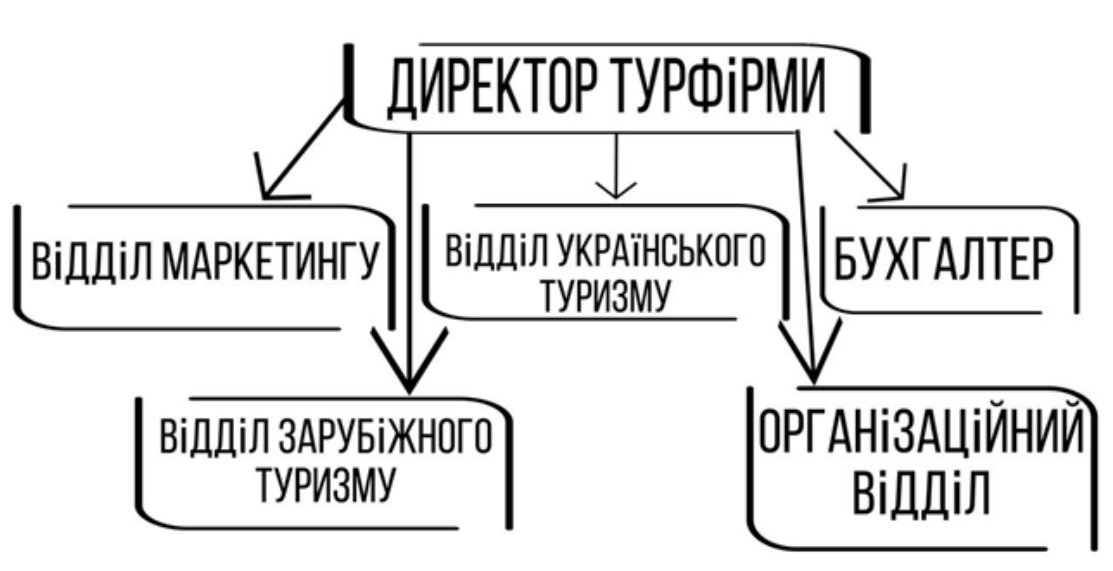


Рис. 2.1 Організаційна структура ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ».

Джерело: розроблено автором

Загальна чисельність працівників ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» становить 12 осіб. Це середньоспискова чисельність персоналу, яка зазвичай переважає в більшості українських турфірм місцевого рівня.

Місія ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» полягає в тому, щоб максимально сприяти створенню цивілізованого туристичного ринку, де відносини в ланцюжку клієнт - агент - оператор засновані на взаємній довірі і повазі. Кінцева мета діяльності компанії - зробити якісний відпочинок доступним для максимально можливої кількості українців.

Відносини з партнерами засновані на принципах відкритості та порядності, без чого неможливо будувати успішний бізнес.

Компанія впевнена у своїх партнерах та у тому, що її клієнту будуть надані тільки якісні послуги, ретельно перевірені і відібрані експертами. Саме тому продукт, пропонований даною компанією на ринку туристичних послуг, є в очах споживачів і партнерів синонімом надійності і якості.

Компанія співпрацює із крупними туроператорами і виступає посередником між клієнтом та туроператором при бронюванні відпочинку на системах Амадеус та Галілео.

Підключення для повноцінної роботи із туроператорами можливо лише за умови укладання договору на використання системи. Підключення та користування є платною послугою і передбачає одноразовий внесок, який спрямовується на надання комп'ютерною системою бронювання (КСБ) необхідного програмного забезпечення, а також логіну та паролю для роботи із системою.

Крім того, передбачається певна абонплата, що сплачується турфірмою незалежно від кількості бронювань. КСБ можуть також виставляти додаткові умови співпраці, що визначаються у договорі або відповідному додатку до договору. За кожне бронювання турфірма отримує комісійну винагороду. Таким чином, така співпраця вигідна турпідприємству за умови постійного бронювання авіаквитків, компаніям, які не спеціалізуються на наданні послуг з бронювання авіаперевезень, така співпраця не завжди може бути рентабельною.

Основні показники діяльності компанії у 2021-2022 роках наведено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Основні показники діяльності ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ
ВАЛІЗИ» за 2021-2022 рр.

| Показник | 2021 | 2022 | Відхилення (+,-) |
|------------------------------|-----------|-----------|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Виручка від реалізації (грн) | 8 720 000 | 5 580 000 | -3 140 000 |
| Собівартість повна, (грн) | 7 412 000 | 4 743 000 | -2 669 000 |
| Прибуток від продажу(грн) | 1 308 000 | 837 000 | -471 000 |
| Чисельність персоналу | 14 | 12 | -2 |
| Чистий прибуток (грн) | 102 000 | 70 000 | -32 000 |
| Рентабельність продажів (%) | 15 | 15 | 0 |

Джерело: розроблено автором

Таким чином, за аналізований період виручка зменшилася на 3 140 000 грн., прибуток зменшився на 471 000 грн., чистий прибуток на 32 000 грн, що можна пояснити падінням ринку туристичних послуг у зв'язку з війною в Україні.

В останні роки компанія активно інвестує в рекламу, а саме таргетовану рекламу в мережі Instagram. Для цього компанія обрала одне із найвідоміших SMM-агентств в Україні PR+. Наразі таргетована реклама – один із основних каналів залучення клієнтів, тому компанія активно інвестує в нього. Розглянемо як приклад продажі одного з сезонних турів до Туреччини влітку 2022 року (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Показники інвестування у таргетинг по продажу сезонного туру до Туреччини влітку 2022 року.

| Показник | Значення |
|----------------------------|----------|
| Рекламний бюджет, грн | 34790 |
| Послуги PR+, грн | 14000 |
| Загальні інвестиції, грн | 48790 |
| Кількість заявок, штук | 2058 |
| Ціна заявки, грн | 23,7 |
| Кількість продажів, штук | 115 |
| Ціна продажу, грн | 424,26 |
| Чистий грошовий потік, грн | 957460 |
| Обіг, грн | 1006250 |
| Дохідність інвестицій (%) | 19,6 |

Джерело: розроблено автором

Як бачимо, співробітництво із агентством PR+ є досить вигідним для компанії, хоча наведений проект є найуспішнішим прикладом за весь час співробітництва.

Відділ українського туризму в компанії був відкритий лише у серпні 2022 році. До 2022 року компанія займалася переважно зарубіжним туризмом, а у 2022 році, враховуючи ситуацію в країні, було вирішено зробити ставку на внутрішній туризм, із розрахунком на те, що в майбутньому, після війни, туризм в Україні буде привабливим для іноземців, а компанія у цій сфері матиме міцну базу та зможе задовольнити потреби нового споживача. Відділ українського туризму було вирішено відкрити у новому офісі.

Для реалізації ідеї був необхідний стартовий капітал для придбання обладнання і оплати праці персоналу на початковий період роботи в сумі 1600 тис. грн. Для початку роботи необхідно було орендувати приміщення,

обладнання, створити фонд оплати праці і т.д., тому планувалося залучити кредит у розмірі 800 тис грн. під 30 % річних на 1 рік. Інші 800 тис. грн. - внески власників. Під оплату процентів була виділена в кошторисі окрема стаття „проценти і погашення кредиту”, запланована величина була достатньою для повернення кредиту протягом року. При успішній реалізації туристичних послуг додаткових кредитів підприємство не мало б необхідності залучати.

Прогнозні грошові потоки проекту із створення нового відділу наведено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Прогнозування руху грошових коштів

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|----------------------------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-------|
| Внески власників | 300 | - | 200 | - | 150 | - | 150 | - | - | - | - | - |
| Кредитні ресурси | 400 | 200 | 200 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Надходження від реалізації | - | 60 | 100 | 120 | 140 | 210 | 230 | 250 | 260 | 250 | 180 | 200 |
| Всього надходження | 700 | 260 | 500 | 120 | 290 | 210 | 380 | 250 | 260 | 250 | 180 | 200 |
| Меблі, техніка, канцтовари | 183 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1,5 | 1 | 1 | 1,5 |
| Оренда, ком. платежі | 35 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Заробітна плата | 25 | 30 | 50 | 50 | 55 | 55 | 55 | 55 | 35 | 35 | 45 | 45 |
| Відрядження | 10 | 15 | 12 | 22 | 18 | 12 | 15 | 7 | 3 | 4 | 6 | 15 |
| Виплати по кредиту | - | - | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| Процент по кредиту | - | - | - | - | 25 | 35 | 50 | 45 | 40 | 40 | 20 | 25 |
| Податки | - | 26 | 55 | 11 | 28 | 23 | 39 | 25 | 26 | 25 | 21 | 22 |
| Інші витрати | 15 | 20 | 10 | 7 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 7 | 15 |
| Всього витрат | 308 | 144 | 261 | 226 | 258 | 256 | 285 | 251 | 223,5 | 225 | 215 | 238,5 |
| Фінансовий результат | 392 | 116 | 239 | -106 | 32 | -46 | 95 | -1 | 36,5 | 25 | -39 | -38,5 |

Джерело: розроблено автором

Після повернення кредиту кошти, що залишаються, направляються (за домовленістю власників) на потреби туристичного підприємства, а також на виплату премій. Основні фінансові ресурси фірми формуються за рахунок реалізації туристичних послуг.

Потенційний ризик і проблеми туристичної діяльності нового відділу, а відповідно загрозу зростання витрат, було визначено наступними факторами:

1. Нестабільна ситуація в Україні, що впливає як на внутрішній, так і на зовнішній туризм.

2. Внаслідок високого рівня злочинності іноземні туристи не наважуються приїжджати до України.

3. Нестабільна система законодавства, темпи інфляції, зміна рівня податків, та вимог до туристичної діяльності – все це впливає на собівартість послуг і спричиняє ускладнення при плануванні.

4. Недостатня кількість готельних місць тощо.

Даний інвестиційний проект реалізується досі. Порівняти прогнозні дані із реальними можна буде після серпня 2023 року, при цьому усю вигоду від реалізації даного інвестиційного проекту можна буде побачити після перемоги у війні та напливу іноземних туристів.

2.2. Дослідження політики управління інвестиційною діяльністю підприємства

Активізація інвестиційної діяльності туристичного підприємства можлива за умови чітко розробленого плану дій на довгострокову перспективу, що можна забезпечити шляхом розробки інвестиційної стратегії, як однієї з основних його функціональних стратегій. Під функціональною стратегією розуміють модель дій щодо конкретизації за певними напрямками корпоративної, ділової стратегій; системи орієнтирів у досягненні певних функціональних цілей підприємства.

Завдання функціональної стратегії полягає у підтримці загально корпоративної стратегії, забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства, створенні управлінських орієнтирів для досягнення його функціональних цілей. Вона є довгостроковим планом, що передбачає необхідні заходи щодо реалізації корпоративної стратегії, досягнення загальних цілей і місії туристичного підприємства. Функціональна стратегія, як стратегія нижчого рівня, підтримуючи корпоративну стратегію, підпорядковує функціональні системи (виробництво, фінанси, збут та інші) досягненню загальних цілей туристичного підприємства. У її межах зосереджуються різноманітні ресурси, що забезпечують реалізацію корпоративної стратегії. Координуванням і збалансуванням функціональних стратегій займається керівництво туристичного підприємства з участю керівників функціональних підрозділів.

Однією з головних функціональних стратегій ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» є інвестиційна стратегія, що спрямована забезпечити туристичне підприємство необхідними обсягами та джерелами інвестиційних ресурсів. Інвестиційна стратегія становить собою рішення стосовно довготермінового вкладення капіталу у певну діяльність підприємства. Формування інвестиційної стратегії туристичного підприємства має деякі відмінності від виробничих підприємств, які зумовлені специфікою туристичної діяльності. Процес формування інвестиційної стратегії ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» проходить ряд етапів:

- визначення мети інвестиційної діяльності туристичного підприємства;
- визначення періоду формування інвестиційної стратегії;
- вибір та формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності туристичного підприємства;
- формування інвестиційної політики туристичного підприємства;
- розробка найбільш ефективних шляхів реалізації стратегічних цілей інвестиційної діяльності з позицій визначення напрямків інвестування та джерел їх фінансування;

- конкретизація інвестиційної стратегії, вибір оптимальних інвестиційних програм та термінів;
- оцінка розробленої інвестиційної стратегії;
- коригування інвестиційної стратегії у залежності від зміни зовнішніх умов та стану туристичного підприємства.

Алгоритм вибору інвестиційної стратегії ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» представлено на рис. 2.2.

Перед вибором інвестиційної стратегії, ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» первинно визначає свою місію – головну причину існування, мету, заради якої функціонує.

На другому етапі відбувається визначення цілей інвестиційної діяльності ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ», які повинні бути сформованими в контексті формування корпоративної стратегії туристичного агентства.

На третьому етапі здійснюється оцінка чинників внутрішнього та зовнішнього середовища ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» з використанням методів SWOT і PEST аналізу.

На четвертому етапі здійснюється формування альтернативних напрямів розвитку ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ».

До альтернативних напрямів розвитку ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» відносяться: надання різних видів туристичних послуг, а саме: організація туризму на території України; груповий і індивідуальний туризм по всьому світу; продаж авіа- та залізничних квитків; організація чартерних авіа рейсів.

На п'ятому етапі здійснюється формування інвестиційної стратегії ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ». Для здійснення інвестиційної діяльності ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» застосовує стратегію обмеженого зростання, яка використовується туристичним підприємством, яке має впевнене становище на ринку, унікальні туристичні

продукти, обмеженість конкурентів. При цьому інвестиції спрямовуються в розширення туристичної діяльності.

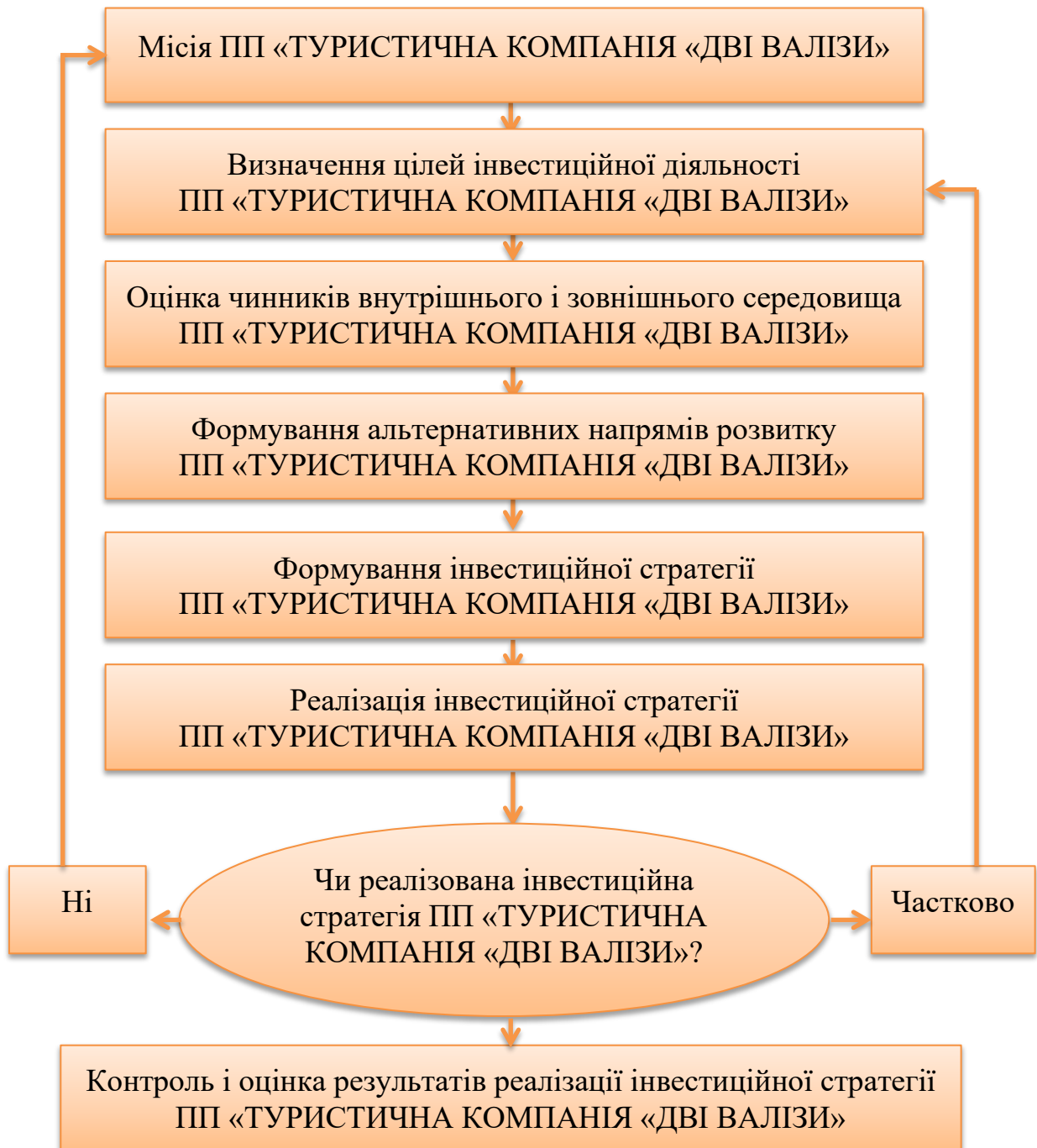


Рис. 2.2. Алгоритм управління інвестиційною стратегією ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»

Джерело: розроблено автором

На етапі контролю і оцінки результатів реалізації інвестиційної стратегії ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» визначається ступінь виконання інвестиційної стратегії туристичного підприємства. Якщо інвестиційна стратегія туристичного агентства є повністю не реалізованою, то відбувається перегляд та коригування існуючої місії підприємства. Якщо інвестиційна стратегія туристичного агентства «Pan Ukraine» є реалізованою частково, то відбувається коригування цілей інвестиційної діяльності підприємства.

Проведемо SWOT-аналіз ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»

| Сильні сторони | Слабкі сторони |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Висока якість обслуговування; - Клієнтська база та лояльність клієнтів; - Оновлення туристичних пропозицій; - Конкурентна ціна; - Індивідуальний підхід; - Надійні зв'язки із партнерами; - Кваліфікований персонал; - Зворотній зв'язок із клієнтами. | <ul style="list-style-type: none"> - Обмеження маневреності ціни; - Недостатній досвід маркетингу; - Наявність великої кількості малих гравців на ринку; - Низький рівень впровадження інновацій у діяльність; - Відсутність системного дослідження конкурентів; - Недостатній розвиток корпоративної культури. |
| Можливості | Загрози |
| <ul style="list-style-type: none"> - Вихід на нові зарубіжні ринки; - Збільшення асортименту послуг; - Розширення мережі; - Створення відомого бренду. | <ul style="list-style-type: none"> - Зниження попиту на внутрішні туристичні послуги через конкурентоспроможність; - Підвищення цін від партнерів; - Зміни у туристичному законодавстві; - Візові режими; - Погіршення інфраструктури туризму. |

Джерело: розроблено автором

Загалом, ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» має ряд сильних сторін, що створюють конкурентну перевагу компанії та сприяють залученню та утриманню клієнтів. Слабкі сторони, які були виявлені, можуть становити виклики для компанії і обмежувати її здатність до ефективного розвитку та конкуренції на ринку туристичних послуг.

Політика управління інвестиційною діяльністю базується на формуванні доходу ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ». Загалом, на дохід компанії впливають 3 основні фактори:

1. Охоплення ринків. Це включає розвиток нових ринків та асортименту туристичних послуг у різних країнах. Зокрема, створення відділу українського туризму, інвестиційний проект було проаналізовано в попередньому пункті.

2. Охоплення клієнтів. Як зазначалося у SWOT-аналізі, у ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» є клієнтська база. Окрім цього, компанія активно інвестує у рекламу. В останні роки найбільше інвестицій спрямовано у таргетовану рекламу. На даний момент компанія користується послугами агентства PR+, що дає досить гарний результат (один з інвестиційних проектів було проаналізовано у попередньому пункті).

3. Персонал. Для ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» персонал є основою для успішної діяльності, тому що саме персонал займається продажем туристичних послуг, представляє компанію клієнтам, здійснює пошук нових партнерів та послуг та інше. Тому ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» активно інвестує у розвиток свого персоналу. Розглянемо даний пункт детальніше.

Деякі організації не приділяють належної уваги навчанню свого персоналу, оскільки не розглядають цю статтю витрат як необхідну, вважаючи, що без навчання можна легко обійтися, якщо, скажімо, приймати на роботу фахівців, які вже мають необхідну кваліфікацію. Однак рано чи пізно керівництву будь-якої організації неминуче доводиться стикатися з тим, що якщо не інвестувати гроші у підвищення рівня знань та у розвиток професійних навичок своїх працівників, то віддача від людських ресурсів

організації з кожним роком стає дедалі меншою, керівництво ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» добре це розуміє.

Завдання, які ставить ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» при інвестуванні у навчання для своїх працівників:

1 Розширення географічного кругозору. Класифікація туристичних напрямків за сезонністю, видами відпочинку, видами пропозицій на туристичному ринку.

2 Навчання швидкому та ефективному пошуку туристичних пропозицій.

3 Вміння знижувати вартість подорожі та отримувати максимальний прибуток від продажу.

4 Поліпшення комунікативних навичок та навичок продажів. Скрипти телефонних розмов. Етапи продажу. Класифікація клієнтів та правила роботи з ними.

5 Зниження ризиків професійної діяльності. Визначення основних підводних каменів у туристичному законодавстві. Знання договірних відносин турист-турагент, турагент-туроператор. Навчання правильного розрахунку турпродуктів та свого прибутку.

Методи навчання в які інвестує турфірма це лекції, семінари, тренінги, надання наставника, відеокурс, вебінар, груповий чат тощо.

Зазвичай, персонал ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» найбільше стикається із проблемами відсутності навичок продажів або ж необхідності їх оновлення. У даному питанні протягом останніх років компанії також допомагає агентство PR+. Співробітники агентства добре аналізують клієнтів, роблять портрет клієнта, сегменти клієнтів та для кожного з них розробляють скрипт продажів. Адже у продажах через таргетовану рекламу у соціальних мережах важливо швидко зацікавити клієнта та максимально швидко перевести його до продажу послуги, отримавши комісію.

При цьому, розробка скриптів продажів для кожної рекламної кампанії продукту вже входить у вартість послуг агентства PR+. Тобто, ПП

«ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ», інвестуючи у таргетовану рекламу та співробітництво з агентством, отримує додаткову вигоду у вигляді економії на розробці скриптів продажів та додаткового навчання персоналу.

Таким чином, поетапне формування інвестиційної стратегії, як основи політики управління інвестиційною діяльністю, надає змогу ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» чітко визначити стратегічні цілі, напрями та джерела інвестування, забезпечує своєчасний контроль та оцінку результатів інвестиційної діяльності підприємства.

РОЗДІЛ 3. НАПЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ»

3.1. Рекомендації щодо підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю підприємства.

Як було зазначено у попередньому розділі даної роботи, політика управління інвестиційною діяльністю базується на формуванні доходу ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ», а саме інвестування у охоплення ринків (відділ українського туризму), охоплення клієнтів (власна клієнтська база та інвестування у таргетовану рекламу та співпрацю із агентством PR+, персонал (навчання).

Рекомендації щодо підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» будуть базуватися саме на цих трьох складових, щоб не відходити від інвестиційної стратегії підприємства.

За результатами аналізу фінансових результатів можна побачити, що компанія стоїть на місці. Тобто вона отримує досить непогані прибутки, але не використовує весь потенціал підприємства для їх підвищення. Саме тому рекомендації щодо підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» будуть спрямовані на ріст компанії в короткостроковій та довгостроковій перспективах (рис. 3.1.)

Головною рекомендацією є інвестування у підвищення впізнаваності та популярності ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ». Однією з ідей є використання реклами у блогерів, особливо тих, що мають значну аудиторію в Instagram. Планується запропонувати співпрацю блогерці з великою аудиторією, яка буде відправлена на відпочинок за рахунок компанії з метою активного публікування фото та відео з відпочинку, тегування Instagram-сторінки компанії (її необхідно створити та наповнити контентом) в сторіс та

рекомендацій компанії. Цим самим планується розвинути сторінку компанії, привернути увагу нових клієнтів та забезпечити зростання трафіку на телеграм-канал компанії (його також необхідно створити та наповнити контентом).

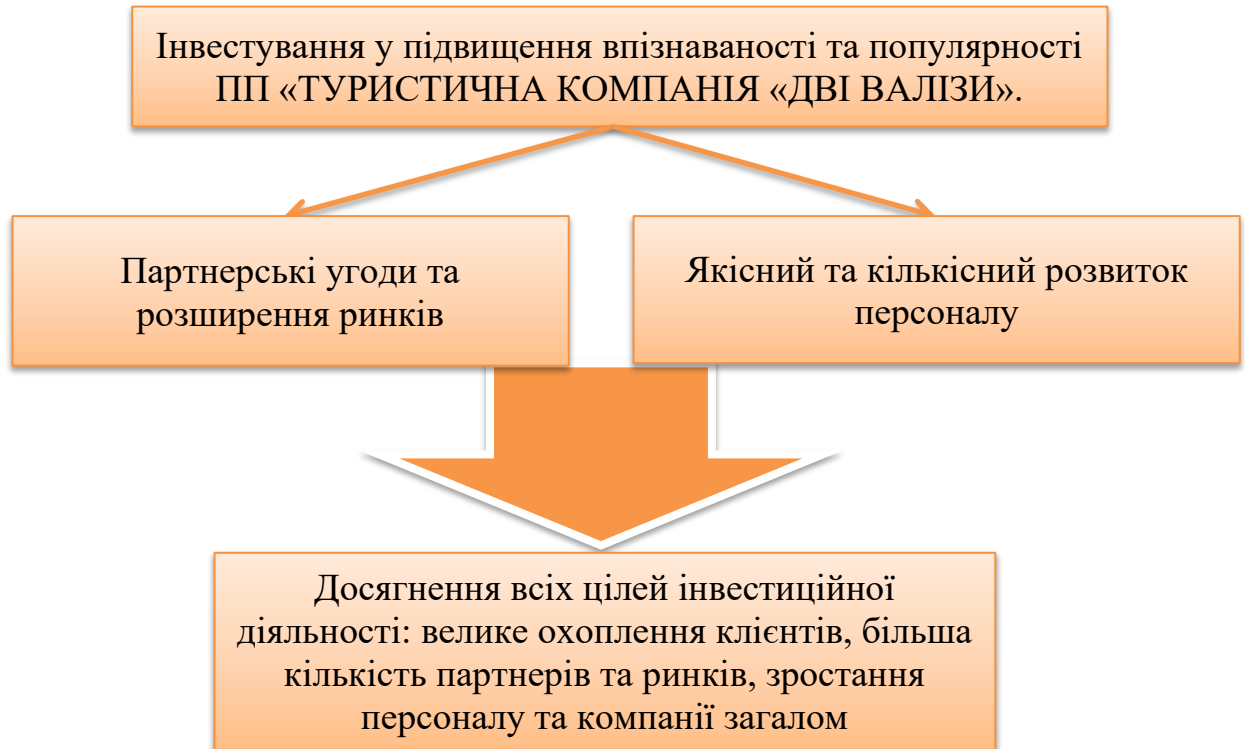


Рис. 3.1. Схема підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ».

Джерело: розроблено автором

Реалізація такого проекту матиме етапи, що наведено на рис. 3.2.

1. Вибір блогерки: Проведення детального аналізу блогерів у соціальній мережі Instagram. Врахування таких факторів, як кількість підписників, активність аудиторії, тематика блогу та аудиторія, щоб знайти блогерку, яка найбільше відповідає цільовій аудиторії ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ».

2. Укладання угоди: Зв'язок з обраною блогеркою та пропозиція співпраці. Обговорення умов, які включають безкоштовну поїздку на відпочинок за рахунок компанії та умови публікацій та рекомендацій.

3. Підготовка контенту: Підготовка вмісту для блогерки, який буде презентувати ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ».

блогерки необхідними матеріалами, такими як фотографії, відео та інформація про послуги компанії.



Рис. 3.2. Етапи реалізації проєкту.

Джерело: розроблено автором

4. Активна публікація контенту: Блогерка починає активно публікувати фото та відео зі свого відпочинку, тегуючи Instagram-сторінку ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» в сторіс та рекомендуючи компанію своїм підписникам. Це допомагає підняти свідомість про бренд та привернути увагу нових потенційних клієнтів.

5. Промоакції та розіграші: Для привертання уваги до телеграм-каналу компанії пропонується розіграш туру серед підписників каналу. Це мотивує користувачів підписатися на канал та залишатися з компанією.

6. Знижковий промокод: Запровадження спеціального книжкового промокоду, який блогерка буде розповсюджувати своїм підписникам. Це дозволить відстежити ефективність реклами та залучити нових клієнтів.

7. Моніторинг та аналіз результатів: Постійне відстеження статистики підписників, вподобань, коментарів та активності на сторінці компанії. Проведення аналізу даних для визначення ефективності проєкту та внесення необхідних коригувань у стратегію реклами.

Закупівля реклами у блогерів з великою аудиторією в Instagram є ефективним способом підвищення впізнаваності та популярності ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ». Цей проект дозволяє привернути увагу цільової аудиторії, розвинути сторінку компанії в соціальній мережі та залучити нових клієнтів. Комбінація активної публікації фото та відео блогеркою, рекомендацій, розіграшів та знижкового промокоду створює цікаву та залучаючу кампанію для цільової аудиторії. Постійний моніторинг та аналіз результатів допоможуть удосконалити стратегію та досягти максимальної ефективності проекту. Запровадження цього проекту дозволить ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» підвищити свою конкурентоспроможність та зайняти лідируючі позиції на ринку туристичних послуг.

Складові бюджету даного проекту наведено у табл. 3.1.

Для успішної реалізації проекту необхідно найняти додатковий персонал. Розглянемо дві ключові посади.

1. Адміністратор телеграм-каналу: Ця посада вимагає досвіду ведення телеграм-каналів та знання особливостей спілкування з аудиторією в цьому месенджері. Основні обов'язки адміністратора телеграм-каналу включатимуть:

- створення та публікація цікавого та змістовного контенту на каналі;
- взаємодія з підписниками, відповіді на запитання та коментарі;
- розробка та проведення конкурсів та акцій на каналі;
- аналіз результатів, вимірювання ефективності та покращення стратегії каналу.

2. SMM-менеджер (спеціаліст з управління соціальними медіа): Ця посада передбачає керування і розвиток сторінки компанії в Instagram. Основні обов'язки SMM-менеджера включатимуть:

- розробка та реалізація стратегії просування в Instagram;
- створення та публікація привабливого візуального контенту, включаючи фотографії та відео;

- взаємодія з аудиторією, відповіді на коментарі та приватні повідомлення;
- розробка та реалізація рекламних кампаній та промоакцій;
- аналіз результатів, вимірювання ефективності та вдосконалення стратегії роботи в Instagram.

Таблиця 3.1

Складові бюджету проекту

| Складова | Характеристика |
|--------------------------------------|--|
| Гонорар блогеру | Одним із найбільших витратних пунктів є гонорар блогера за співпрацю та розміщення рекламного контенту. Вартість такого гонорару може значно варіюватись залежно від популярності блогера, його аудиторії та рівня впливу. Зазвичай блогери з великою аудиторією зараховують високі гонорари за співпрацю, оскільки їх рекомендації мають значний потенціал у привертанні нових клієнтів |
| Витрати на транспорт та проживання | Для реалізації проекту можуть бути потрібні витрати на транспортування блогера до місця відпочинку, його проживання та забезпечення комфортних умов під час відпочинку. Ці витрати включають в себе квитки на транспорт (літак, поїзд, автомобіль), готельні номери та харчування. |
| Продукція та матеріали | Для підтримки активної реклами в Instagram блогером необхідно забезпечити його матеріалами, такими як фотографії, відео та інформація про послуги компанії. Ці матеріали можуть включати професійне фото- та відеозйомку, створення спеціальних презентацій, дизайн матеріалів і т.д. Витрати на ці матеріали можуть варіюватись залежно від їх обсягу та складності. |
| Розіграші та промоакції: | Для підвищення зацікавленості підписників блогера та залучення їх до телеграм-каналу компанії можуть проводитись розіграші та промоакції. Витрати на ці заходи можуть включати придбання призів для розіграшів, організацію акцій та рекламу промоакцій. |
| Рекламні витрати | Окрім співпраці з блогером, можуть бути необхідні витрати на додаткову рекламу компанії в Instagram та інших медіа-каналах. Ці витрати включають в себе плату за розміщення рекламних постів, сторіс та інших форматів реклами, які допоможуть привернути увагу аудиторії та збільшити свідомість про бренд. |
| Аналітика та відстеження результатів | Для оцінки ефективності проекту та аналізу результатів рекламної кампанії можуть знадобитись витрати на аналітичні інструменти та послуги для відстеження взаємодії аудиторії з рекламним контентом, визначення конверсійності та оцінки повернення інвестицій. |
| Адміністративні витрати | Додаткові витрати можуть включати адміністративні витрати, такі як зарплати співробітників, оренда приміщення, комунальні послуги та інші витрати, пов'язані з підтримкою та реалізацією проекту. |

Джерело: розроблено автором

При найманні персоналу на ці посади важливо звернути увагу на їх досвід роботи у відповідних сферах, наявність референцій та попередніх успіхів. Ретельний добір кваліфікованого персоналу допоможе забезпечити ефективне ведення телеграм-каналу та сторінки в Instagram, підвищити обізнаність про компанію, залучити нових клієнтів та підтримати зв'язок з аудиторією.

Розмір інвестицій у проект може коливатися залежно від багатьох факторів: конкретних умов, масштабу проекту, специфіки співпраці з блогером та обраної рекламної стратегії. При розробці витратного бюджету необхідно детально вивчити ринок та провести аналіз конкретних вартостей, а також ретельно планувати та контролювати витрати, щоб забезпечити ефективне використання бюджету проекту.

Також в подальшому виправданою стратегією для ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» може бути розширення бізнесу шляхом продажу реклами в телеграм-каналі та Instagram. Після успішного розвитку телеграм-каналу та сторінки в Instagram, компанія матиме зростаючу аудиторію та підвищений рівень впливу на цю аудиторію.

Опція продажу реклами в телеграм-каналі та Instagram може стати додатковим джерелом доходу для компанії. Завдяки збільшенню аудиторії і покращенню впливу, компанія матиме можливість привертати інших бізнес-партнерів, які зацікавлені в рекламі своїх продуктів або послуг. За допомогою телеграм-каналу та Instagram, компанія може надати доступ до своєї аудиторії для розміщення рекламних повідомлень, спонсорських публікацій або промоакцій.

Потенційні бізнес-партнери, такі як готелі, ресторани, туристичні атракції та інші туристичні послуги, можуть бути зацікавлені в рекламі через ваші канали. Ви можете встановити різні формати реклами, такі як рекламні пости, спонсорські сторіс або партнерські розіграші, щоб привернути увагу аудиторії та забезпечити ефективну рекламу для своїх партнерів.

Продаж реклами в телеграм-каналі та Instagram може стати додатковим джерелом прибутку для ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ», забезпечуючи рентабельність проекту зі співпраці з блогеркою та активним просуванням в соціальних медіа. При цьому важливо ретельно планувати та оцінювати рекламні пропозиції, враховуючи інтереси аудиторії та забезпечуючи відповідність реклами з основним напрямком діяльності компанії.

Необхідно також враховувати правила та обмеження платформ стосовно реклами, щоб уникнути порушення їх правил та зберегти позитивний імідж компанії. Важливо розробити чітку політику щодо реклами, встановити тарифи та умови співпраці з партнерами, а також забезпечити якість та релевантність рекламних матеріалів.

При зростанні продажів, аудиторії та розвитку компанії, інвестування в навчання персоналу стає необхідною складовою для забезпечення ефективної діяльності ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ». З кваліфікованим та добре підготовленим персоналом компанія зможе ефективно впоратися зі зростаючими завданнями та викликами, а також забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів. Інвестування у навчання персоналу є стратегічно важливим кроком для ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ». Це дозволить підтримувати високий рівень якості обслуговування, розвивати нові напрямки та рекламні платформи, а також залучати та утримувати талановитих співробітників. Інвестування у навчання персоналу є вкладенням у майбутнє компанії, що забезпечить її конкурентоспроможність та стабільний розвиток.

Отже, було запропоновано рекомендації щодо підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ», переглянуто інвестиційну стратегію підприємства за основними факторами та за цими ж факторами запропоновано нову інвестиційну стратегію, яка в довгостроковій перспективі може вивести підприємство на передові позиції у всіх аспектах та не суперечить поточному баченню розвитку

компанії. При цьому, окрім зростання компанії, також передбачаються нові джерела доходу – продаж реклами у соціальних мережах та розвиток партнерської співпраці, що також позитивно вплине на підприємство. Зазначимо також, що розмір інвестицій у проект може коливатися залежно від багатьох факторів: конкретних умов, масштабу проекту, специфіки співпраці з блогером та обраної рекламної стратегії. При розробці витратного бюджету необхідно детально вивчити ринок та провести аналіз конкретних вартостей, а також ретельно планувати та контролювати витрати, щоб забезпечити ефективне використання бюджету проекту. Тому у наступному пункті буде запропоновано конкретний інвестиційний проект із конкретними розрахунками витрат та економічної вигоди від нього.

3.2. Розробка та впровадження інвестиційного проекту на підприємстві

З метою розширення операційної діяльності ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» пропонуємо до реалізації інвестиційний проект, який передбачає туристичні тури Київською областю з назвою «Змієві вали». Деталізуємо всі складові цього проекту, включаючи опис маршруту туру, інформацію про проживання, харчування та розваги, а також рекомендації щодо організації інфраструктури туру.

У розділі проекту, присвяченому витратам, проведено детальний підрахунок витрат на реалізацію проекту, який включає в себе всі необхідні витрати, в тому числі на рекламу, проживання, транспорт та інші. Надамо опис стратегії реклами туру, включаючи використання соціальних мереж, блогів та рекламних банерів.

Крім того, детально опишемо формування доходів та витрат інвестиційного проекту, включаючи прогнозування прибутковості проекту та розрахунки щодо повернення інвестицій. Відзначено, що успішна реалізація проекту може стати додатковим джерелом доходів для турфірми та сприяти розвитку туристичного бізнесу на Київщині.

Тур вихідного дня Змієвими валами Київщини - чудовий варіант провести вихідні для мешканців Києва, які хочуть насолодитися природою та активно провести час. Програма туру розрахована на два дні та передбачає повний комплекс заходів, які підходять для туристів різного віку та рівнів підготовки.

Тур призначений для групи туристів 25 осіб, які переміщатимуться на комфортабельному автобусі до місця відпочинку та назад. Піший похід Змієвими валами проводиться під супроводом досвідченого екскурсовода, який розповість цікаві факти про місцевість та її історію. Протягом походу учасники зможуть насолодитися мальовничими краєвидами, подихати свіжим повітрям та відчути зв'язок із природою.

Після закінчення походу туристи зможуть розслабитися на березі озера Круглик, поплавати та позасмагати. Увечері учасники проведуть ніч у наметовому таборі, де є все необхідне для комфортного проживання, включаючи намети, спальні мішки та килимки. Також буде організовано багаття та барбекю, де можна буде приготувати смачну їжу та провести час у приємній компанії.

Цей тур - чудова нагода провести час далеко від шуму міста, насолодитися природою, познайомитися з історією місцевості та отримати заряд енергії на весь тиждень.

Доцільність запропонованого інвестиційного проекту. Тур «Змієві вали» під Києвом з кемпінгом, екскурсією та їжею буде привабливою опцією для тих, хто не може виїхати за кордон, в умовах війни, багато чоловіків не можуть виїжджати за кордон на відпочинок зі своїми родинами. Тур вихідного дня «Змієві вали» під Києвом з кемпінгом, екскурсією та їжею може стати чудовою альтернативою. Він дозволяє провести час з родиною в природному середовищі, насолодитися свіжим повітрям, а також отримати нові враження від екскурсії та спілкування з іншими людьми.

Також варто зазначити, що багато людей не мають достатньо фінансів на виїзд закордон, але теж хочуть іноді відпочити з комфортом та цікавою

програмою. Тур вихідного дня «Змієві вали» може стати дуже доступним варіантом відпочинку, що не потребує значних витрат. Це означає, що туристичне агентство може мати значний потенціал для залучення клієнтів та отримання прибутку.

Розробка турів за кордон буде вимагати значних інвестиційних затрат на створення зв'язків з місцевими партнерами, навчання персоналу та розробку маркетингових кампаній. У той же час, тур вихідного дня «Змієві вали» під Києвом може бути менш інвестиційно затратним в плані розробки та просування, оскільки вже існують готові маршрути та партнери, які можуть надавати послуги.

Усі ці фактори роблять тур вихідного дня «Змієві вали» під Києвом з кемпінгом, екскурсією та їжею вигідним інвестиційним варіантом в умовах війни в Україні.

Детальну програму туру наведено в таблиці 3.1

Таблиця 3.1

Програма туру «Змієві вали»

| день | час | захід |
|------|-------|---|
| 1 | 7:30 | Збір групи на автостанції Київ (вул. Симона Перлюри 32) |
| 1 | 8:00 | Посадка в автобус, відправлення |
| 1 | 10:00 | Прибуття в село Рославічі, отримання спорядження, проходження інструктажу |
| 1 | 11:00 | Піший похід по Змієвих валів, екскурсія |
| 1 | 13:00 | Обід, вільний час |
| 1 | 16:00 | Переїзд на озеро Круглик |
| 1 | 16:30 | Розбиття табору |
| 1 | 19:00 | Вечеря, вечірнє вогнище |
| 2 | 8:00 | Сніданок, вільний час |
| 2 | 12:00 | Обід |
| 2 | 14:00 | Збір табору |
| 2 | 16:00 | Посадка в автобус, відправлення |
| 2 | 18:00 | Прибуття на автостанцію Київ, закінчення маршруту |

Джерело: розроблено автором

Тур «Змієві вали» є повністю організованим туром, що включає в себе широкий спектр послуг. До вартості туру включена не лише доставка

автобусом з Києва та назад, але й повна оренда спорядження, такого як намет, рюкзак, спальник та інше необхідне спорядження.

Також у вартість входить триразове харчування, що включає в себе сніданки, обіди та вечері. Крім того, тур проводиться з інструктором, кухарем та екскурсоводом, що дозволяє гостям максимально насолоджуватись природою та відпочинком.

Проведення турів планується протягом літнього періоду, з червня по вересень. Реалізація інвестиційного проекту передбачає проведення туру з травня 2023 року до вересня 2024 року. Протягом цього періоду заплановано проведення більше ніж десяти турів, що дозволить більшій кількості людей насолоджуватись красою природи та активним відпочинком в Київській області. Прогноз обсягу продажу даного туру представлений у таблиці 3.2

Таблиця 3.2

Прогноз обсягу продажу туристичних турів на період
червень 2023 року – вересень 2024 року

| Місяць | Кількість реалізованих турів (кількість груп) |
|----------|---|
| Червень | 2 |
| Липень | 3 |
| Серпень | 3 |
| Вересень | 2 |
| Червень | 3 |
| Липень | 4 |
| Серпень | 4 |
| Вересень | 3 |
| Разом | 24 |

Джерело: розроблено автором

За прогностичними показниками, можна зробити певні висновки щодо обсягу продажу турів на період з червня 2023 року до вересня 2024 року.

Очікується, що протягом літа, коли попит на подібні тури зазвичай зростає, обсяг продажу збільшиться.

Також можливо залучення додаткових клієнтів за рахунок ефективної рекламної кампанії та розвитку партнерських відносин з іншими туристичними компаніями.

При цьому, слід враховувати можливість погіршення погодних умов в вересні, що може призвести до скорочення обсягу продажу турів. Тому, для підвищення стійкості бізнесу до подібних ризиків, можливо розглянути варіанти розширення асортименту турів на зимовий та весняний період, коли відвідування Змієвих Валів може бути менш погіршене погодними умовами. Також можна залучати більше клієнтів, пропонуючи знижки для груп та індивідуальних клієнтів.

За прогнозованими показниками, літом 2024 року обсяги продажу турів до Змієвих Валів можуть зрости значно, порівняно з попереднім сезоном. Це може бути зумовлено не тільки наявністю багатої інформації про тур, яка буде передаватись через знайомих, але і збільшенням популярності самого туру.

Також варто зазначити, що в наш час соціальні мережі дуже сильно впливають на прийняття рішень користувачами, тому більшість потенційних клієнтів, які побачать цікаві фото та позитивні відгуки про тур, можуть стати його учасниками.

Крім того, якщо клієнти будуть задоволені туром, вони скоріше за все будуть рекомендувати його своїм друзям та знайомим, що збільшить обсяги продажу. Тому можна очікувати значне збільшення популярності туру та підвищення обсягів продажу в майбутньому.

Для розрахунку витрат за проведення туру вихідного дня однієї групи туристів необхідно врахувати всі складові статті витрат. Першою статтею витрат є оренда автобуса для перевезення туристів. Вартість оренди автобуса залежить від тривалості поїздки та кількості кілометрів, які потрібно подолати, витрати на паливо, додаткове обладнання автобуса та ін.

Другою статтею витрат є оренда спорядження, такого як намети, рюкзаки, спальники та інше обладнання, необхідне проведення туру.

Третьою статтею витрат є послуги інструктора, який супроводжуватиме групу туристів під час туру. Вартість послуг інструктора залежить від його кваліфікації, досвіду роботи та тривалості туру.

Четвертою статтею витрат є послуги екскурсовода, який проводитиме екскурсії під час туру.

П'ятою статтею витрат є послуги кухаря, який готуватиме їжу для групи туристів, а саме сніданок, обід та вечеря.

Шостою статтею витрат є харчування.

Всі ці статті витрат було враховано при розрахунку витрат на проведення туру вихідного дня однієї групи туристів в таблиці 3.3

Таблиця 3.3

Витрати проведення туру однієї групи

| Стаття витрат | Ціна грн. | Кількість | Вартість, грн. |
|----------------------|-----------|----------------|----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Оренда автобуса | 1000 | 6 годин | 6 000 |
| Оренда спорядження | 110 | 28 осіб* 2 дні | 6 160 |
| Послуги інструктора | 400 | 2 особи*2дня | 1600 |
| Послуги кухаря | 600 | 2 дні | 1200 |
| Послуги екскурсовода | 350 | 3 годин | 1 050 |
| Харчування | 600 | 25+3= 28 осіб | 16 800 |
| Разом | - | - | 32 810 |

Джерело: розроблено автором

При розрахунку витрат на проведення туру для однієї групи з 25 туристів та 2 інструкторів були враховані наступні статті витрат:

- оренда автобуса на 6 годин;
- оренда спорядження (палатки, рюкзаки, спальники та інше);
- послуги інструктора;
- послуги екскурсовода;
- послуги повара;
- харчування (обід, вечеря та сніданок у поході).

Загальна сума витрат складає 32 810 гривень. Таким чином, для успішної реалізації туру необхідно залучити достатньо фінансових ресурсів та розпланувати витрати на кожну статтю витрат.

Далі визначається розрахунок витрат на проведення рекламної компанії.

Для розрахунку витрат на проведення рекламної компанії, були враховані наступні статті витрат.

Першою статтею є друк брошур з інформацією про тур. Витрати на друк брошур включають в себе вартість дизайну, верстки, друку та розсилки.

Другою статтею є реклама у мережі Інтернет, яка буде проводитися у межах реклами турфірми.

Для проведення реклами у мережі Інтернет буде обрано два популярних застосунки - Instagram та Facebook. Обидва застосунки мають велику аудиторію в Україні, зокрема в місті Київ. Реклама буде націлена на цю аудиторію за допомогою рекламних інструментів, що надаються платформами Instagram та Facebook. Особлива увага буде приділена створенню відповідної метрики, яка дозволить оцінювати ефективність рекламної компанії.

Третьою статтею витрат є проведення рекламного туру для представників турагентств-партнерів з метою ознайомлення з маршрутом та в подальшому рекламуванням данного туру. Витрати на проведення рекламного туру включають в себе вартість транспорту, харчування, проживання та екскурсій.

Рекламні витрати детально описано в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Рекламні витрати червень 2023 року – вересень 2024 року

| Витрати | | Вартість (грн) |
|---|---|-------------------|
| Друк брошур | -дизайн -верстка -друк -розсилка (1000 шт) | 1710 |
| Інтернет реклама | - Instagram - Facebook | 10 000 |
| Рекламний тур для представників турагентств-партнерів | 25 осіб + 3 особи супровід= 28 осіб 2 рази, на початку літа 2023 та 2024 рр. | 65 620 |
| Разом | | 77 330 |

Джерело: розроблено автором

Третьою статтею витрат є проведення рекламного туру для представників турагентств-партнерів з метою ознайомлення з маршрутом та в подальшому рекламуванням данного туру. Витрати на проведення рекламного туру включають в себе вартість транспорту, харчування, проживання та екскурсій.

Отже, за плановий період реалізації туру «Змієві вали» з червеня 2023 року по вересень 2024 року, загальні витрати на рекламу будуть становити 77 330 гривень.

Підводячи підсумок на затратну частину інвестиційного проекту виходить, що 24 тури вихідного дня будуть становити 864 770 гривень за 2 сезони 2023 та 2024 року. За цей час планується провести 24 тури по 25 чоловік, що складе 600 чоловік загалом. Тобто, витрати на одну людину будуть

становити 1441,2 грн. Тур прогнозується реалізувати за ціною 2450 гривень на одну особу.

Відсоток прибутку = (чистий прибуток / чиста вартість) * 100%

Відсоток прибутку = (1009 / 1441) * 100% \approx 70.1%

За розрахунками, компанія буде мати 70% прибутку з однієї людини.

Загалом чистий прибуток компанії за період проведення даного туру буде становити 605 400 гривень. Що є інвестиційно привабливо.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження було зроблено наступні висновки:

1. Основна мета управління інвестиційною діяльністю полягає в забезпеченні ефективного використання фінансових ресурсів підприємства, щоб забезпечити його стійкий розвиток та збільшення прибутку. Це досягається через ретельне вивчення ринкових умов, конкурентних переваг та потреб споживачів. Управління передбачає вирішення ряду завдань, які було розглянуто. Ефективне управління інвестиційною діяльністю підприємства включає в себе не тільки розробку стратегії та планування інвестиційних проектів, але й їх реалізацію та контроль за їхнім виконанням. Основні цілі: забезпечення ефективного використання фінансових ресурсів, забезпечення стійкого розвитку підприємства, гарантовано підвищити ринкову вартість компанії, забезпечити диверсифікацію портфеля, забезпечення дотримання законодавства та етичних стандартів, забезпечення розширення ринків збуту, забезпечення інноваційного розвитку.

2. Інвестиційний план є основою для ефективного управління інвестиційною діяльністю. Встановлюючи чіткі інвестиційні цілі, визначаючи завдання та створюючи бюджети, компанії можуть узгодити свою інвестиційну діяльність із загальним стратегічним планом. Капітальне бюджетування та методи фінансового прогнозування дозволяють підприємствам оцінювати інвестиційні можливості, визначати пріоритетність проектів та ефективно розподіляти ресурси. Оцінка та відбір проектів відіграють вирішальну роль у визначенні життєздатних інвестиційних проектів. Використовуючи кількісні методи, такі як NPV, IRR, період окупності та індекс прибутковості, підприємства можуть оцінити фінансову доцільність та потенційну прибутковість проектів. Якісні методи оцінки, такі як аналіз ринку, SWOT-аналіз та технологічна оцінка, дають уявлення про нефінансові фактори, що впливають на інвестиційні рішення. Крім того, методи аналізу ризиків допомагають підприємствам виявляти та зменшувати

потенційні ризики, пов'язані з інвестиційними проектами. Моніторинг та оцінка ефективності мають важливе значення для забезпечення того, щоб інвестиційна діяльність відбувалася за планом та приносила бажані результати.

3. Місія ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» полягає в тому, щоб максимально сприяти створенню цивілізованого туристичного ринку, де відносини в ланцюжку клієнт - агент - оператор засновані на взаємній довірі і повазі. Кінцева мета діяльності компанії - зробити якісний відпочинок доступним для максимально можливої кількості українців. За аналізований період виручка компанії зменшилася на 3 140 000 грн., прибуток зменшився на 471 000 грн., чистий прибуток на 32 000 грн, що можна пояснити падінням ринку туристичних послуг у зв'язку з війною в Україні. В останні роки компанія активно інвестує в рекламу, а саме таргетовану рекламу в мережі Instagram. Для цього компанія обрала одне із найвідоміших SMM-агентств в Україні PR+. Відділ українського туризму в компанії був відкритий лише у серпні 2022 році. До 2022 року компанія займалася переважно зарубіжним туризмом, а у 2022 році, враховуючи ситуацію в країні, було вирішено зробити ставку на внутрішній туризм.

4. Однією з головних функціональних стратегій ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ» є інвестиційна стратегія, що спрямована забезпечити туристичне підприємство необхідними обсягами та джерелами інвестиційних ресурсів. Інвестиційна стратегія становить собою рішення стосовно довготермінового вкладення капіталу у певну діяльність підприємства. Було наведено алгоритм формування інвестиційної стратегії компанії, проведено SWOT-аналіз ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ». Політика управління інвестиційною діяльністю базується на формуванні доходу ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛІЗИ», а саме інвестування у охоплення ринків (відділ українського туризму), охоплення клієнтів (власна клієнтська база та інвестування у таргетовану рекламу та співпрацю із агентством PR+, персонал (навчання).

5. Запропоновано рекомендації щодо підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю ПП «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ДВІ ВАЛЗИ», переглянуто інвестиційну стратегію підприємства за основними факторами та за цими ж факторами запропоновано нову інвестиційну стратегію, яка в довгостроковій перспективі може вивести підприємство на передові позиції у всіх аспектах діяльності компанії. При цьому, окрім зростання компанії, також передбачаються нові джерела доходу – продаж реклами у соціальних мережах та розвиток партнерської співпраці, що також позитивно вплине на підприємство. Зазначимо також, що розмір інвестицій у проект може коливатися залежно від багатьох факторів: конкретних умов, масштабу проекту, специфіки співпраці з блогером та обраної рекламної стратегії. При розробці витратного бюджету необхідно детально вивчити ринок та провести аналіз конкретних вартостей, а також ретельно планувати та контролювати витрати, щоб забезпечити ефективне використання бюджету проекту.

6. Розроблено та рекомендовано до впровадження на підприємстві інвестиційний проект по реалізації туристичного туру з назвою «Змієві вали». У розділі проекту, присвяченому витратам, проведено детальний підрахунок витрат на реалізацію проекту, який включає в себе всі необхідні витрати, в тому числі на рекламу, проживання, транспорт та інші. Надано опис стратегії реклами туру, включаючи використання соціальних мереж, блогів та рекламних банерів. Крім того, детально описано формування доходів та витрат інвестиційного проекту, включаючи прогнозування прибутковості проекту та розрахунки щодо повернення інвестицій. Відзначено, що успішна реалізація проекту може стати додатковим джерелом доходів для турфірми та сприяти розвитку туристичного бізнесу на Київщині. Загалом, чистий прибуток компанії за період проведення даного туру буде становити 605 400 гривень. Що є інвестиційно привабливо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аверченко Л. К. Управління персоналом в організації. 2015. 104 с.
2. Азріліян А. Н. Короткий економічний словник. К. : НАН, 2005. 1088 с.
3. Алексеєнко Л. М., Олексієнко В. М., Юркевич А. І. Економічний словник: банківська справа, фондовий ринок. К. : Максимум, 2008. 592 с.
4. Андрущенко О. С. Організація туристичної діяльності. 2022. 143 с.
5. Балацький О. Ф., Теліженко А. М., Соколов М. О. Управління інвестиціями : навч. посіб. Суми : Університетська книга, 2004. 355 с.
6. Бандурка О. М., Коробов М. Я., Орлов П. І., Петрова К. Я. Фінансова діяльність підприємства. К. : Либідь, 2003. 235 с.
7. Бандурка О. М. Фінансова діяльність підприємства : навч. посіб. К. : 2000. 456 с.
8. Безус П. І., Безус А. М., Кальний С. В. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. К. : АМУ, 2014. 212 с.
9. Бережна І. Ю. Поняття та роль інвестиційної діяльності та інвестиційного процесу на сучасному етапі економічного розвитку. 2011. 86-91 с.
10. Білик М. Д., Бабяк Н. Д., Соколова О. Б. Фінанси підприємства. К. : Центр учбової літератури, 2008. 420 с.
11. Білоус В. С. Звязки з громадкістю. К. : КНЕУ, 2005. 275 с.
12. Білорус Т. В., Горбась І. М. Менеджмент: практикум. К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2014. 471 с.
13. Бланк І. А. Інвестиційний менеджмент. Київ: Ніка-центр, 2001. 448 с.
14. Бортнікова Н. В. Аналіз інвестиційної діяльності в Україні. Фінансовий ринок України. 2009. 35-38 с.
15. Борщ Л. М. Інвестування теорія і практика. К. : Знання, 2005. 470 с.
16. Борщ Л. М. Управління інвестиційною діяльністю підприємств. 2019. 53-58 с.

17. Боярко І. М., Гриценко Л. Л. Інвестиційний аналіз : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2011. 400 с.
18. Бутинця Ф. Ф. Економічний аналіз : навч. посіб. Житомир : Рута, 2003. 360 с.
19. Вінник О. М. Інвестиційне право : навч. посіб. К. : Атіка, 2000. 328 с.
20. Вовчак О. Д. Інвестування. Львів : Новий Світ, 2008. 544 с.
21. Вознюк Г. Л., Партин Г. О. Вибір дальних методів для оцінки ефективності інвестиційних проектів. 2018. 56-62 с.
22. Гетьман О. О. Регулювання інвестиційної діяльності підприємств. 2017. 78-83 с.
23. Гончаров А. Б. Інвестування : навч. посіб. Харків : Інжек, 2004. 470 с.
24. Гончаренко Н. В. Управління інвестиційною діяльністю підприємства : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2018. 392 с.
25. Гриньова В. М., Коюда В. О., Ленецько Т. І., Коюда О. П. Інвестування : Підруч. Київ: Знання, 2008. 320 с.
26. Гриньова В. М., Коюда В. О. Фінанси підприємств. Харків : Інжек, 2004. 325 с.
27. Гриньова В. М., Коюда В. О. Фінанси підприємств в схемах. Харків : Інжек, 2003. 280 с.
28. Давиденко Н. М. Аналіз інвестиційних проектів: навч. посіб. К. : Компринт, 2015. 378 с.
29. Дерев'янко О. І. Інвестиційний менеджмент: сутність та основні засади. 2016. 98-103 с.
30. Докієнко Л. М. Інвестиційний менеджмент : навч. посіб. К. : Академвидав, 2011. 408 с.
31. Дука А. П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. К. : Каравела, 2007. 424 с.
32. Жуков В. В., Завгородній А. Г. Методика формування інвестиційного портфеля. 2016. 94-99 с.
33. Закон України Про інвестиційну діяльність № 1560-ХІІ від 18.09.91 р.

34. Закон України Про власність від 07.02.1991р. №697 ВВР. 1991. 249 с.
35. Захаркін О. О. Вартісно-орієнтоване управління інноваційною діяльністю підприємств: методологічні засади, світовий та вітчизняний досвід. Суми : СумДУ, 2015. 400 с.
36. Захаркін О. О. Порівняльна характеристика концепцій управління підприємством в системі його інноваційної діяльності. 2014. 53–58 с.
37. Кальний С. В. Інвестування: навч. посіб. К. : Наукова столиця, 2023. 202 с.
38. Кальний С. В. Особливості діяльності малих та середніх підприємств у контексті інноваційного розвитку регіонів. Ефективна економіка. 2021. № 12. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2021/79.pdf
39. Кармінська-Белоброва М. В., Ігнатова Є. М. Управління ризиками у підприємстві. 2014. 180 с.
40. Колосок С. І., Мирошніченко Ю. О., Мішеніна Г. А. Розроблення та реалізація інвестиційного проєкту. Суми : Сумський державний університет, 2021. 122 с.
41. Косова Т. Д. Фінансові інститути в системі управління інвестиційним процесом. Донецьк : Норд-Прес, 2008. 338 с.
42. Крупка М. І. Фінанси і підприємництво в Україні на межі тисячоліть. Львів : Діалог, 2007. 272 с.
43. Кушнір Ю. А. Управління інвестиційною діяльністю підприємства. К. : Центр учбової літератури, 2014. 336 с.
44. Куянова О. Ю. Основні напрями підвищення ефективності інвестиційної діяльності. 2011. 221 с.
45. Лисенко М. І., Гнатенко О. А. Оцінка ефективності інвестиційних проєктів на основі методу аналізу ієрархій. Харків : Вісник Національного технічного університету Харківський політехнічний інститут, 2018. 80-85 с.
46. Лісовський П. М. Туристична діяльність: інновація, інвестиція, рекреація. К. : 2022. 124 с.

47. Лук'янихін В. О. Менеджмент персоналу: навч. посіб. К. : ВТД Університетська книга, 2004. 592 с.
48. Луцив Б. Л., Куриленко Т. П. Ефективність інвестиційних проектів та управління ризиками. 2017. 141-147 с.
49. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність. К. : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
50. Майорова Т. В. Інвестиційний процес і фінансово-кредитні важелі його активізації в Україні. К. : КНЕУ, 2013. 332 с.
51. Майорова Т. В. Економічне середовище та процеси інвестування. 2018. 46-49 с.
52. Мальська М. П., Худо В. В. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. К. : Центр навч.літератури, 2004. 272 с.
53. Мандзій М. О. Управління інвестиційною діяльністю підприємства : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2014. 320 с.
54. Матюшенко І. Ю. Інвестування в контексті міжнародної інтеграції України. 2013. 457 с.
55. Мошенський С. З. Фондовий ринок та інституційне інвестування в Україні: вплив на інвестиційну безпеку держави. Житомир, 2008. 432 с.
56. Нечипорук Ю. В. Інвестиційний менеджмент в умовах глобалізації економіки. 2017. 20-24 с.
57. Онищенко О. М. Управління інвестиційною діяльністю підприємства. К. : КНЕУ, 2016. 289 с.
58. Онопченко О. М. Стратегічне управління інвестиційною діяльністю підприємства. 2019. 85-91 с.
59. Павленко О. І. Фінансові інструменти забезпечення інвестиційної діяльності підприємств. Донбас, 2016. 120-126 с.
60. Паньков О. Б. Управління інвестиційною діяльністю як базовий складник економічної безпеки підприємства. 2020. 90-93 с.
61. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом. К. : Лібра, 2002. 462 с.

62. Пересада А. А. Формування інвестиційного потенціалу підприємства. 2015. 77-81 с.
63. Погасій С. О. Інвестиційний менеджмент. Х. : ХНАМГ, 2009. 337 с.
64. Погріщук Г. Б. Інвестування: навч. посіб. Тернопіль: Економічна думка, 2014. 277 с.
65. Поддєрьогін А. М., Коюда В. О. Фінанси підприємств. Харків : Інжек, 2004. 198 с.
66. Поліщук О. І. Управління інвестиційною діяльністю підприємства: навч. посіб. К. : КНЕУ, 2017. 356 с.
67. Правик Ю. М. Інвестиційний менеджмент: навч. посіб. К. : Знання, 2007. 431 с.
68. Решетник І. В. Формування стратегії інвестування підприємств на засадах сталого розвитку. 2016. 78-82 с.
69. Ривак О. С. Інвестиційна діяльність в Україні. 2009. 240 с.
70. Рудніченко Є. М. Інвестиційний менеджмент. 2010. 415 с.
71. Ситник В. Ф., Писаревська Т. А., Єршоміна Н. В. Основи інформаційних систем. К. : КНЕУ, 1997. 248 с.
72. Скірка Н. Я. Стимулювання інвестиційної діяльності як чинник чинник оптимізації структури економіки країни: теоретичні та практичні аспекти. 2008. 213 с.
73. Скороход І. П. Інвестування : навч. посіб. Одеса : ОНУ, 2014. 66 с.
74. Татаренко Н. О., Поручник А. М. Теорії інвестицій. К. : КНЕУ, 2005. 160 с.
75. Турило А. М. Методологічні підходи до оцінки фінансової діяльності підприємства. 2007. 100 с.
76. Федоренко В. Г., Гойко А. Ф. Інвестознавство : Підруч. К. : МАУП, 2008. 408 с.
77. Федоренко В. Г. Інвестиційний менеджмент : навч. посіб. К. : МАУП, 1999. 182 с.
78. Хміль Ф. І. Основи менеджменту. К. : Академвидав, 2007. 576 с.

79. Хміль Ф. І. Практикум з менеджменту організацій : навч. посіб. К. : Магнолія плюс, 2004. 333 с.
80. Черваньов Д. М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств. К. : Знання, 2007. 622 с.
81. Череп А. В. Інвестознавство. К. : Кондор, 2006. 398 с.
82. Шаповал В. М., Тарасенко Н. Б. Інноваційний розвиток підприємств та інвестиційні проекти. 2016, 25-30 с.
83. Шегда А. В. Менеджмент : Підруч. К. : Знання, 2004. 687 с.
84. Шилов Е. Й. Аналіз і управління інвестиційними проектами. К. : Клуба, 2007. 248 с.
85. Щерба А. О. Підходи до визначення інвестицій та інвестиційної активності підприємств. Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку. 2016. 160-174 с.
86. Щукін Б. М. Інвестування: Курс лекцій. К. : МАУП, 2004. 216 с.
87. Щукін Б. М. Інвестиційна діяльність. К. : Знання, 1998. 328 с.
88. Managing Human Resources: Human Resource Management in Transition. Stephen Bach, Martin Edwards. John Wiley & Sons, 2012. 440 p.
89. Personnel Management: A Comprehensive Guide to Theory and Practice Third Edition. Stephen Bach, Keith Sisson. Wiley, 2000. 402 p.
90. The Oxford Handbook of Human Resource Management. Peter F. Boxall, John Purcell, Patrick M. Wright. Oxford Handbooks Online, 2007. 658 p.