

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

(підпис)

«_____» _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ
КОНЦЕРТНО-ВИСТАВКОВОГО КОМПЛЕКСУ В МІСТІ ОДЕСА»**

Виконавець:

Студент ФЕУП

Андрушков Віталій Володимирович

(підпис)

Науковий керівник:

ст. викладач

Каражия Едуард Андрійович

(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ БІЗНЕСУ У СФЕРІ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ	
1.1. Загальні поняття сфер діяльності та характеристика бізнес-ідеї зі створення концертно-виставкового комплексу.....	6
1.2. Нормативно-правове регулювання виставкової діяльності та умови створення концертно-виставкового комплексу.....	11
1.3. Вибір організаційно-правової форми та системи оподаткування.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КОНЦЕРТНО-ВИСТАВКОВОГО КОМПЛЕКСУ	
2.1. Характеристика та опис особливостей глобального ринку виставкового та івент-бізнесу.....	20
2.2. Визначення концепції та оцінка внутрішніх конкурентних переваг створюваного бізнесу.....	26
2.3. Формування витрат на створення та функціонування комплексу.....	44
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ КОНЦЕРТНО-ВИСТАВКОВОГО КОМПЛЕКСУ В МІСТІ ОДЕСА	
3.1. Прогнозування доходів і прибутку підприємства та оцінка показників економічної ефективності.....	57
3.2. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання.....	65
ВИСНОВКИ.....	69
Список використаних джерел.....	61
Додатки.....	79

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. У сучасному світі поширення інновацій та розвиток нових технологій набувають надзвичайно стрімких темпів. У боротьбі за прихильність клієнтів великі компанії та малі підприємства регулярно здійснюють розробку та удосконалення нових чи уже існуючих товарів та послуг, внаслідок чого виникає потреба у розширенні можливостей їх просування. Одним із найефективніших інструментів ознайомлення потенційних клієнтів та партнерів із власною продукцією є участь у виставкових заходах.

Глобальні виставки вважаються не просто майданчиком для демонстрації досягнень підприємств, а і місцем утворення нових ділових зв'язків завдяки залученню великої кількості виробників, споживачів та інвесторів зі всього світу. Подібні заходи сприяють зростанню ділової активності, стимулюють розвиток міжнародних відносин, підвищують рівень обізнаності інвесторів щодо можливостей вкладення капіталу у нові проекти, забезпечують зростання туристичних потоків і, як наслідок, збільшення податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів.

Важливою умовою для організації масштабних виставок є наявність великих експозиційних площ. В Україні існує незначна кількість майданчиків, придатних для проведення подій міжнародного рівня, що свідчить про необхідність будівництва сучасних багатофункціональних виставкових комплексів.

Загальні умови розвитку виставкової діяльності в Україні та світі у своїх роботах описували такі вчені і дослідники як Гаркуша Д. Р. та Ніфатова О. М. [2], Вдовічен А. А. та Вдовічена О. Г. [3], Мунтян І. В., Соколюк К. Ю. та Значек Р. Р. [39] тощо. Однак проблема доступності експозиційних площ і створення нових виставкових просторів залишається малоописаною та потребує більш детального висвітлення.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичні, методичні та прикладні аспекти реалізації бізнес-проєкту зі створення концертно-виставкового комплексу в місті Одеса.

Завдання дослідження:

- надати загальну характеристику бізнес-ідеї зі створення концертно-виставкового комплексу;
- охарактеризувати нормативно-правове регулювання сфери діяльності концертно-виставкового комплексу та умови реалізації проєкту;
- здійснити вибір та обґрунтування організаційно-правової форми і системи оподаткування суб'єкта господарювання;
- охарактеризувати особливості глобального ринку виставкового бізнесу;
- визначити концепцію та оцінити внутрішні конкурентні переваги створюваного бізнесу;
- сформулювати витрати на створення та функціонування концертно-виставкового комплексу;
- спрогнозувати доходи і прибуток новостворюваного підприємства;
- розрахувати та проаналізувати показники ефективності проєкту;
- визначити можливі ризики та обґрунтувати заходи щодо їх мінімізації.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення концертно-виставкового комплексу в місті Одеса.

Предмет дослідження – бізнес проєктування створення концертно-виставкового комплексу в місті Одеса.

Методи дослідження: загальнонаукові: аналогія, системний аналіз, формалізація; логічної абстракції: аналіз і синтез, індукція та дедукція; економіко-математичні: факторний, системно-структурного аналізу; економіко-статистичного аналізу: табличний, графічний, групування, класифікації; маркетингові: SWOT-аналіз, PESTLE-аналіз, спостереження.

В процесі обробки інформації використовувалась комп'ютерна програма Microsoft Office Excel.

Інформаційна база дослідження: Закони України, законодавчо-нормативні матеріали Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, центральних органів виконавчої влади, наукові публікації та монографічні видання українських вчених, матеріали наукових конференцій і досліджень, звіти та аналітичні матеріали державних органів, статистичні бази даних, веб-сайти.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (72 найменування) та 3 додатків. Загальний обсяг роботи становить 82 сторінки. Основний зміст викладено на 63 сторінках. Робота містить 38 таблиць, 13 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ БІЗНЕСУ У СФЕРІ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ

1.1. Загальні поняття сфер діяльності та характеристика бізнес-ідеї зі створення концертно-виставкового комплексу

Виставкова діяльність являє собою процес, який об'єднує організацію та проведення, виставок і ярмарків, з метою масової демонстрації нових продуктів чи технологій для потенційних партнерів та споживачів. Вона є невід'ємною складовою частиною розвитку ринкових процесів, яка спрямована на створення сприятливих умов для збільшення обсягів експорту, удосконалення технологій, зміцнення міжнародних зв'язків, підвищення міжнародного іміджу держави, розвитку ділового туризму, активізації інноваційного процесу тощо [1].

Виставки відіграють важливу роль у залученні інвестицій, стимулюванні позитивних структурних змін в економіці, сприянні технологічного оновлення виробництва тощо [2, с. 129]. Окрім цього, такі заходи вважаються ефективним інструментом підвищення товарообміну, відіграють важливу роль у розвитку внутрішньої і зовнішньої торгівлі та економіки в цілому.

Доцільність розвитку виставкової діяльності в Україні зумовлена також рядом інших причин, до яких відносяться:

- поширення новаторства в окремих галузях національного господарства;
- потреба у розбудові міжнародних економічних зв'язків;
- необхідність розвитку економіки шляхом залучення іноземних компаній на вітчизняний ринок;
- припинення співпраці міжнародних організаторів виставок із виставковими центрами на території рф;
- можливість використання виставок у якості інструмента підвищення обізнаності населення;
- зацікавленість окремих міст і регіонів у підвищенні престижу на глобальному рівні.

Організація виставкових подій включає в себе не лише проведення виставок та ярмарків, а і здійснення заходів з їх супроводу та підтримки. Таким чином у даному процесі задіяна велика кількість суб'єктів підприємницької діяльності, які надають послуги у різних сферах господарювання, що відображено на рисунку 1.1.

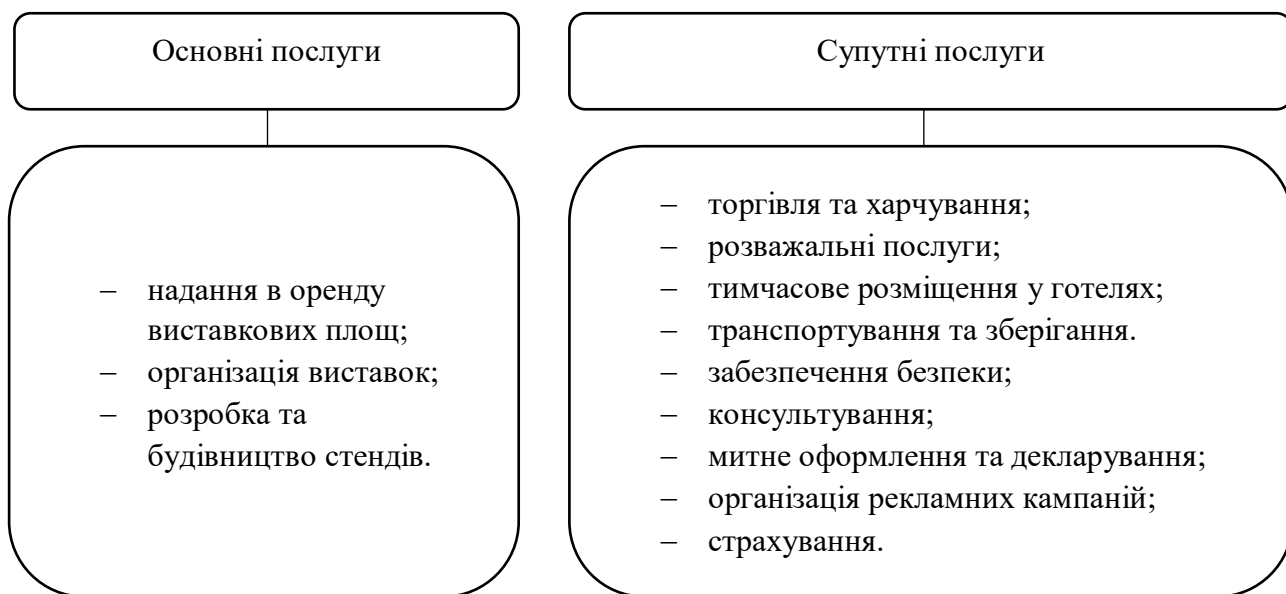


Рис. 1.1. Перелік послуг пов'язаних із виставковою діяльністю

Джерело: складено за матеріалами [1, 3, с. 32].

Важливо зазначити, що даний перелік характерний також і для підприємств івент-індустрії, яка являє собою сферу діяльності з організації різноманітних масових подій, таких як концерти, фестивалі, постановки, шоу, спортивні заходи тощо, що дозволяє стверджувати про наявність спільних рис між виставковою діяльністю та івент-індустрією.

Якщо говорити безпосередньо про локації для масових подій, то проведення окремих заходів можливе у виставкових центрах, концертних залах, спортивних аренах, театрах, тощо. Однак, організація великої кількості подій різних напрямів у одному місці характерна лише для багатофункціональних концертно-виставкових комплексів, здатних за короткий проміжок часу налаштовуватись під організацію різних видів масових заходів.

Великі концертно-виставкові комплекси мають ряд переваг перед іншими майданчиками. Основною із них є масштаб, що дозволяє організаторам ефективніше використовувати власні ресурси завдяки можливості залучення великої кількості глядачів та відвідувачів. Наявність великого простору для організації міжнародних подій може сприяти розвитку туризму, у тому числі ділового, що здатне забезпечити зростання обізнаності іноземних компаній щодо перспектив розвитку бізнесу в країні чи регіоні проведення заходу.

Проте, в Україні існує незначна кількість великих універсальних виставкових центрів. За останніми даними їх чисельність у нашій державі сягає 18, а загальна експозиційна площа становить трохи більше 200 тисяч м², що значно менше, ніж у розвинених країнах, особливо у співвідношенні до кількості населення [4]. Лише незначна частина наявних в Україні комплексів є придатною для проведення відмінних від виставок масових заходів.

Визначити потенційних клієнтів концертно-виставкових комплексів можна на основі аналізу спектру послуг, що надаються такими суб'єктами господарювання. Останній, у свою чергу, залежить також від обраної моделі функціонування підприємства, яких можна виділити дві:

- мобільна (концертно-виставкові комплекси не здійснюють організацію масових заходів та виступають лише власниками площ, які здають в оренду);
- традиційна (концертно-виставкові комплекси окрім здачі в оренду власних виставкових площ виступають організаторами масових заходів).

Потенційними клієнтами комплексів із мобільною моделлю функціонування зазвичай виступають організатори масових подій, а саме організатори виставок, концертні агентства, представники fashion-індустрії, спортивні федерації та об'єднання, органи державної влади і місцевого самоврядування тощо. При традиційній же моделі клієнтами також можуть бути суб'єкти, що провадять діяльність у сфері розваг і мистецтва та підприємства, що здійснюють розробку чи виробництво власної продукції та послуг і використовують виставки, як інструмент просування на ринок.

Виставки є найбільш поширеними подіями, що проводяться на території концертно-виставкових комплексів. Зазвичай кількість учасників виставкового заходу у найрозвиненіших країнах світу становить декілька сотень компаній, а його тривалість сягає 3-10 днів. Обсяг зайнятої площі у більшості випадків не перевищує 10 тисяч м², однак існують і виключення [5]. Такі великі міжнародні комплекси як, наприклад, Messe Frankfurt (Німеччина) чи Fiera Milano (Італія) здатні прийняти виставки загальною площею у декілька десятків тисяч метрів квадратних та залучити сотні чи навіть тисячі учасників зі всього світу. Так, наприклад, міжнародна виставка «Джура», яка проходить раз на 4 роки займає понад 150 тисяч м² експозиційної площі та залучає майже 2000 експонентів [6].

Тематики виставок, які можуть бути організовані на території певного виставкового комплексу значною мірою залежать від фізичних параметрів такого комплексу, а саме площі, висоти павільйонів, міцності фундаментів тощо. Великі виставкові центри будуються з розрахунком можливості прийому максимальної кількості відвідувачів та організації усіх типів виставок. Найбільш поширені тематики традиційних виставкових заходів відображені у таблиці 1.1

Таблиця 1.1

Найбільш поширені тематики запланованих міжнародних виставкових заходів у світі на 2024-2025 роки

Тематика	Кількість	Тематика	Кількість
Продукти харчування та напої	903	Автомобілі й мотоцикли	162
Будматеріали та будівництво	499	Косметика та косметологія	153
Медицина та фармацевтика	485	Тваринництво	150
Промислова інженерія	433	Туризм	140
Дім та офіс	398	Пакування і тара	139
Сільське господарство	356	Металообробка та металургія	115
Культура, мистецтво й ремесла	316	Наука та інновації	114
Безпека та захист	316	Здоров'я	93
Транспорт і логістика	261	Готелі та ресторани	93
Енергетика та енергозбереження	247	Ювелірна справа	87
ІТ та електронна комерція	205	Спорт та відпочинок	86
Одяг та аксесуари	202	Екологія та відходи	80
Бізнес та франчайзинг	198	Батьки та діти	76
Освіта і кар'єра	179	Ліс та деревообробка	64
Індустрія розваг	177	Авіація	54
Електроніка та електротехніка	174	Ігрова індустрія	41

Джерело: складено за матеріалами [7]

Окремим важливим елементом діяльності концертно-виставкових комплексів є проведення концертів, фестивалів та інших масових заходів. В Україні та Одесі івент-індустрія є більш розвиненою, ніж виставкова, однак на сьогодні все ще наявна проблема наявності інфраструктури для подій світового рівня по типу міжнародних фестивалів із загальною кількістю відвідувачів у декілька десятків тисяч осіб одночасно.

За кордоном у деяких випадках до складу виставкових комплексів входять окремі великі концертні арени, призначені у першу чергу для проведення такого типу подій. Зазначена концепція є прийнятною при наявності стабільного попиту на значні площі під організацію та проведення різноманітних шоу-програм. Однак, міжнародний досвід свідчить також про можливість проведення масштабних концертів та шоу у виставкових павільйонах, які відповідають необхідним для цього технічним вимогам, що відображено у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Фізичні параметри локацій проведення Євробачення 2017 та 2019

Подія	Євробачення 2017	Євробачення 2019
Місце проведення	МВЦ (Україна)	Ехро Tel Aviv (Ізраїль)
Задіяні павільйони	№ 2-3	№ 2
Виставкова площа задіяних павільйонів, м ²	17165	11150
Кількість глядацьких місць, од	10073	10000

Джерело: складено за матеріалами [8, 9]

Враховуючи здатність сучасних концертно-виставкових комплексів адаптовуватись до вимог, необхідних для організації та проведення різноманітних видів масових заходів, які окрім виставок і концертів можуть включати також спортивні заходи, конференції, модні покази, дискотеки тощо, стає очевидною універсальність таких об'єктів, що є їх основною перевагою перед іншими просторами проведення подій.

1.2. Нормативно-правове регулювання виставкової діяльності та умови створення концертно-виставкового комплексу

У сучасному контексті виставкова діяльність визначається не лише як важливий чинник розвитку інновацій, технологій та культури, але і як невід'ємна складова частина громадського простору, а отже, забезпечення ефективного функціонування та захисту інтересів усіх учасників виставкового процесу вимагає необхідного нормативно-правового регулювання.

Окремі питання господарської діяльності галузі визначені регулюючими актами загального характеру та деякими законами і постановами Кабінету Міністрів України, що відображено в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Перелік нормативно-правових актів, що регулюють виставкову діяльність в Україні

Документ	Зміст
Господарський кодекс України	Встановлює загальні правила ведення господарської діяльності.
Митний кодекс України	Регулює питання тимчасового ввезення товарів, призначених для показу чи використання на виставкових заходах.
Податковий кодекс України	Визначає податкові зобов'язання для підприємств.
Цивільний кодекс України	Здійснює загальне регулювання правовідносин у тому числі для суб'єктів виставкового бізнесу.
Закон України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції»	Визначає повноваження органів ринкового нагляду щодо перевірки додержання вимог представлення продукції за місцем проведення виставки, ярмарку чи інших показів.
Закон України «Про зовнішнь-економічну діяльність»	Визначає організацію та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, конференцій та інших подібних заходів, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності як вид зовнішньоекономічної діяльності.
Закон України «Про рекламу»	Описує термін «спеціальні виставкові заходи».
Постанова КМУ «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні»	Затверджує концепцію розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Україні.

Джерело: складено за матеріалами [1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16]

Для визначення більш конкретного переліку нормативно-правових актів, що регулюють сфери концертної та виставкової діяльностей, необхідно здійснити вибір видів економічної діяльності, якими зможе займатися суб'єкт підприємництва відповідно до чинного Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД-2010).

З метою здійснення господарювання було обрано наступні види економічної діяльності концертно-виставкового закладу:

- 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна, що включає надання в оренду та управління власним або орендованим нерухомим майном у тому числі виставковими залами, складськими приміщеннями чи земельними ділянками, а також надання будівель, упоряджених або неупоряджених квартир чи апартаментів для довготермінового використання зазвичай на умовах щомісячної або річної оплати [17].
- 82.30 Організування конгресів і торговельних виставок, що включає організування, просування і/або проведення різних подій, таких як бізнес-покази, збори, конференції та зустрічі, з організацією та наданням персоналу для роботи в місцях проведення подібних заходів або без надання персоналу [18].
- 90.02 Діяльність із підтримки театральних і концертних заходів, що включає діяльність із технічної підтримки живих театральних вистав, концертів, опери, танців або інших сценічних виступів, а також діяльність продюсерів або підприємців у сфері мистецтва з визначеними приміщеннями або без них [19].
- 93.29 Організування інших видів відпочинку та розваг, що включає діяльність, пов'язану з організуванням відпочинку та розваг, у тому числі прокат устаткування для дозвілля та відпочинку як невід'ємну частину розважальних комплексів, ярмарки та шоу, які мають відношення до відпочинку, робота танцювальних майданчиків, діяльність парків відпочинку [20].

Додатково обрано також інші види діяльності, а саме:

- 73.11 Рекламні агентства, що включає забезпечення повного набору рекламних послуг у тому числі послуги з художнього оформлення реклами, виготовлення рекламних матеріалів та їх купівлю, створення стендів та інших демонстраційних поверхонь, створення та розміщення засобів реклами на відкритому повітрі, наприклад, білбордів, панелей, рекламних рамок, віконного оформлення, виставкових залів тощо [21].
- 74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну, що включає у тому числі діяльність графічних дизайнерів [22].
- 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність, що включає надання послуг, пов'язаних зі службою попередніх замовлень та продаж квитків на театральні, спортивні та інші розважальні заходи [23].
- 82.99 Надання інших допоміжних комерційних послуг, що включає також послуги зі збирання грошей за паркування автомобілів [24].

Зважаючи на обрані види економічної діяльності, господарювання концертно-виставкового закладу здійснюватиметься також на основі інших нормативно-правових актів, що регулюють сферу організації масових заходів, перелік яких відображений у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Перелік додаткових нормативно-правових актів, що регулюють діяльність концертно-виставкового комплексу

Документ	Зміст
Закон України «Про гастрольні заходи в Україні»	Визначає загальні засади організації гастрольних заходів в Україні та обмеження при їх проведенні.
Закон України «Про культуру»	Визначає основні принципи культурної політики, включаючи питання концертної діяльності.
Закон України «Про систему громадського здоров'я»	Визначає засади функціонування системи громадського здоров'я та регулює відносини у сфері санітарно-епідемічного благополуччя населення.

Джерело: складено за матеріалами [25, 26, 27]

Створення нового концертно-виставкового комплексу на території міста Одеса передбачає спорудження спеціальних будівель, у тому числі виставкових залів, та облаштування прилеглих територій. Початковим етапом даного процесу є здійснення окремих формальностей, пов'язаних із вирішенням земельних питань та розробка проєкту майбутнього комплексу.

Відповідно до статті 7 Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності», шлях отримання необхідної для виконання будівельних робіт дозвільної документації залежить від класу наслідків архітектурного об'єкта, який визначаються рівнем можливих матеріальних збитків та соціальних втрат, пов'язаних із припиненням експлуатації або із втратою цілісності об'єкта [28]. Згідно з ДБН В.1.2-14:2018 концертно-виставковий комплекс значного масштабу може відноситись до класу ССЗ (значні наслідки), а відтак, надання документів, що дають право на виконання підготовчих та будівельних робіт здійснюється центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику з питань державного архітектурно-будівельного контролю та нагляду [28].

З урахуванням класу наслідків архітектурного об'єкта, відповідно до Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності», подання заяви для отримання дозвільних документів здійснюється виключно в електронній формі через електронний кабінет або іншу державну інформаційну систему, інтегровану з електронним кабінетом, користувачами якої є суб'єкт звернення та суб'єкт надання відповідної послуги [28].

Для отримання офіційного дозволу подаються копії документів про право власності або право користування земельною ділянкою та реєстраційний номер Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва в якій доданий договір підряду, дані про виконавців авторського і технічного нагляду, а також експертиза проєктної документації [29].

Запис про отримання відповідного дозволу розміщується в Реєстрі будівельної діяльності, а перевірка реєстрації дозволу може здійснюватись за допомогою порталу Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва.

Будівництво концертно-виставкового комплексу здійснюється відповідно до чинних державних будівельних норм, які відображені у таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

Державні будівельні норми, що регулюють будівництво приміщень для проведення масових заходів

Документ	Зміст
ДБН В.1.2-7:2021 «Основні вимоги до будівель і споруд. Пожежна безпека»	Визначає основні положення щодо забезпечення пожежної безпеки
ДБН В.2.2-16-2019 «Культурно-видовищні та дозвіллієві заклади»	Встановлює норми проєктування і будівництва однозальних та багатозальних будівель і споруд закладів культури та дозвілля.
ДБН В.2.2-9:2018 «Громадські будинки та споруди. Основні положення»	Визначає норми проєктування будівель, споруд та комплексів громадського призначення з умовною висотою до 73,5 м (включно).
ДБН В.1.2-14:2018 «Загальні принципи забезпечення надійності та конструктивної безпеки будівель і споруд»	Встановлює загальні принципи забезпечення надійності і конструктивної безпеки будівель і споруд.
ДБН В.2.5-28:2018 «Природне і штучне освітлення»	Визначає норми проєктування освітлення територій і приміщень.
ДБН В.1.1-31:2013 «Захист територій, будинків і споруд від шуму»	Встановлює вимоги щодо проєктування захисту від шуму
ДБН Б.2.2-5:2011 «Благоустрій територій»	Встановлює загальні положення проєктування нового будівництва
ДБН В.1.2-2:2006 «Навантаження і впливи. Норми проєктування»	Встановлює основні положення та правила щодо визначення навантажень і впливів, а також їхніх сполучень

Джерело: складено за матеріалами [30]

ДБН В.2.2-16-2019 «Культурно-видовищні та дозвіллієві заклади», який з урахуванням переліку нормативних актів та окремих державних будівельних норм встановлює норми проєктування і будівництва однозальних та багатозальних будівель включає в себе наступні основні вимоги до приміщень, призначених для проведення масових заходів:

- розміщення, розмір та склад земельних ділянок комплексу визначається згідно з вимогами ДБН Б.2.2-12 «Планування і забудова територій»;

- територія комплексу має передбачати упорядковані пішохідні зв'язки з прилеглими об'єктами міського обслуговування та зупинками громадського транспорту;
- господарська зона повинна включати зону завантаження-розвантаження громіздких великогабаритних декорацій спеціальним автотранспортом;
- місткість автостоянок приймається із розрахунку одного машино-місця на кількість місць для глядачів у залежності від рівня комфорту;
- допустима норма загальної площі виставкового залу складає від 3 до 4,5 метрів квадратних на одного відвідувача виставкового заходу, але не менше 50 м² [31].

Окрім цього, документ містить об'ємно-планувальні рішення і вимоги щодо проєктування адміністративних приміщень та приміщень технологічного забезпечення, а також акустичних умов, систем захисту від шуму, засобів безпеки та орієнтування маломобільних груп населення тощо.

Під час створення проєкту концертно-виставкових комплексів великих масштабів значна увага приділяється також пожежній безпеці. Так, будівлі, що мають клас наслідків СС3 (значні наслідки) повинні бути спроєктовані з розрахунком на стійкість до прогресуючого обвалення внаслідок пожежі [32]. Окремі вимоги щодо пожежної безпеки містяться у переліку окремих нормативних актів, у тому числі ДБН В.1.1-7:2016 «Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги». Документ містить норми щодо шляхів обмеження поширення пожежі між спорудами і будівлями комплексу, а також усередині приміщень, вимоги щодо забезпечення евакуації людей, евакуаційних шляхів та виходів, їх кількості та розмірів, систем протипожежного захисту, зокрема автоматичного пожежогасіння, пожежної сигналізації, централізованого пожежного спостерігання тощо, забезпечення безпеки пожежно-рятувальних підрозділів тощо.

1.3. Вибір організаційно-правової форми та системи оподаткування

Організаційно-правова форма господарювання – це форма здійснення господарської (зокрема підприємницької) діяльності з відповідною правовою основою, яка визначає характер відносин між засновниками (учасниками), режим майнової відповідальності по зобов'язаннях підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування діяльності тощо [33, с. 303].

Вибір організаційно-правової форми підприємства здійснюється на початковому етапі створення суб'єкта господарювання та у більшій мірі визначається такими об'єктивними умовами як сфера діяльності, наявність грошових коштів, переваги і недоліки самих організаційно-правових форм [33, с. 306].

Враховуючи специфіку діяльності концертно-виставкового комплексу, згідно з «Класифікатором організаційних форм суб'єктів економіки» у якості оптимального варіанту було обрано організаційну форму за кодом 240 «Товариство з обмеженою відповідальністю» [34].

Товариство з обмеженою відповідальністю – це товариство, засноване одним або декількома як фізичними, так і юридичними особами, статутний капітал якого розділений на долі та встановлюється статутом [35, с. 76]. До основних переваг даної організаційно-правової форми відносяться:

- спрощений спосіб реєстрації;
- можливість участі інших юридичних осіб у процесі формування товариства;
- можливість створення системи органів управління, що відповідають специфіці діяльності;
- наявність можливості використання спрощеної системи оподаткування;
- відсутність обмежень щодо розміру статутного фонду;
- можливість формування статутного капіталу за рахунок грошових коштів, майна або цінних паперів;

- мінімальний фінансовий ризик та відсутність особистої матеріальної відповідальності учасників товариства;
- можливість розширення бізнесу та залучення інвестицій;
- можливість участі товариства в інших господарських товариствах [35 с. 77].

Основним недоліком даної організаційно-правової форми є ускладненість процесу зміни складу членів товариства, пропорцій їхніх часток у статутному капіталі або управлінської структури через необхідність обов'язкового внесення змін у пакет установчих документів підприємства [35, с. 78].

Товариства з обмеженою відповідальністю можуть користуватися двома системами оподаткування: загальною і спрощеною, кожна з яких має ряд особливостей. Критеріями вибору системи оподаткування в Україні найбільшим чином слугують такі фактори як вид діяльності підприємства, обсяг доходу та кількість найманих працівників.

Враховуючи, що відповідно до законодавства, на спрощеній системі оподаткування можуть знаходитись юридичні особи у яких обсяг доходу протягом одного календарного року не перевищує 1167 мінімальних заробітних плат, єдиним варіантом для концертно-виставкового комплексу в місті Одеса є загальна система оподаткування [12]. Юридичні особи, що знаходяться на такій системі оподаткування, сплачують податок на прибуток, ставка якого становить 18% [12].

Відповідно до законодавства, суб'єкти господарювання, у тому числі новостворювані, можуть заявити про своє бажання добровільно зареєструватися як платник податку на додану вартість під час державної реєстрації створення юридичної особи або державної реєстрації фізичної особи - підприємця [12]. Зважаючи на заплановану загальну суму здійснення операцій з постачання товарів і послуг протягом 12 календарних місяців, яка перевищує 1 мільйон гривень, підприємство повинно зареєструватися платником податку на додану вартість, ставка якого становить 20% [12].

Висновки до першого розділу

1. Виставкова діяльність є важливим чинником розвитку національної економіки, однак в Україні дана сфера діяльності є слаборозвиненою через відсутність достатньої кількості експозиційних просторів, що свідчить про необхідність створення нових виставкових центрів.

2. Окремі питання господарської діяльності галузі визначені регулюючими актами загального характеру такими, як Господарський, Митний, Податковий і Цивільний кодекси та деякими законами і постановами Кабінету Міністрів України. Будівництво концертно-виставкового комплексу відбувається з урахуванням державних будівельних норм.

3. Господарювання новостворюваного підприємства здійснюватиметься шляхом організації виставкових заходів та надання в оренду власного нерухомого майна.

4. Організаційно-правова форма суб'єкта підприємницької діяльності – товариство з обмеженою відповідальністю, система оподаткування – загальна. Суб'єкт господарювання виступатиме платником податку на додану вартість.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КОНЦЕРТНО-ВИСТАВКОВОГО КОМПЛЕКСУ

2.1. Характеристика та опис особливостей глобального ринку виставкового та івент-бізнесу

Аналіз ринку виставкового бізнесу включає в себе оцінку різних аспектів досліджуваної галузі з метою прийняття ефективних стратегій та рішень. Для цього існує потреба у визначенні особливих рис індустрії.

Концертно-виставкові комплекси значних масштабів залежать від ринкових умов не тільки у місці локального розташування, а і в країні та світі в цілому. Так, наприклад, організаторами подій, які виступають орендарями експозиційних площ, можуть бути не просто спеціалізовані організації із інших регіонів, а і з різних частин світу, що відображено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Місце проведення окремих виставкових заходів та їх організатори

Назва	Організатор	Місце проведення	Тематика
Acrex India 2024	NürnbergMesse Group (Німеччина)	India Expo Centre & Mart (Індія)	Будівництво
AluExpo 2025	Deutsche Messe AG (Німеччина)	Istanbul Expo Center (Туреччина)	Металообробка та металургія
Broadcast India Show 2024	NürnbergMesse Group (Німеччина)	Jio World Centre (Індія)	Розваги
Data 2030 Summit MEA 2024	Hyperight (Швеція)	Park Hyatt Dubai (ОАЕ)	ІТ та електронна комерція
Empack Birmingham 2024	Easyfairs Group (Бельгія)	National Exhibition Centre Birmingham (Великобританія)	Пакування і тара
FESPA Eurasia 2024	FESPA (Великобританія)	Istanbul Expo Center (IFM) (Туреччина)	Пакування і тара
Hobby-X 2024	Messe Frankfurt GmbH (Німеччина)	Kyalami Grand Prix Circuit (ПАР)	Культура, мистецтво й ремесла
IMEX Frankfurt 2024	Regent Exhibitions Ltd (Великобританія)	Messe Frankfurt (Німеччина)	Туризм
KPA 2024	Easyfairs Group (Бельгія)	Ulm Messe (Німеччина)	Вироби із пластику
TOS+H Expo 2024	Messe Düsseldorf GmbH (Німеччина)	Istanbul Congress Center (Туреччина)	Безпека

Джерело: складено за матеріалами [7]

Враховуючи відсутність значної залежності вибору місця проведення виставкових заходів від місця розташування їх організаторів, стає очевидною необхідність аналізу виставкової діяльності на міжнародному рівні.

Сучасний глобальний виставковий ринок представлений 1425 майданчиками із загальною виставковою площею у понад 42 мільйони квадратних метрів (рис. 2.1).

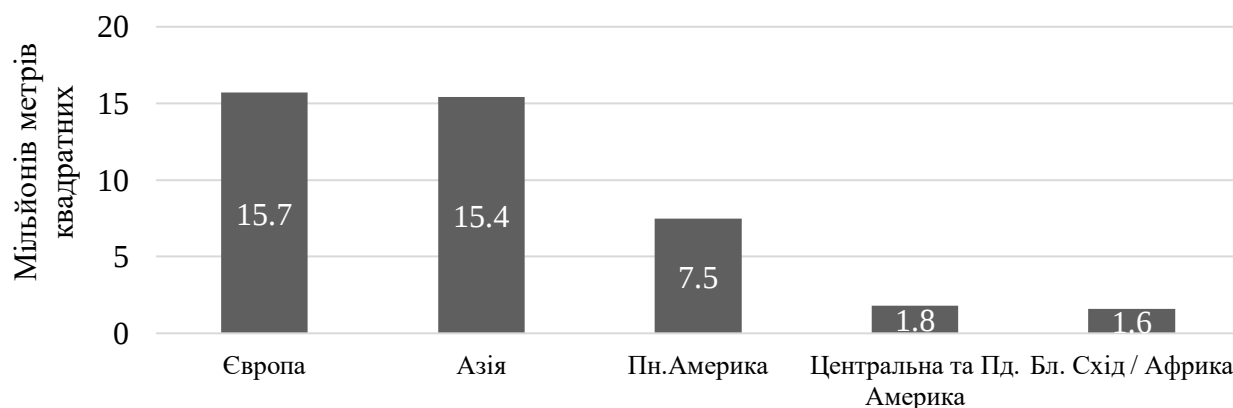


Рис. 2.1. Загальна площа критого виставкового простору у регіонах світу
Джерело: складено за матеріалами [5]

У регіональному розрізі найбільшу частку від загальної місткості експозиційних просторів займає Європа – 37,2%, однак країною-лідером за відповідними показниками є Китай із наявною виставковою площею у понад 12 мільйонів квадратних метрів (рис. 2.2).

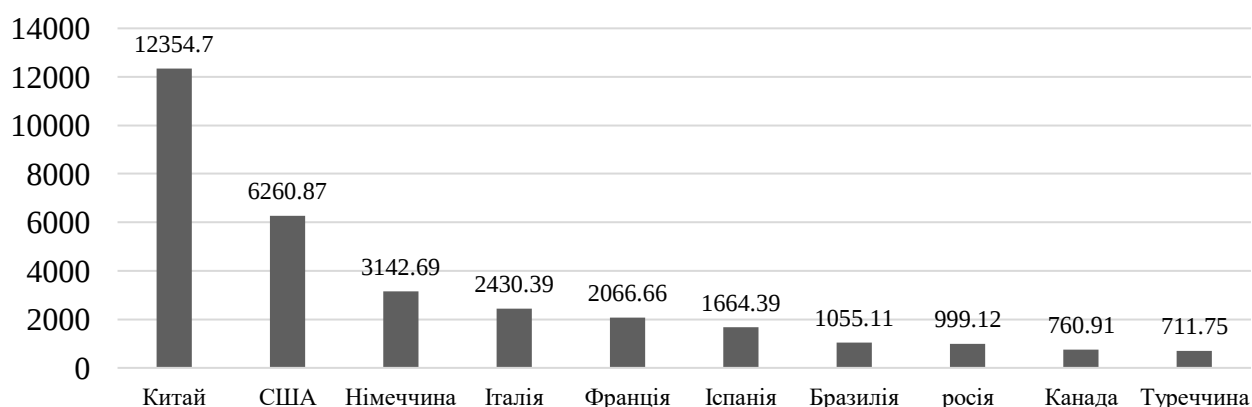


Рис. 2.2. Загальна площа критого виставкового простору у країнах з найбільш розвиненою виставковою інфраструктурою, тис. м²

Джерело: складено за матеріалами [5]

Досить важливою складовою характеристики будь-якого ринку є дослідження особливостей формування попиту, який можна охарактеризувати шляхом аналізу розвитку інновацій та економіки в цілому. Як відомо, саме ті компанії, які створюють чи розробляють нові продукти та технології, найбільше потребують просування результатів власної роботи. Так, відповідно до Global Innovation Index 2023, який розраховується Всесвітньою організацією інтелектуальної власності та використовується для оцінки ефективності інноваційної діяльності, дванадцять із перших 20 місць рейтингу займають саме країни Європи, яка і є лідером ринку виставкового бізнесу. Сюди відносяться, зокрема, Німеччина, Італія, Франція, Іспанія, Великобританія, Швейцарія тощо. [36]. До списку найкращих входять також Китай, США, Канада і Японія, інноваційне положення яких безумовно збігається із станом розвитку виставкової індустрії в цих державах та відповідає даним щодо приналежності більшості організаторів та експонентів до зазначених країн.

Враховуючи це, можна зробити висновок про наявність залежності стану виставкової діяльності від рівня поширеності інновацій. Разом з цим, не варто виключати і присутність взаємозалежності цих категорій одна від одної, що дозволяє оцінити ступінь затребуваності нових комплексів у державі, шляхом оцінки її технологічного розвитку (рис. 2.3).

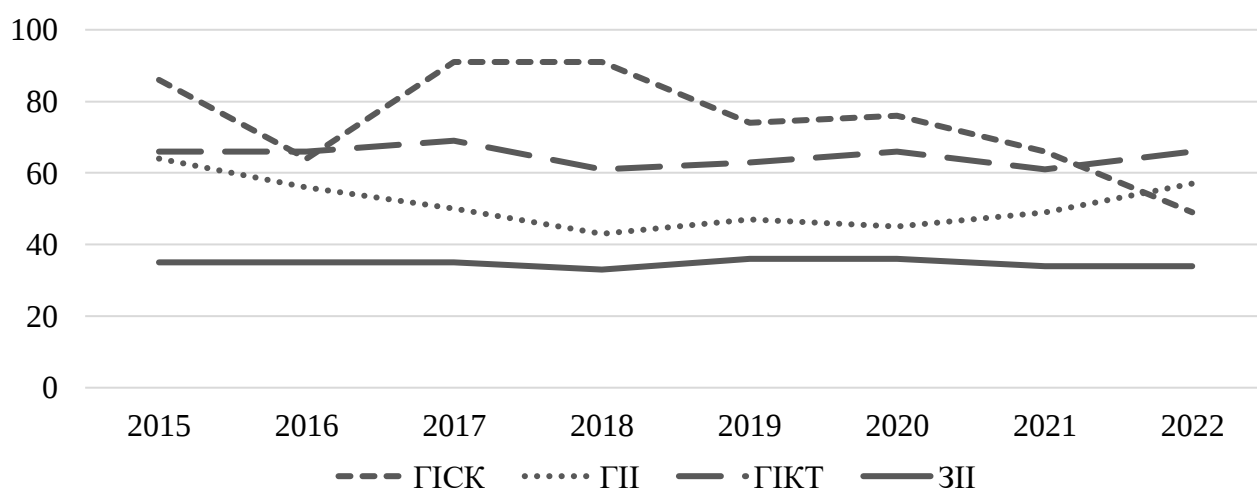


Рис. 2.3. Місця України в рейтингах за деякими індексами інноваційної спроможності протягом 2015-2022 рр.

Джерело: [37]

Положення України у рейтингах за Глобальним індексом стійкої конкурентоспроможності (ГІСК), Глобальним інноваційним індексом (ГІІ), Глобальним індексом конкурентоспроможності талантів (ГІКТ) та Зведеним інноваційним індексом (ЗІІ) свідчить про відсутність значних проривів положення України у сфері інновацій, внаслідок чого стає очевидною наявність гострої потреби у стимулюванні розвитку інновацій, у тому числі і за рахунок створення спеціальних майданчиків на території країни для демонстрації і просування нових продуктів та технологій. Удосконалення виставкової інфраструктури позитивно впливатиме не лише на вітчизняних виробників та розробників, а і забезпечуватиме приток інновацій у країну в цілому.

Не менш важливим позитивним ефектом функціонування галузі є зміцнення національного господарства та регіональних економік. Діловий туризм вважається особливим драйвером розвитку та залучення ресурсів до бюджетів усіх рівнів країни за рахунок підвищення попиту на послуги готельної, транспортної та інших видів галузей. Це пояснюється тим, що учасники ділових заходів, зокрема і виставок, витрачають значні кошти на трансфер, проживання, харчування, розваги тощо.

Так, відповідно до даних Всесвітньої асоціації виставкової індустрії за 2019 рік, який став останнім перед оголошенням пандемії та частковим зворотнім зниженням показників галузі, виставки безпосередньо залучили майже 353 мільйони відвідувачів і майже 5 мільйонів експонентів у понад 180 країнах. Завдяки цьому було прямо забезпечено 1,4 мільйони робочих місць та створено внутрішнього валового продукту у розмірі 82,3 мільярди доларів США. Якщо ж враховувати непрямий вплив від проведення виставок, то можна зробити висновок, що розмір загальних продаж бізнесу у тому ж році склав 334,5 мільярдів доларів США, а загальний внесок у світовий ВВП склав практично 200 мільярдів доларів США [5]. Таким чином, міжнародні виставки здатні не просто залучати ресурси з-за кордону, а і стимулювати підвищення ділової активності.

Сучасний же стан індустрії можна охарактеризувати поступовим відновленням. Практично 37% компаній галузі звітують про зростання

операційного прибутку у 2023 році порівняно з 2019 більше ніж на 10%, ще третина стверджує про стабільність показників (рис. 2.4).

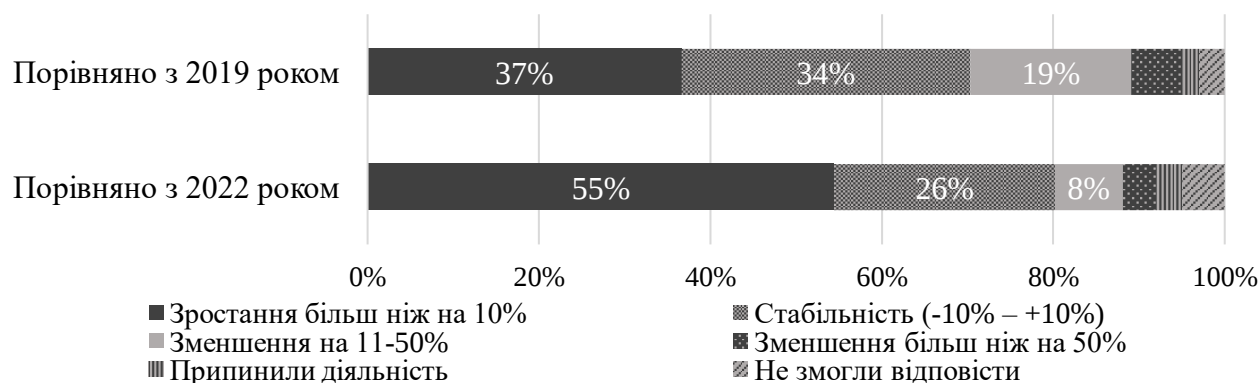


Рис. 2.4. Стан змін показників операційного прибутку міжнародних компаній виставкової індустрії у 2023 році порівняно з 2019 та 2022 рр.

Джерело: складено за матеріалами [5]

Кількісні показники глобальної виставкової індустрії також свідчать про успішний розвиток. Так, у 2023 році кількість виставкових комплексів у світі зросла на 19%, а їх загальна виставкова площа – майже на 30%, порівняно з показниками дванадцятирічної давності, що відображено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Деякі показники глобальної виставкової інфраструктури у 2011 та 2023 роках

Показник	2011 рік	2023 рік	Темп приросту
Загальна виставкова площа, тис. м ²	32600	42100	29,14%
Загальна кількість виставкових комплексів	1197	1425	19,05%

Джерело: складено за матеріалами [5]

Важливо зазначити, що однією із особливостей виставкового бізнесу є сезонність. Так, найбільша активність на ринку проявляється у періоди з вересня по жовтень та з лютого по березень при збереженні дещо нижчих показників у інші періоди. Такі місяці як січень, а також літній період характеризуються зниженням попиту, тому в цей час більшість комплексів використовуються у тому числі і для проведення інших масових заходів, зокрема концертів.

Якщо говорити про концертну діяльність, то варто зазначити, що із розвитком індустрії на сьогодні під даним поняттям розуміється не просто організація публічних виступів артистів, а і проведення масштабних видовищних заходів, з використанням сучасного світлового, звукового та іншого обладнання. Прийнято вважати, що саме концерти є основною статтею доходів виконавців та музикантів. Наявність попиту на такий вид дозвілля пояснюється і розглядом концертів як одного з найдешевших видів розкоші.

У сучасному світі, роль таких масштабних подій важко недооцінити. За даними експертів, глобальні концертні тури відомих артистів також здійснюють вагомий вплив на економіку тих регіонів, у яких вони проводяться. Більшою мірою це відбувається не тільки за рахунок операцій безпосередньо пов'язаних із концертами, а і завдяки збільшенню туристичного потоку та доходів від продажу авіаквитків, бронювання готельних номерів тощо. Таке явище навіть має окрему назву – «Свіфтономіка», яка походить від імені відомої американської співачки Тейлор Свіфт, гастрольний тур якої може спричинити зростання споживчих витрат у розмірі понад 4 мільярдів доларів США [38].

До інших подій, які можуть мати такий же вплив на місцеву економіку відносяться фестивалі та інші заходи як, наприклад, міжнародний пісенний конкурс Євробачення, особливістю яких є тривалість проведення, що збільшує загальну кількість відвідувачів до декількох десятків чи навіть сотень тисяч осіб. Безумовно, для організації таких подій повинна існувати спеціальна інфраструктура та простір для проведення шоу.

Отже, сфера організації виставок та концертів, продовжує демонструвати тенденцію зростання, а сучасний етап розвитку виставково-ярмаркової індустрії свідчить про те, що вона стає потужною галуззю, яка забезпечує комунікацію між учасниками економічних відносин і реалізацію державних інтересів [39, с. 53]. Масові заходи міжнародних масштабів здатні впливати не лише на потоки ресурсів у регіони, а і на імідж тих населених пунктів, у яких вони проводяться, що свідчить про доцільність розвитку виставкової інфраструктури, придатної для організації масштабних подій.

2.2. Визначення концепції та оцінка внутрішніх конкурентних переваг створюваного бізнесу

Конкурентоспроможність є складною економічною і управлінською категорією, яка передбачає порівняння об'єкта оцінки із аналогічними конкурентами [40]. Саме вона відображає здатність підприємства бути привабливішим у сприйнятті потенційних споживачів.

Здійснювати оцінку конкурентоспроможності суб'єкта підприємництва можна на основі аналізу його конкурентних переваг, які являють собою ексклюзивні цінності, що забезпечують краще положення того, хто ними володіє.

У нашому випадку, важливу роль на вибір організаторами місця проведення масових заходів відіграють не тільки параметри концертно-виставкового комплексу, а і характеристика населеного пункту, у якому розміщений даний об'єкт. Відтак, існує необхідність у дослідженні конкурентних переваг і самого міста Одеса.

Компанії, які беруть на себе обов'язки організатора подій, зацікавлені у якомога більшій кількості відвідувачів їх заходів. Тому, основними показниками при визначенні клієнтами регіону для організації концертів та виставок є ті, що характеризують місцеве населення і його купівельну спроможність та ті, що визначають здатність міста прийняти певну кількість відвідувачів із інших частин країни чи навіть світу.

Місто Одеса є одним із головних економічних центрів України, сучасним транспортно-логістичним вузлом із розвиненою інфраструктурою, морським портом із потужним промисловим комплексом, великим промисловим, науковим, торговельним, культурним та туристично-рекреаційним центром Причорномор'я [41]. Загальна кількість населення становить більше мільйона жителів, що робить населений пункт одним із лідерів за даним показником у країні.

Станом на початок 2024 року за даними сербської глобальної бази даних про споживчі ціни Numbeo, Одеса займає друге місце після Києва за вартістю життя в Україні (рис. 2.5).

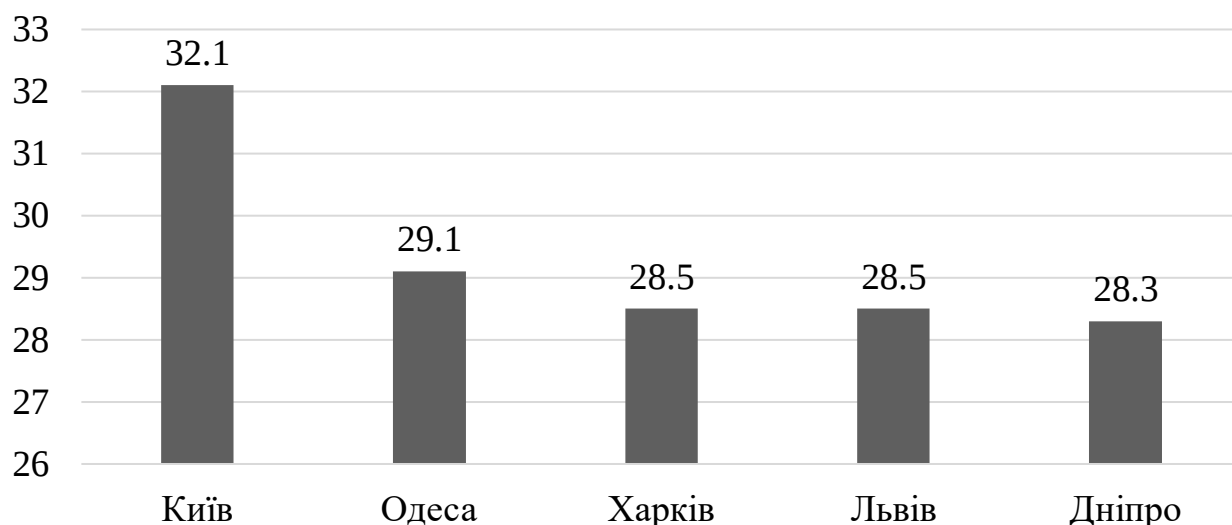


Рис. 2.5. Співвідношення вартості життя в містах України до аналогічного показника Нью-Йорка станом на 2024 рік, %

Джерело: складено за матеріалами [42]

Таке значення показника, що враховує ціни на найбільш затребувані товари і послуги свідчить про відносно велику купівельну спроможність місцевого населення порівняно з іншими містами України. Зважаючи на це, Одесу можна віднести у список найпривабливіших міст України для збуту великої кількості продукції та послуг.

Враховуючи локальне знаходження відвідувачів виставок, існує також сенс аналізу можливостей міста з прийому як внутрішніх, так і іноземних туристів, шляхом аналізу даних про їх кількість та стан інфраструктури. На сьогодні Одеса вважається туристичною перлиною України - такий статус місто отримало завдяки своєму географічному розташуванню біля морського узбережжя, багатому історичному минулому, розвиненій індустрії розваг та розміщення. Одеса - одне з трьох міст України з найбільшою кількістю об'єктів, що є культурною та історичною цінністю [43]. З 25 січня 2023 року історичний центр міста включено до Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [43].

Безумовно, всі ці особливості позитивно впливають на кількість потенційних туристів. Так, за 2019 рік, що був останнім перед початком пандемії та повномасштабної війни, які можна вважати тимчасовими факторами зворотного негативного впливу, загальна кількість відвідувачів міста склала 3,3 мільйони осіб, 45% із яких – іноземці [44].

У той же рік, майже третина (27%) усіх туристів прибула до міста повітряним транспортом [44]. Це пояснюється тим, що Міжнародний аеропорт «Одеса» із загальною пропускною здатністю у 1000 пасажирів на годину вважається одним із найбільших в Україні та найбільшим на півдні держави, хоча і поступається за відповідним показником таким конкурентам як «Бориспіль», «Київ», «Львів» чи «Харків». Разом з тим, це не заважало протягом тривалого періоду залишатися у п'ятірці лідерів за рівнем пасажиропотоку. Так, за підсумками як 2019 року, так і постковідного 2021 року одеський аеропорт займав 4 місце у відповідних рейтингах, що відображено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Основні показники найбільших аеропортів України в 2019 та 2021 році

Показник Назва	Пропускна здатність аеропорту		Річний пасажиропотік, млн. осіб		Ступінь завантаження, %
	(пас./год)	(млн пас./рік)	2019	2021	
«Бориспіль»	6460	56,589	15,260	9,433	16,67
«Київ»	2200	19,272	2,818	1,418	7,36
«Львів»	2000	17,520	2,218	1,834	10,47
«Харків»	1700	14,892	1,341	1,160	7,79
«Одеса»	1000	8,760	1,694	1,328	15,16

Джерело: складено за матеріалами [45, 46, 47, 48, 49, 50]

Дані таблиці свідчать про наявність значного резерву зростання пасажиропотоку аеропорту «Одеса». З урахуванням поточної пропускної здатності та за умови повного завантаження об'єкта, максимальна кількість пасажирів, яку може обслужити аеропорт становить 8,76 мільйонів осіб на рік

або 24 тисячі на добу, у той час як фактичний ступінь завантаження становить трохи більше 15%. Загальний же наявний річний резерв зростання найбільших повітряних портів України становить практично 100 мільйонів пасажирів, що є важливим при умові того, що значна частина туристів може використовувати аеропорти, які локально розташовані у сусідніх регіонах з подальшим трансфером у місце призначення іншим видом транспорту. Окрім вітчизняних, одним із таким може слугувати аеропорт Кишиніва, який є найближчим потужним летовищем із пропускнуою здатністю у 750 пас./год. Додатково варто звернути увагу також на наявність автомобільного, залізничного і водного сполучення між Одесою та великою кількістю вітчизняних та іноземних міст.

Досить важливим показником, який може охарактеризувати можливості міста щодо прийому туристів є кількість місць у закладах розміщення, а саме в готелях, хостелах, будинках та базах відпочинку тощо. У даному випадку Одеська область є беззаперечним лідером в Україні за даним показником. Так, за останньою офіційно опублікованою статистикою число таких сягає 21707 одиниць, що становить приблизно 14% від загального фонду по країні. Більше 6000 із них – місця у готельних та аналогічних закладах (рис. 2.6).

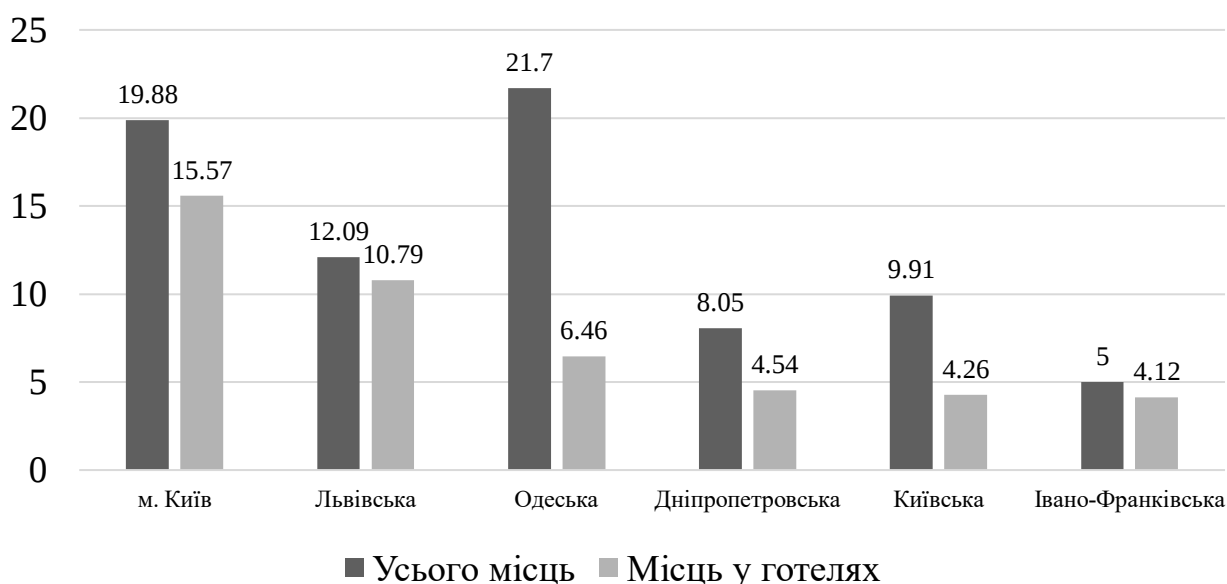


Рис. 2.6. Загальна кількість місць у колективних засобах розміщування за регіонами-лідерами в Україні у 2020 році, тис. од.

Джерело: складено за матеріалами [51]

Не менш важливим критерієм, який здатен впливати на рівень привабливості міста є також вартість оренди житла. Так, відповідно до даних згаданої раніше глобальної бази Numbeo, Одеса має досить низький розмір вартості орендної плати за житлову нерухомість, що дозволяє залишатися найдешевшим для перебування серед 5 представлених у рейтингу населених пунктів держави (рис. 2.7).

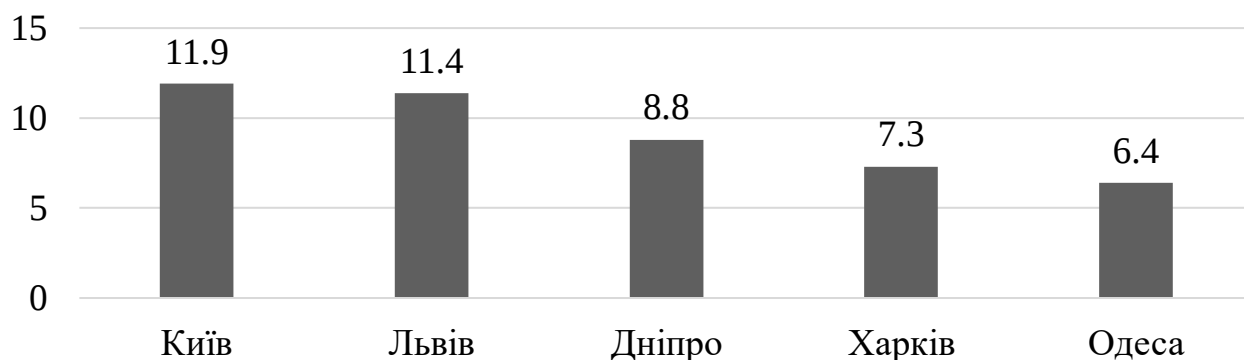


Рис. 2.7. Співвідношення вартості орендної плати житла в найбільших містах України до аналогічного показника Нью-Йорка станом на 2024 рік, %
Джерело: складено за матеріалами [42]

Враховуючи, що відвідувачами міжнародних заходів значною мірою є іноземці, існує також сенс порівняння вартості життя і з містами інших країн, зокрема тих, що мають розвинену виставкову інфраструктуру (рис. 2.8).

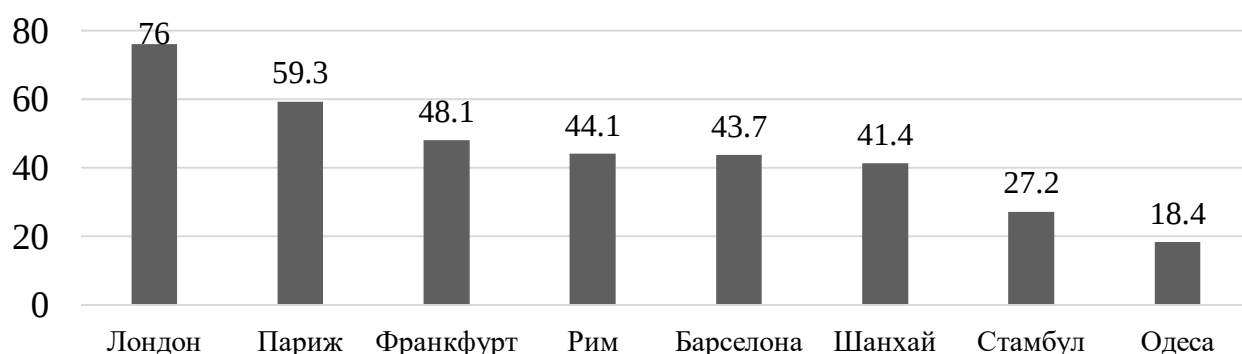


Рис. 2.8. Співвідношення вартості життя з урахуванням оренди житла в містах з найбільш розвиненою виставковою інфраструктурою до показників Нью-Йорка станом на 2024 рік, %
Джерело: складено за матеріалами [42]

Як бачимо, Одеса залишається одним із найдешевших серед представлених у рейтингу міст для проживання та тимчасового перебування, що позитивно впливатиме на рішення іноземних операторів виставкової індустрії та туристів і бізнес туристів про відвідування потенційних масових заходів у регіоні. Таким чином, Одеса, у разі наявності на своїй території великого концертно-виставкового комплексу матиме ряд переваг перед іноземними містами, найзначущішою із яких є порівняно низька вартість життя, що дозволить залишатися більш привабливим для закордонних відвідувачів.

Досить важливим є і факт залежності потенційних витрат майбутніх організаторів подій від зазначеного показника, так як порівняно нижча вартість життя свідчить про дешевшу робочу силу та більш нижчі ціни на аналогічні товари та послуги, що можуть бути запропоновані клієнтам.

Позитивним фактором здатним спричинити зростання активності виставкового бізнесу в Україні, у тому числі і в місті Одеса є максимальна мінімізація зв'язків іноземних організаторів із адміністраціями виставкових центрів на території російської федерації. За нормальних умов виставковий ринок рф залучав практично 250 мільйонів доларів США на рік, що наразі є неможливим. Таким чином, 32 наявних у країні комплекси із загальною виставковою площею у майже 1 млн. м², що становить понад 2% загальносвітового запасу, фактично не розглядаються більшістю міжнародних операторів виставок як потенційні місця проведення заходів, які зазвичай відвідувало майже 5 мільйонів осіб [5]. Враховуючи такі обставини, місце суб'єктів виставкової сфери діяльності цієї країни може бути зайняте конкурентами із інших держав, зокрема і з України, як такої, що є географічно близькою і привабливою за показником вартості організації подій та можливістю налагодження економічних зв'язків.

З метою вибору оптимальної концепції концертно-виставкового комплексу було здійснено загальну порівняльну характеристику показників України та держав з найбільш розвиненою виставковою інфраструктурою, результати якої відображені у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Деякі показники країн із найбільш розвиненою виставковою
інфраструктурою

Показник Країна	Кількість населення, млн. осіб	Загальна виставкова площа, тис. м ²	Кількість виставкових комплексів	Загальна виставкова площа у розрахунку на 1000 мешканців, м ²
Китай	1439,3	12355	288	8,6
США	331	6261	283	18,9
Японія	126,5	447	13	3,5
Німеччина	83,8	3143	51	37,4
Туреччина	83,4	712	27	8,5
Велика Британія	67,9	604	31	8,9
Франція	65,3	2079	84	31,8
Італія	60,5	2430	48	40,2
Іспанія	46,8	1664	54	35,5
Україна	43,7	201	18	4,6
Польща	37,9	410	14	10,8
Канада	37,7	761	32	20,2
ОАЕ	9,9	301	7	30,4
Середній показник без урахування України				21,2

Джерело: складено за матеріалами [5, 52]

З таблиці видно, що серед представлених держав Україна має одну з найменших кількостей виставкових комплексів. Порівняно низьким залишається і показник загальної виставкової площі у розрахунку на тисячу мешканців країни. З урахуванням відповідного середнього значення та кількості населення, можна зробити висновок про можливість збільшення сумарної виставкової площі в Україні до рівня більш ніж 900 тисяч м² або більш ніж у 4 рази:

$$S = Q_n \times S/\text{особу}_{\text{сер}} = 43700 \times 21,2 = 926440 \text{ м}^2 \quad (2.1)$$

де S – загальна виставкова площа;

Q_n – кількість населення (тис. осіб);

$S/\text{особу}_{\text{сер}}$ – середня виставкова площа у розрахунку на 1000 мешканців.

Враховуючи уже наявну площу, можна зробити висновок, що можливий резерв зростання становить 725 тисяч м². Такі дані свідчать про необхідність аналізу кількості виставкових комплексів у світі з урахуванням їх демонстраційної площі. Глобальна структура виставкових комплексів, залежно від їх виставкової площі відображена на рисунку 2.9.

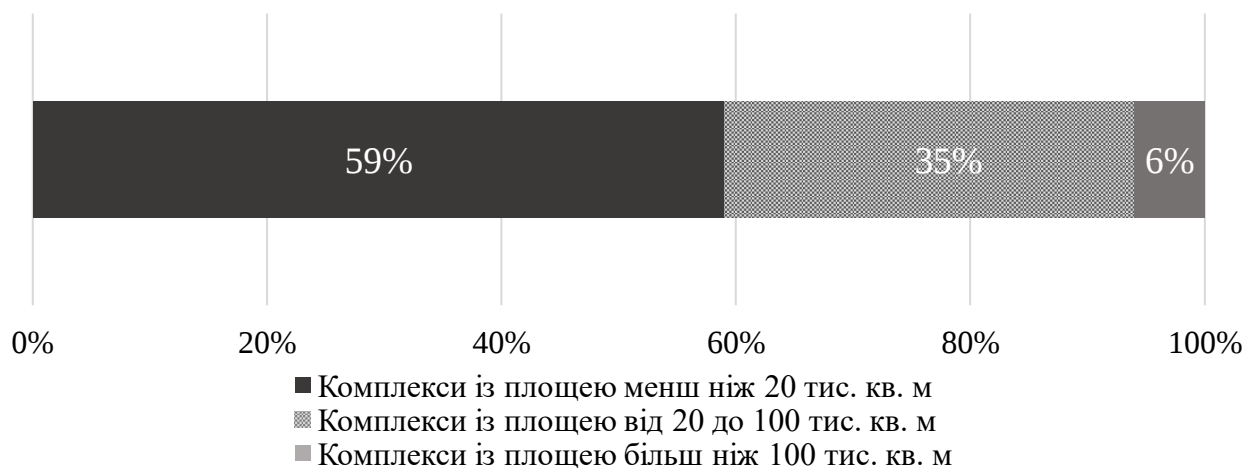


Рис. 2.9. Глобальна структура виставкових комплексів, залежно від їх виставкової площі

Джерело: складено за матеріалами [5]

З рисунку 2.9 видно, що найбільшу частку серед усіх майданчиків становлять об'єкти із виставковою площею до 100 тис. м², кількість яких сягає 1343 (94%) – з них 843 із площею менш ніж 20 тис. м². Лише 81 комплекс (6%) має простір у більш ніж 100 тис. м², більша частина з яких розташована у Китаї, що відображено у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Кількість комплексів із загальною площею від 100 тис. м² у країнах світу

Країна	Китай	Німеччина	Італія	Іспанія	США	Франція	Польща	Туреччина	ОАЕ	Інші країни	Україна
Показник											
Кількість	30	10	7	6	5	3	2	2	1	15	0

Джерело: складено за матеріалами [5]

Дані таблиці 2.5 свідчать про відсутність в Україні виставкових комплексів із загальною демонстраційною площею від 100 тис. м². Найбільшим об'єктом такого типу є Міжнародний виставковий центр, розташований у місті Київ.

МВЦ являє собою будівлю, яка об'єднує у єдиному архітектурному ансамблі 4 павільйони загальною площею понад 70 тис. м², практично половина із якої - виставкові зали. Однією із переваг даного об'єкта є висота приміщень, яка сягає 25 метрів, що дозволяє проводити велику кількість типів масових заходів. Додатково на території комплексу розташовані також 15 стаціонарних конференц-залів, ресторан, кафе, буфети та власне автомобільне паркування на 1500 місць. Наразі МВЦ є місцем проведення більш ніж 100 виставок протягом року, на яких приблизно 15000 експонентів демонструють власні досягнення перед 700 тисячами відвідувачів [9].

До числа найбільших в Україні виставкових центрів входить також КиївЕкспоПлаза, загальна експозиційна площа якого становить 12 тисяч м², 75% із яких – критий простір [53]. Окрім величини доступної площі, комплекс поступається найближчому конкуренту також за показником максимальної висоти павільйонів та не є придатним для організації багатьох видів концертів, шоу та інших подібних масових заходів. Окрім цього, КЕП не здійснює самостійну організацію виставок, а лише здає в оренду наявні приміщення.

Останнім зі списку вітчизняних лідерів можна вважати Національний комплекс «Експоцентр України» (ВДНГ), який займає приблизно 287 гектар території та нараховує більше 150 будівель і споруд, частина з яких мають статус історико-культурних пам'яток. Відповідно до концепції розвитку, площа об'єкту поділяється на кластери, включаючи освітній, рекреаційний, експозиційний тощо. Загальна річна кількість проведених на території комплексу заходів становить 3 тисячі, а число відвідувачів за аналогічний період перевищує 5 мільйонів осіб. Однак, не зважаючи на велику територію, показник критої виставкової площі закладу становить всього 18 тисяч м², які розподілені по окремо розташованих один від одного павільйонах [54].

Якщо ж говорити про міжнародний ринок, то варто зазначити, що експозиційна площа найбільшого виставкового комплексу становить 504 тисячі м², а загальний простір десяти найбільших центрів перевищує 3,5 мільйона м² що відображено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Найбільші виставкові комплекси світу

Назва	Країна	Місто	Виставкова площа, тис. м ²
China Import & Export Fair Complex	Китай	Гуанчжоу	504
National Exhibition and Convention Center	Китай	Шанхай	470
Shenzhen World Exhibition & Convention Centre	Китай	Шеньчжень	400
Messe Hannover (Deutsche Messe)	Німеччина	Ганновер	392
Messe Frankfurt	Німеччина	Франкфурт	372
Fiera Milano (Rho Pero)	Італія	Мілан	345
Kunming Dianchi Convention & Exhibition Center	Китай	Куньмін	300
Koelnmesse	Німеччина	Кельн	285
Messe Duesseldorf	Німеччина	Дюссельдорф	263
Paris Nord Villepinte	Франція	Париж	250
Усього			3581

Джерело: складено за матеріалами [5]

Значна частина компаній, які оперують виставковими комплексами, дотримуються традиційної моделі функціонування, а такі гіганти як, наприклад, Messe Frankfurt GmbH, можуть виступати організаторами виставкових заходів не лише у власних комплексах, а і по всьому світі. Ціноутворення у таких випадках залежить не тільки від того, чи є власник експозиційної площі безпосереднім організатором заходу, а і від тематики виставки, рівня платоспроможності клієнта, місця у залі тощо. Таким чином, визначити конкретний показник цін на послуги виставкового бізнесу неможливо, однак загалом вартість оренди квадратного метра виставкової площі у світі може становити від 85 доларів США, а експозиційного стенду – від 175 доларів США [55]. В Україні ж ціна експозиційного простору для виставкових заходів може сягати 20000 грн/м², а для невиставкових від 36 грн/м² на добу [9].

Для остаточного розуміння максимально можливої площі новостворюваного концертно-виставкового комплексу в Одесі, було здійснено порівняльний аналіз населеного пункту з деякими містами, що мають високорозвинену виставкову інфраструктуру (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7

Порівняння деяких показників міст із розвиненою виставковою інфраструктурою

Показник Місто	Кількість населення, млн. осіб	Річна кількість іноземних відвідувачів, млн. осіб	Виставкова площа найбільших комплексів, тис. м ²	Виставкова площа у розрахунку на 1000 мешканців, м ²
Стамбул	15,46	17,00	220,00	14,23
Токіо	13,96	12,50	129,00	9,24
Лондон	8,98	20,00	137,10	15,26
Дубай	3,33	17,00	179,70	53,96
Київ	2,89	1,50	78,00	26,99
Париж	2,16	24,70	542,50	251,16
Відень	1,90	6,63	117,60	61,89
Варшава	1,76	3,00	154,80	87,98
Барселона	1,62	8,90	321,10	198,21
Мюнхен	1,47	5,40	200,00	136,05
Мілан	1,35	8,40	435,00	322,22
Брюссель	1,22	8,50	128,40	105,25
Одеса	1,01	1,48	7,50	7,43
Франкфурт	0,75	5,50	372,00	496,00
Середнє значення без урахування м. Київ та м. Одеса				145,95

Джерело: складено за матеріалами [4, 5, 44]

З таблиці видно, що місто Одеса має найнижче значення показника доступної виставкової площі на 1000 мешканців. З урахуванням відповідного середнього значення та кількості населення, можна зробити висновок про можливість збільшення сумарної експозиційної площі в Одесі до рівня більш ніж 145 тисяч квадратних метрів:

$$S = Q_n \times S/\text{особу}_{\text{середнє}} = 1010 \times 145,95 = 147409 \text{ м}^2 \quad (2.2)$$

Надзвичайно вагомим фактором при будівництві виставкового комплексу є земельна ділянка, її розташування та площа. Для вибору оптимальної зони розміщення майбутнього об'єкту було розглянуто три варіанти у межах міста Одеса, а саме територію колишнього Одеського лінолеумного заводу «Більшовик», так звані «поля зрошення» та ділянки колишнього заводу сільськогосподарського машинобудування.

Усі три локації відповідають основній вимозі для створення концертно-виставкового комплексу, а саме наявності великого простору для будівництва павільйонів. Однак, лише одна із них є привабливою з точки зору фізичного розташування. Так, наприклад, територія «Більшовика» характеризується значною віддаленістю від основних магістралей, а прилегла зона являє собою район із надзвичайно низькою діловою активністю. Адаптація «полів зрошення» до потреб комплексу також є надзвичайно дороговартісною у зв'язку із необхідністю проведення укріплення ґрунтів, а також відсутністю необхідної інфраструктури та комунікацій.

Оптимальним варіантом для розміщення об'єкту було обрано територію заводу сільськогосподарського машинобудування та прилеглу зону (рис. 2.10).

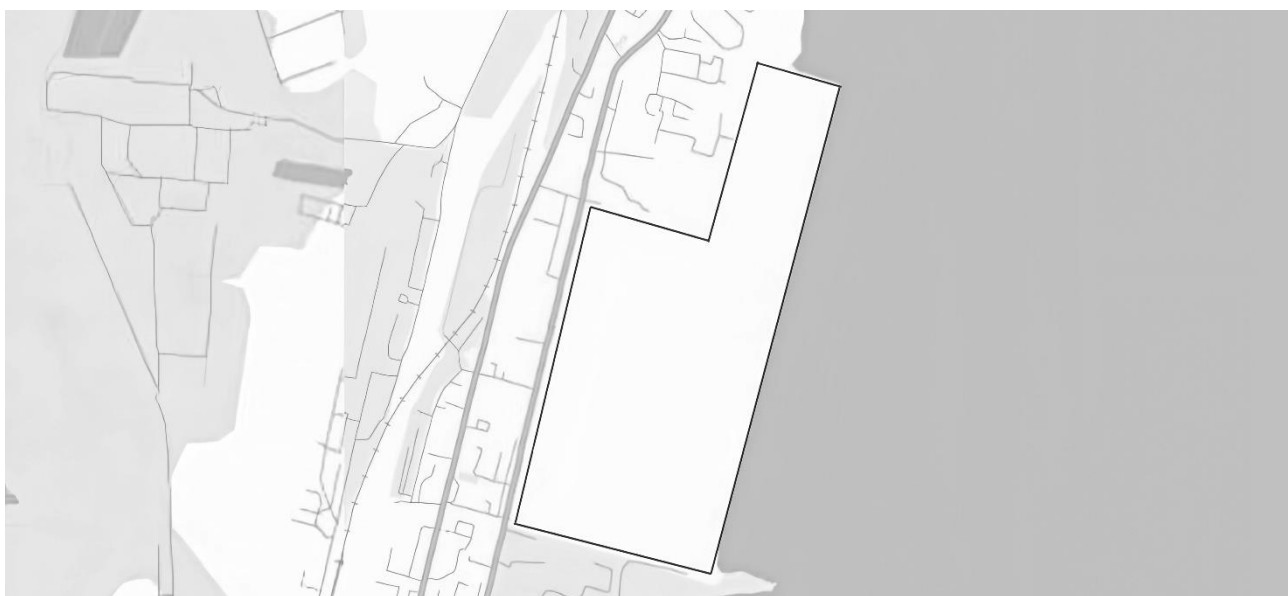


Рис. 2.10. Місце розташування ділянки для будівництва комплексу

Джерело: створено автором

Загальна площа обраних земельних ділянок становить 59,6 гектар. Цільове призначення – для будівництва та обслуговування інших будівель громадської забудови, що відповідає одній із вимог реалізації проєкту [56].

До інших основних переваг даної території відносяться:

- правильна форма;
- близькість до транспортних маршрутів;
- наявність великого вільного простору для забудови;
- доступність необхідних комунікацій.

Сприятливим фактором розвитку майбутнього концертно-виставкового комплексу є також розташування на узбережжі Чорного моря, що потенційно дозволяє встановити пряме водне сполучення з районами міста, розмістити на території закладу яхт-клуб та створити власну рекреаційну зону за прикладом виставкових центрів у США, для яких притаманна наявність розважальних функцій. Такі фактори значно збільшуватимуть рівень престижності та ексклюзивності комплексу і стимулюватимуть зростання туристичних потоків.

Загальний план розміщення комплексу відображений на рисунку 2.11.

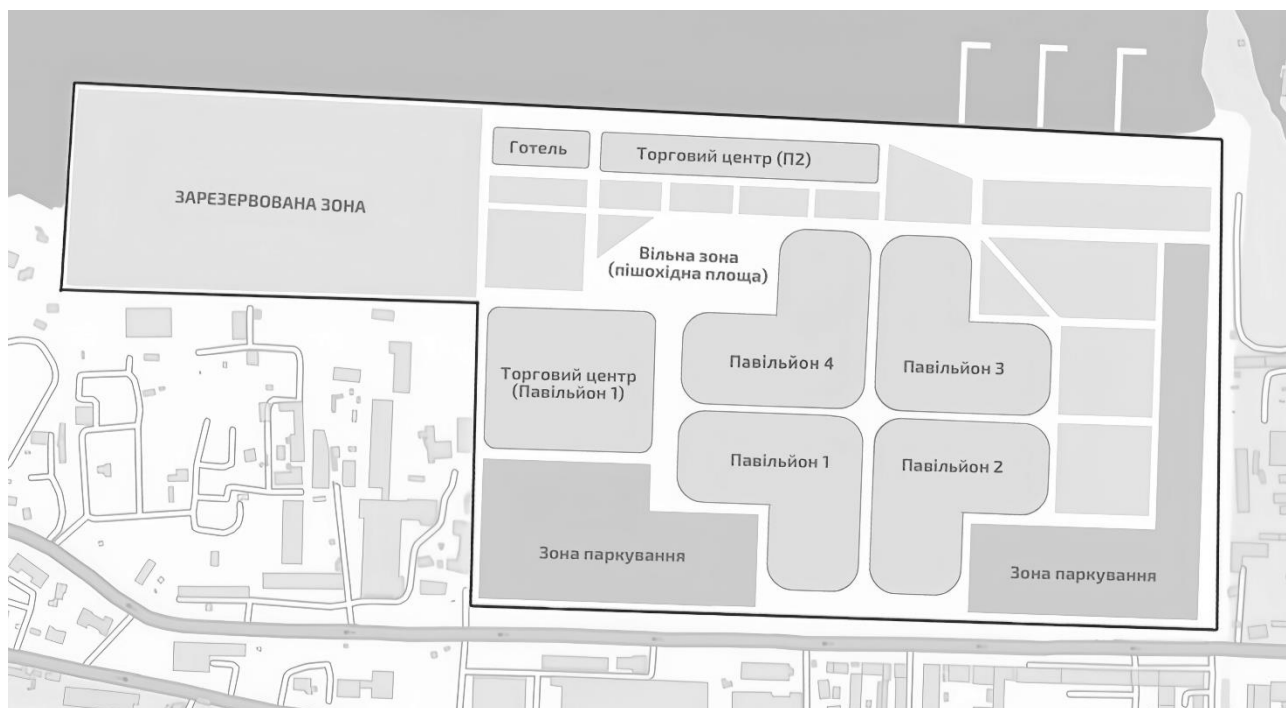


Рис. 2.11. План розміщення будівель та зон комплексу

Джерело: створено автором

Усього на території комплексу, за прикладом Messe Frankfurt, окремо один від одного розміщуватимуться 4 виставкові павільйони, загальною площею 120 тисяч м², що дозволить розділити виставковий простір на конкретні тематичні зони та індустріальні сегменти. Окрім цього, основаними перевагами такого планування стануть також:

- зменшення ризиків на стадії будівництва, завдяки можливості його поетапного здійснення;
- можливість проведення ремонтних та інших технічних робіт в окремих павільйонах з мінімальним фізичним впливом на сусідні зали;
- полегшення орієнтації для відвідувачів заходів;
- зменшення навантаження на окремі зони комплексу за рахунок рівномірного розподілу трафіку;
- більш ефективне використання виставкової площі.

Кожен павільйон розділятиметься на окремі зони, включаючи технічну, адміністративну та експозиційну, внаслідок чого загальна доступна для оренди виставкова площа становитиме 100 тисяч м².

Додатково проєктом передбачено будівництво 2 павільйонів власного торгово-розважального центру із торговою площею у розмірі 42 тисячі м² з метою диверсифікації видів діяльності новостворюваного підприємства та збільшення кількості потенційних відвідувачів комплексу за рахунок розміщення магазинів, закладів харчування та дозвілля. Ціноутворення здійснюватиметься на основі показників аналогічних суб'єктів господарювання у місті Одеса, які відображені у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Мінімальна вартість оренди площ в окремих торгових центрах Одеси

Торговий центр	Адреса	Мінімальна ціна за м ² , грн
Kadorr City Mall	Вул. Генуезька, 24б	500
Сади перемоги	Вул. Академічна, 28	500
Новий привіз	Вул. Пантелеймонівська, 25	450
Екватор	Вул. Семена Палія, 103	400

Джерело: складено за матеріалами [57]

З метою забезпечення клієнтів і відвідувачів масових заходів можливістю тимчасового проживання, на території концертно-виставкового комплексу заплановано створення готелю спільно з великими міжнародними компаніями, що спеціалізуються на управлінні відповідними закладами. До числа можливим партнерів можуть відноситись Marriott International, Radisson Hotel Group, Rixos Hotels, Hilton тощо. Такий процес співпраці сприятиме як забезпеченню стабільного потоку клієнтів для готельного оператора, так і збільшенню престижності та привабливості новостворюваного комплексу при відсутності необхідності здійснення додаткових інвестицій.

Важливо зазначити, що наявність тимчасового житла не є обов'язковою умовою успішного розвитку виставкових центрів, що підтверджується на прикладі вітчизняних МВЦ чи КиївЕкспоПлаза або таких міжнародних локаціях як Messe Frankfurt, Fiera Milano тощо. Таким чином, наявність на території створюваного комплексу місць для короткотривалого розміщення буде однією із його конкурентних переваг.

Загалом же під забудову майбутнього готелю планується відвести 5000 м². При середній площі одного номера у розмірі 30 м² та за умови, що 30% поверхового простору буде нежитловим, середня кількість кімнат на одному поверсі може становити 117 одиниць. У такому випадку при наявності 16 поверхів, 3 із яких відводитиметься під конференц зали та зони відпочинку, загальна кількість номерів дорівнюватиме 1521, а максимальна кількість одночасно проживаючих складе приблизно 3000 осіб.

Велика кількість потенційних відвідувачів комплексу свідчить про необхідність створення комфортних умов для їх перебування. При цьому особлива увага повинна приділятися питанням забудови території у тому числі з утворенням спеціальних місць відпочинку. Так, проектом передбачено облаштування окремих паркових зон, загальною площею у більш ніж 8 гектар та утворення вільного пішохідного простору, з метою ефективної організації трафіку і можливості проведення вуличних ярмарок, дискотек та концертів під відкритим небом.

Не менш важливим елементом благоустрою території є також відведення простору для паркувальних зон, загальна площа яких становитиме майже 9 гектар. Таким чином із розрахунку 15 м² на одне паркомісце максимальна можлива кількість одночасно прийнятих автомобілів складатиме 5960 одиниць, що у співвідношенні до експозиційної площі на 50% більше аналогічного показника МВЦ.

Якщо ж говорити про діяльність підприємства, то новостворюваний концертно-виставковий комплекс здійснюватиме господарювання за традиційною моделлю функціонування, однак протягом більшої частини календарного року наявні експозиційні площі використовуватимуться орендаторами для проведення масових заходів, перелік яких відображений на рисунку 2.12.



Рис. 2.12. Список можливих заходів, що можуть проводитись у концертно-виставковому комплексі

Джерело: створено автором

Зважаючи на обрану модель функціонування, підприємство додатково займатиметься організацією власних подій, що особливо актуально в умовах сезонності. Найбільш привабливими для організації в місті Одеса напрямами виставкових заходів можна вважати промисловість, сільське господарство, будівництво, металургію, енергетику, туризм, транспорт, логістику, національну безпеку, продовольство, ІТ тощо. У такому разі, для забезпечення усіх потреб експонентів, пов'язаних із підготовкою до проведення заходів, підприємство здійснюватиме надання в оренду експозиційних стендів і обладнання та виконувати розробку елементів дизайну, включаючи плакати, банери тощо.

Загальна оцінка описаної концепції концертно-виставкового комплексу в місті Одеса здійснена шляхом проведення SWOT-аналізу та відображена в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

SWOT-аналіз концертно-виставкового комплексу в місті Одеса

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Наявність великої експозиційної площі, що дозволяє проводити значну кількість типів масових заходів; 2. Поєднання у складі одного комплексу торговельних, виставкових, розважальних та рекреаційних просторів; 3. Розташування неподалік центру міста на узбережжі Чорного моря, що підвищує привабливість та ексклюзивність комплексу; 4. Пряме сполучення з усіма районами населеного пункту; 5. Наявність безкоштовної зони паркування автомобільного транспорту на 5960 місць; 6. Традиційна модель управління, що надає можливість здійснювати організацію власних масових заходів; 7. Співпраця з іноземними клієнтами, що забезпечує експорт вітчизняних послуг; 8. Значний обсяг споживчого ринку у понад 40 мільйонів осіб; 9. Велика кількість наявних у країні трудових ресурсів.	1. Низька обізнаність міжнародних організаторів виставок щодо можливостей міста Одеса; 2. Низький рівень розвитку міської інфраструктури; 3. Високий рівень корупції; 4. Бюрократія; 5. Тривалий строк освоєння інвестицій; 6. Відсутність досвіду проведення великих міжнародних виставок в Україні.
Можливості	Загрози
1. Створення яхт-клубу та утворення прямого водного транспортного сполучення; 2. Встановлення партнерських відносин з міжнародними готельними компаніями; 3. Облаштування зарезервованої території відповідно до потреб підприємства; 4. Збільшення кількості організовуваних у приміщеннях комплексу типів заходів; 5. Вихід інвестиційного капіталу з ринку російської федерації; 6. Членство у Всесвітній асоціації виставкової індустрії.	1. Нестабільний попит на оренду експозиційних площ; 2. Підвищений рівень небезпеки під час проведення масових заходів; 3. Технічні неполадки або аварії, що можуть вплинути на проведення подій.

Джерело: складено автором

З таблиці 2.9 видно, що концертно-виставковий комплекс у місті Одеса матиме значну кількість сильних сторін, у той час як слабкі сторони у більшій мірі пов'язані із загальними процесами в регіоні та державі у цілому. Це свідчить про доцільність визначення факторів зовнішнього середовища, здатних впливати на діяльність підприємства, шляхом проведення PESTLE-аналізу, який відображений у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

PESTLE-аналіз концертно-виставкового комплексу в місті Одеса

Політичні фактори	Економічні фактори
1. Рівень політичної стабільності; 2. Склад органів державного управління та місцевого самоврядування; 3. Наявність груп лобювання у сферах діяльності, пов'язаними із функціонуванням підприємства; 4. Рівень міжнародних зв'язків між Україною та іншими державами; 5. Військові дії.	1. Економічна стабільність; 2. Доступність кредитних коштів; 3. Інвестиційна привабливість регіону; 4. Рівень доходів населення; 5. Рівень інфляції; 6. Рівень ділової активності, який впливає на кількість потенційних клієнтів; 7. Валютні коливання, здатні впливати на співпрацю із закордонними партнерами.
Соціальні фактори	Технологічні фактори
1. Демографічна структура населення; 2. Наявний попит на послуги дозвілля; 3. Зацікавленість населення у відвідуванні виставкових подій; 4. Тенденції та смаки аудиторії, що впливають на тематики майбутніх заходів; 5. Рівень туристичної активності; 6. Загальний імідж підприємства.	1. Стан транспортної системи міста; 2. Стан навколишньої інфраструктури, включаючи доступність місць тимчасового розміщення, харчування, дозвілля тощо; 3. Науково-технічний прогрес, здатний впливати на кількість виставок із демонстрацією нових продуктів та послуг; 4. Розвиток інформаційних систем та інструментів дистанційної демонстрації.
Юридичні фактори	Екологічні фактори
1. Введення нових чи зміна уже існуючих нормативно-правових актів, що регулюють діяльність у сфері організації масових заходів; 2. Заміна стандартів та вимог щодо пожежної безпеки, санітарних норм, інклюзивності тощо; 3. Впровадження та розширення програм державної підтримки суб'єктів господарювання виставкової діяльності; 4. Зміна правил переміщення експонатів через державний кордон України; 5. Зміна податкової політики.	1. Рівень забруднення навколишнього середовища внаслідок діяльності промислових підприємств; 2. Погодні умови, у тому числі екстремальні з урахуванням можливості часткового руйнування прибережної території комплексу внаслідок хвилювання води.

Джерело: складено автором

Проведений аналіз свідчить про те, що найбільш впливовими для діяльності підприємства є економічні, соціальні, юридичні та політичні фактори.

2.3. Формування витрат на створення та функціонування комплексу

Однією із умов створення будь-якого бізнес-проєкту є стартовий капітал, який являє собою суму коштів, необхідних для започаткування власної справи [35, с. 132]. Його величина залежить від складових елементів витрат, необхідних для утворення нового підприємства, до яких відносяться обладнання, меблі, інвентар, транспорт тощо.

Процес створення концертно-виставкового комплексу можна розділити на 4 етапи: отримання дозволу на будівництво, здійснення будівельних робіт, монтаж обладнання та укладання у разі потреби договору з майбутнім оператором об'єкту. Для отримання усіх необхідних дозвільних документів у першу чергу необхідно здійснити реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності на основі професійної консультації, що надають спеціалізовані агентства. Одним із таких є юридична компанія «Баррістер», вартість послуги з реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю якої становить 3000 гривень [58].

Безпосереднє спорудження будівель концертно-виставкового комплексу є найбільшою статтею витрат на реалізацію проєкту. Визначення розміру вартості будівництва здійснюється на основі відповідних показників за об'єктами-аналогами у розрахунку на квадратний метр та включає в себе кошти на підготовку території, її облаштування, здійснення будівництва та підготовку до введення в експлуатацію шляхом встановлення спеціального обладнання, основними з яких є:

- системи енергозабезпечення (комплектно-розподільчі пристрої, трансформатори, кабельні лінії, стабілізатори напруги, джерела безперебійного живлення, системи заземлення, автоматичні вимикачі та роз'єднувачі, контрольні модулі);
- системи водопостачання та водовідведення (циркуляційні насосні станції, гідроакумулятори, редуктори тиску, механічне та хімічне фільтраційне обладнання, клапани, вентилі, компенсатори, крани трубопроводи);

- системи вентиляції та клімат-контролю (припливно-витяжні установки, вентилятори, рекуператори, елементи моніторингу вологості та забезпечення циркуляції повітря, повітронагрівачі, дифузори, термостати, регулюючі клапани, шумоглушники, охолоджувачі, крапловлювачі, вентиляційні канали);
- сантехнічне обладнання (унітази, біде, раковини, перегородки, душові гарнітури, водні змішувачі, запірні арматури, системи інсталяції, аксесуари).

Вартість облаштування пішохідних ділянок, паркових зон та паркувань включає витрати на підготовку та очистку території, асфальтування, нанесення розмітки, укладання тротуарної плитки та газону, планування ґрунту, висадку насаджень, декорування.

Загальна вартість будівництва приміщень комплексу та облаштування прилеглих територій становить 2653,74 мільйонів гривень, що відображено у таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

Розрахунок витрат на будівництво приміщень та облаштування території комплексу

Стаття	Вартість, грн/м ²	Площа, тис. м ²	Сума, млн грн
Будівництво виставкових павільйонів	17290	120,0	2074,8
Будівництво торгових павільйонів	7780	60,0	466,8
Облаштування паркувань	500	89,4	44,7
Формування парків та зелених зон	250	83,9	20,97
Облаштування пішохідних ділянок	350	129,7	45,39
Облаштування зарезервованої території	10	108,0	1,08
Усього			2653,74

Джерело: складено за матеріалами [59, 60, 61, 62, 63]

Наступним етапом підготовки комплексу до повноцінного функціонування є встановлення устаткування для забезпечення роботи закладу з урахуванням усіх його структурних підрозділів. Загальний розмір витрат на облаштування адміністративного блоку становить 2394,9 тис. грн, що відображено у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Розрахунок витрат на обладнання для адміністративного блоку

Назва	Кількість, од.	Ціна за одиницю, грн	Сума, тис. грн
Комплект персональний комп'ютер та монітор	42	17000	714,0
Стіл комп'ютерний	36	5200	187,2
Ноутбук Asus Vivobook 15	10	16900	169,0
Принтер HP LaserJet M111	20	7000	140,0
Крісло офісне	36	3570	128,52
Джерело безперебійного живлення LogicPower	42	2800	117,6
Диван офісний	15	7500	112,5
Тумба офісна	30	3500	105,0
Операційна система Windows 10	52	2000	104,0
Програмне забезпечення Microsoft Office 2021 Pro Plus	52	1950	101,4
Сканер A4 Epson Perfection	15	5200	78,0
Шафа офісна	30	2550	76,5
Монітор Samsung Curved	12	5200	62,4
Сейф	10	5540	55,4
Фіскальний реєстратор FR90	6	9120	54,72
Програмне забезпечення BAS Бухгалтерія КОПІ	1	44400	44,4
Набір канцелярського приладдя	36	700	25,2
Бездротовий маршрутизатор TP-Link Archer C24	24	1000	24,0
Дротова клавіатура Dell KB216	42	570	23,94
Мишка комп'ютерна Xiaomi Mi Dual Mode	42	400	16,8
Програмне забезпечення Creative Cloud	3	1440	4,32
Інше	-	-	50,0
Усього			2394,9

Джерело: складено за матеріалами [64]

Надзвичайно важливим фактором успішного розвитку підприємства є забезпечення комфорту персоналу, який досягається шляхом утворення спеціальних місць відпочинку та дозвілля. Загальний розмір витрат на придбання обладнання і меблів для забезпечення потреб персоналу становить 1491,02 тис. грн, що відображено у таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Розрахунок витрат на обладнання для забезпечення потреб персоналу

Назва	Кількість, од.	Ціна за одиницю, грн	Сума, тис. грн
Комплект уніформи	70	4000	280,0
Шафа металева для зберігання речей	70	3000	210,0
Ігрова консоль PlayStation 5 Slim Digital Edition	5	26600	133,0
Телевізор Samsung 4K	6	16500	99,0
Кавомашинка KRUPS Evidence Classic	6	16000	96,0
Диван	6	13000	78,0
Холодильник Liberton LRD	6	12900	77,4
Акустична система JBL PartyBox	6	10200	61,2
Стілець	36	1570	56,52
Бойлер Atlantic	10	4900	49,0
Пральна машина Interlux	5	8500	42,5
Стіл кухонний	12	3500	42,0
Стіл більярдний	2	20000	40,0
Кулер для води	6	5800	34,8
Вішак для одягу пересувний	12	2800	33,6
Мікрохвильова піч Samsung ME83XR	6	5500	33,0
Крісло-мішок	18	1500	27,0
Стіл тенісний	2	8400	16,8
Дзеркало настінне	20	500	10,0
Стіл журнальний	6	1600	9,6
Ліжко	2	4000	8,0
Чайник електричний Redmond RK-M287X	6	600	3,6
Інше	-	-	50,0
Усього			1491,02

Джерело: складено за матеріалами [64]

Концепція новостворюваного бізнесу передбачає можливість проведення концертних заходів у павільйонах закладу. Сучасна івент-індустрія характеризується чіткою спеціалізацією суб'єктів, що здійснюють господарювання у відповідній сфері. Організатори фестивалів, концертів та інших шоу досить часто використовують власне звукове та світлове обладнання або орендують його у окремих постачальників. Це дозволяє підприємствам, що надають в оренду приміщення для проведення масових заходів забезпечити мінімальну базову кількість такого обладнання. Загальний розмір витрат на придбання обладнання для концертних заходів становить 40597,6 тис. грн, що відображено у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14

Розрахунок витрат на придбання обладнання для концертних заходів

Назва	Кількість, од.	Ціна за одиницю, тис. грн	Сума, тис. грн
Крісло для глядацьких залів	7000	2,5	17500,0
Активний акустичний комплект лінійного масиву Park Audio	8	780,0	6240,0
Цифровий мікшерний пульт Yamaha Rivage PM7	1	3982,0	3982,0
Світлодіодна рухома голова Free Color	120	28,0	3360,0
Комплект конструкцій для монтажу обладнання	1	2000,0	2000,0
Елемент світлодіодного екрану	120	16,5	1980,0
Світлодіодна панель Emitter-S	140	12,0	1680,0
DMX-контролер Chamsys MagicQ	1	670,8	670,8
Монітор сценічний DB FMX15	15	32,0	480,0
LED стробоскоп STLS Led	24	15,8	379,2
Радіосистема Shure ULXD2	6	55,2	331,2
Система вушного моніторингу Prodipt IEM 5120	24	11,9	285,6
Генератор важкого диму LF-01	4	52,6	210,4
Прожектор театральний	8	17,5	140,0
Генератор іскор Free Color Spark	4	31,5	126,0
Лазерний стробоскоп Mini Ledspot	12	8,7	104,4
Тимчасова мобільна огорожа	40	2,0	80,0
DJ стіл складний	2	24,0	48,0
Інше	-	-	1000,0
Усього			40597,6

Джерело: складено за матеріалами [64]

Однією із умов функціонування громадських закладів, здатних приймати велику кількість відвідувачів є створення безпечного середовища з урахуванням масштабів діяльності. При цьому значна увага повинна приділятися організації системи протипожежної безпеки та заходам попередження потенційно небезпечних ситуацій. Загальний розмір витрат на придбання обладнання системи захисту становить 8301,8 тис. грн, що відображено у таблиці 2.15.

Таблиця 2.15

Розрахунок витрат на обладнання системи захисту

Назва	Кількість, од.	Ціна за одиницю, грн	Сума, тис. грн
Модуль порошкового пожежогасіння	900	3900	3510,0
Металодетектор аروحний	5	235000	1175,0
Турнікед-трипод	16	56800	908,8
Спринклер для пожежогасіння	7200	110	792,0
ІР відеореєстратор	5	66450	332,25
Прилад приймально-контрольний	6	55000	330,0
Модульний пост охорони	2	72000	144,0
Камера відеоспостереження	180	780	140,4
Світлозвуковий сповіщувач	100	1100	110,0
Датчик виявлення диму	180	550	99,0
Вогнегасник	120	800	96,0
Кран-комплект	22	4200	92,4
Шлагбаум	2	42000	84,0
Металодетектор ручний	5	10700	53,5
Портативна цифрова радіостанція	15	2990	44,85
Інформаційні знаки	200	100	20,0
Рупорний гучномовець	5	680	3,4
Блок мовного сповіщення	6	23100	138,6
Звуковий сповіщувач	220	580	127,6
Інше	-	-	100,000
Усього			8301,8

Джерело: складено за матеріалами [64]

Велика площа концертно-виставкового комплексу, а також специфіка діяльності свідчить про необхідність залучення спеціалізованої техніки для прибирання внутрішньої та зовнішньої території закладу та переміщення габаритних вантажів. Загальний розмір витрат на придбання спеціалізованої техніки і транспорту становить 13745,8 тис. грн, що відображено у таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

Розрахунок витрат на придбання спеціалізованої техніки і транспорту

Назва	Кількість, од.	Ціна за одиницю, тис. грн	Сума, тис. грн
Внутрішня підмітальна машина Karcher KM	6	803,7	4822,2
Вилочний навантажувач Toyota	6	660,0	3960,0
Автомобіль Mercedes-Benz Sprinter 2018	2	1256,6	2513,2
Вулична прибиральна машина DAF LF	2	1060,2	2120,4
Снігоприбиральна машина AL-KO SnowLine	4	82,5	330,0
Усього			13745,8

Джерело: складено за матеріалами [64, 65]

До переліку необхідних для функціонування підприємства засобів відноситься також обладнання, призначене для облаштування павільйонів та прилеглих зон. Загальний розмір витрат на обладнання для забезпечення функціонування приміщень та зовнішньої території становить 22902,4 тис. грн, що відображено у таблиці 2.17.

Таблиця 2.17

Розрахунок витрат на обладнання для забезпечення функціонування приміщень та зовнішньої території

Назва	Кількість, од.	Ціна за одиницю, грн	Сума, тис. грн
Елемент зовнішнього цифрового дисплею	500	17000	8500,0
Електрогенератор 200 кВт	6	855000	5130,0
Світильник вуличний	190	19900	3781,0
Резервуар для зберігання води 50000 л	6	270000	1620,0
Виставковий стенд стандартний, 10 м ²	20	28000	560,0
Лавка вулична	80	4000	320,0
Урна сміттєва металева	80	3500	280,0
Автомат для води	16	15900	254,4
Стійка ресепшн	4	40000	160,0
Стелаж металевий	20	7220	144,4
Диван-лавка для очікування	10	8500	85,0
Контейнер сміттєвий	8	8450	67,6
Інше	-	-	2000,0
Усього			22902,4

Джерело: складено за матеріалами [64]

Важливим елементом початкових витрат на реалізацію проєкту є проведення маркетингових заходів, загальний розмір яких становить 3320, 0 тис. грн, що відображено у таблиці 2.18.

Таблиця 2.18

Розрахунок витрат на проведення маркетингових заходів

Назва	Кількість, од.	Ціна за одиницю, тис. грн	Сума, тис. грн
Розробка веб-сайту	1	150,0	150,0
Зйомка рекламного відеоролика	2	75,0	150,0
Таргетингова реклама в інтернеті	1	20,0	20,0
Організація урочистого відкриття комплексу	1	3000,0	3000,0
Усього			3320,0

Джерело: складено за матеріалами [66]

Загальна структура стартового капіталу концертно-виставкового комплексу відображена у таблиці 2.19.

Таблиця 2.19

Структура стартового капіталу концертно-виставкового комплексу

№	Статі витрат	Сума, тис. грн	Питома вага, %
1	Будівництво та облаштування території	2653740,0	96,45
2	Обладнання для концертних заходів	40597,6	1,48
3	Обладнання для забезпечення функціонування приміщень та зовнішньої території	22902,4	0,83
4	Спеціалізована техніка і транспорт	13745,8	0,5
5	Обладнання системи безпеки	8301,8	0,3
6	Маркетингові заходи	3320,0	0,12
7	Обладнання для адміністративного блоку	2394,9	0,09
8	Обладнання для забезпечення потреб персоналу	1491,02	0,05
9	Реєстрація юридичної особи	3,0	0,0001
10	Інші витрати	5000,0	0,18
	Усього	2751496,52	100,0
	ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ		
1	Власний капітал	2631496,52	95,64
2	Кредитні кошти	120000,0	4,36

Джерело: складено автором

Наступним етапом після визначення розміру стартового капіталу є розрахунок поточних витрат підприємства. Однією зі статей таких видатків є фонд оплати праці, обсяг якого залежить від кількості посадових ставок, розмірів окладу та єдиного соціального внеску. Станом на 1 січня 2024 року мінімальна сума ЄСВ складає 22% від заробітної плати [67]. Місячний та річний фонди оплати праці становлять 2557,12 тис. грн та 30685,44 тис. грн відповідно, що відображено у таблиці 2.20.

Таблиця 2.20

Розрахунок фонду оплати праці

Посада	Кількість посадових ставок	Посадовий оклад, грн	Заробітна плата з ЄСВ за місяць, грн	Сума з ЄСВ, тис. грн	
				За місяць	За рік
Директор	1	42000	48800	48,8	585,6
Помічник директора	1	24000	29280	29,28	351,36
Заступник директора	2	32000	39040	78,08	936,96
Адміністратор виставкового павільйону	4	27000	32940	131,76	1581,12
Адміністратор торгового павільйону	2	27000	32940	65,88	790,56
Начальник служби безпеки	1	29000	35380	35,38	424,56
Бухгалтер	5	22000	26840	134,2	1610,4
Юрист	2	25000	30500	61,0	732,0
Менеджер по роботі з клієнтами	6	27000	32940	197,64	2371,68
PR-менеджер	5	22000	26840	134,2	1610,4
HR-менеджер	2	20000	24400	48,8	585,6
Графічний дизайнер	3	24000	29280	87,84	1054,08
Оператор звуку	2	28000	34160	68,32	819,84
Оператор світла	2	28000	34160	68,32	819,84
ІТ-спеціаліст	2	28000	34160	68,32	819,84
Працівник служби безпеки	10	20000	24400	244,0	2928,0
Технічний працівник	20	17000	20740	414,8	4977,6
Прибиральник	15	15000	18300	274,5	3294,0
Садівник	6	15000	18300	109,8	1317,6
Сантехнік	4	15000	18300	73,2	878,4
Електрик	4	15000	18300	73,2	878,4
Водій	2	15000	18300	36,6	439,2
Паркувальник	4	15000	18300	73,2	878,4
Усього	105	-	-	2557,12	30685,44

Джерело: складено автором

При наявності у штаті працівників служби безпеки, підприємство додатково здійснюватиме співпрацю з приватними охоронними агентствами під час організації власних заходів, що дозволить підвищити рівень безпечності подій. Вартість послуг із охорони масових зібрань формується індивідуально та сягає від 45000 гривень за добу [68]. Враховуючи щомісячну кількість запланованих власних виставкових заходів, їх тривалість та масштаб, розмір витрат на послуги охорони становитиме 300 тис. грн на місяць.

Наступною статтею видатків є плата за використання земельних ділянок. Відповідно до рішення Одеської міської ради №1267-VI ставка орендної плати за землю на території міста Одеса для торговельно-виставкових комплексів становить 5% від її нормативної грошової оцінки на рік [69]. Загальний розмір витрат на оренду земельних ділянок становитиме 200 тис. грн на місяць.

Окремим елементом поточних витрат є оплата комунальних послуг. Найбільша частка у загальній структурі видатків припадає на постачання електроенергії, споживання якої суттєво відрізняється у різні частини року. Це пояснюється необхідністю обігріву приміщень у періоди опалювального сезону шляхом використання нагрівачів повітря, встановлених у припливно-витяжних установках системи вентиляції. Загальний розмір витрат на оплату комунальних послуг становить 27927,6 тис. грн в рік, що відображено у таблиці 2.21.

Таблиця 2.21

Розрахунок витрат на оплату комунальних послуг

Стаття витрат	Тариф, грн	Витрати за місяць		Сума за місяць, тис. грн		Сума за рік, тис. грн
		Квітень-жовтень	Жовтень-квітень	Квітень-жовтень	Жовтень-квітень	
Водопостачання та водовідведення, м ³	40	180	160	7,2	6,4	81,6
Електроенергія, МВт	7500	90	520	675	3900	27450
Зв'язок та Інтернет, пакет	1000	1	1	1,0	1,0	12,0
Вивіз сміття, контейнер	4000	8	8	32,0	32,0	384,0
Усього	-	-	-	715,2	3939,4	27927,6

Джерело: складено автором

До інших поточних видатків відносять також матеріальні витрати, які пов'язані зі здійсненням господарської діяльності. Загальний розмір матеріальних витрат становить 107,5 тис. грн на місяць або 1290,0 тис грн в рік, що відображено у таблиці 2.22.

Таблиця 2.22

Розрахунок матеріальних витрат за рік функціонування

Стаття	Загальна сума за місяць, тис. грн	Загальна сума за рік, тис. грн
Паливо для автомобільного транспорту	27,5	330,0
Засоби прибирання та дезінфекції	20,4	244,8
Запасні частини та замінні елементи обладнання	50	600,0
Канцелярські товари	5,0	60,0
Оновлення ПЗ та обслуговування сайту	4,6	55,2
Усього	107,5	1290,0

Джерело: складено автором

Однією із умов реалізації проєкту є залучення сторонніх ресурсів, а відтак необхідно враховувати оплату відсотків за користування кредитом. Для завершення будівництва приміщень комплексу та закупівлі обладнання необхідно здійснити залучення кредитних коштів у розмірі 120 мільйонів гривень. У якості партнера за відповідним напрямом було обрано банк «CREDIT AGRICOLE». Умови кредитування відображені у таблиці 2.23.

Таблиця 2.23

Умови фінансування за програмою «Кредит на розвиток бізнесу»

Об'єкт кредитування	Придбання основних засобів (крім транспортних), реконструкція та ремонт нерухомості, інші інвестиційні потреби, у т. ч. будівництво
Максимальний розмір ліміту	До 90% вартості проєкту
Максимальний строк кредитування	До 60 місяців включно
Вартість кредитування	20% річних

Джерело: складено за матеріалами [70]

Детальний розрахунок витрат на оплату відсотків та графік погашення заборгованості відображений у додатку А.

Важливою статтею поточних витрат є амортизація, яка являє собою систематичний розподіл вартості основних засобів, інших необоротних та нематеріальних активів, що амортизується, протягом строку їх корисного використання [12]. Детальний розрахунок амортизаційних відрахувань відображений у додатку Б.

Інші видатки, включаючи оплату рекламних послуг, становлять 50 тис. грн на місяць, або 600 тис. грн в рік.

При розрахунку операційних витрат за кожен рік функціонування комплексу варто враховувати час, необхідний для здійснення будівництва приміщень, або так званий період перед початком експлуатаційної фази проєкту. Загальні поточні витрати на функціонування суб'єкта підприємницької діяльності з урахуванням інфляції, значення якої приведено у розмірі 5% та етапів реалізації проєкту відображені у таблиці 2.24.

Таблиця 2.24

Загальні поточні витрати на функціонування підприємства по роках, млн грн

Рік Стаття витрат	1	2	3	4	5	6	7	8
Амортизаційні відрахування	0,0	77,53	115,62	115,62	115,62	115,62	109,92	108,02
Оплата комунальних послуг	0,0	16,91	30,79	32,33	33,95	35,65	37,43	39,3
Плата за використання земельних ділянок	2,4	2,52	2,65	2,78	2,92	3,07	3,22	3,38
Фонд оплати праці	0,0	24,18	33,84	35,53	37,31	39,17	41,13	43,18
Обслуговування кредиту	0,0	13,1	7,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Матеріальні витрати	0,0	3,38	4,72	4,96	5,21	5,47	5,74	6,03
Оплата послуг охорони	0,0	2,83	3,97	4,17	4,38	4,6	4,83	5,07
Інше	0,0	0,47	0,66	0,69	0,72	0,76	0,8	0,84
Усього	2,4	140,92	199,45	196,08	200,11	204,34	203,07	205,82

Джерело: складено автором

Дані таблиці 2.24 свідчать, що річний розмір загальних поточних витрат на функціонування підприємства є нерівномірним.

Висновки до другого розділу

1. Глобальний ринок виставкового бізнесу демонструє тенденції розвитку, що підтверджується зростанням експозиційної площі та кількості виставкових майданчиків у світі. Разом з тим, аналіз потенціалу Одеси свідчить про можливість утворення нових виставкових центрів і на території цього міста.

2. Концертно-виставковий комплекс в місті Одеса матиме ряд конкурентних переваг, серед яких наявність великої експозиційної площі, поєднання у складі одного комплексу торговельних, виставкових, розважальних та рекреаційних просторів, порівняно низька вартість організації масових заходів можливість розширення масштабу діяльності відповідно до потреб тощо.

3. Загальний розмір стартового капіталу для реалізації проєкту становить 2751,5 млн грн.

4. Річний розмір загальних поточних витрат на функціонування підприємства є нерівномірним та залежить від рівня інфляції і термінів реалізації проєкту. Так, у період перед початком експлуатації комплексу єдиною статтею поточних витрат є плата за використання земельних ділянок, розмір якої становитиме 2,4 млн грн, у той час як витрати за рештою статей здійснюватимуться з другого року життєвого циклу проєкту.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ КОНЦЕРТНО-ВИСТАВКОВОГО КОМПЛЕКСУ В МІСТІ ОДЕСА

3.1. Прогнозування доходів і прибутку підприємства та оцінка показників економічної ефективності

Оцінка економічної ефективності концертно-виставкового комплексу в місті Одеса є необхідним кроком на етапі прийняття рішення щодо здійснення інвестицій. Для визначення привабливості проєкту насамперед необхідно спрогнозувати майбутні доходи новостворюваного суб'єкта господарювання з урахуванням часу, необхідного на підготовку до початку функціонування закладу. Основні етапи реалізації проєкту відображені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Основні етапи реалізації проєкту

Назва етапу	Тривалість, днів
Розробка проєкту будівництва	20
Погодження проєкту	9
Отримання дозволу на будівництво	10
Підготовка території до виконання будівельних робіт	30
Виконання будівельних робіт	500
Закупівля та монтаж обладнання	177
Підбір персоналу	177
Здійснення рекламних заходів	242
Укладання угод про оренду приміщень	242

Джерело: складено автором

З таблиці 3.1 видно, що найтривалішим етапом реалізації проєкту є виконання будівельних робіт. Зазначена довжина часового проміжку пояснюється доцільністю здійснення будівництва поступовими кроками. Відтак, заплановано, що основна частина будівель комплексу буде готова до повноцінної експлуатації на другий рік життєвого циклу проєкту.

Основною статтею доходу підприємства є організація власних виставкових заходів. Вартість оренди експозиційної площі не є сталою та формується індивідуально з урахуванням таких факторів як тематика виставки, її площа, безпосереднє місце у залі, технологічний розвиток експонента та рівень його платоспроможності. Так, вартість оренди квадратного метра виставкової площі у світі може становити від 85 доларів США [55]. В Україні ж максимальна ціна експозиційного простору сягає 20000 грн/м² [9].

Проектом передбачено, що загальна річна кількість виставкових заходів, проведених у павільйонах комплексу становитиме 33. Організацією 12 із них підприємство займатиметься самостійно. Найбільшу експозиційну площу займатимуть виставки, пов'язані із такими сферами як сільське господарство, машинобудування, транспорт і логістика тощо. Орієнтовний графік проведення масових заходів у приміщеннях комплексу відображений у додатку В. Дохід від організації власних виставкових заходів відображений у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Дохід від організації власних виставкових заходів

Місяць	Тематика	Площа, тис. м ²	Розподіл вартості оренди, грн/м ²			Середньозважена вартість оренди, грн/м ²	Дохід, млн грн
			20%	50%	30%		
1	Розваги	10,0	3900	3000	2100	2910	29,1
2	Туризм	10,0	3900	3000	2100	2910	29,1
3	Сільське господарство	50,0	3080	2200	1320	2112	105,6
4	Машинобудування	50,0	3500	2500	1500	2400	120,0
5	Медицина та фармацевтика	10,0	9000	6000	3600	5880	58,8
6	ІТ та електронна комерція	10,0	7700	5500	3300	5280	52,8
7	Безпека та захист	35,0	4550	2500	1400	2580	90,3
8	Транспорт і логістика	40,0	3120	2400	1680	2328	93,12
9	Електроніка та електротехніка	25,0	8000	4000	2500	4350	108,75
10	Продукти харчування	30,0	3000	2000	1000	1900	57,0
11	Металургія	25,0	3080	2200	1320	2112	52,8
12	Ювелірна справа	5,0	15600	1000	8400	11640	58,2
Усього		315,0	-	-	-	-	855,57

Джерело: складено автором

До списку важливих статей доходів суб'єкта господарювання відноситься оренда експозиційної площі для організації виставкових заходів орендарів. Вартість оренди у такому випадку не може перевищувати ціну участі у виставках, організатором яких виступатиме новостворюване підприємство. Загальна річна кількість залучених виставок становитиме 21. При середній орендованій для кожного заходу площі, у розмірі 15 тис. м², загальний дохід від оренди павільйонів для проведення виставок складатиме 315 млн грн на рік.

Враховуючи, що концепцією закладу передбачено можливість проведення концертних та інших невивставкових заходів, важливо спрогнозувати доходи і за цим напрямом. Відповідно до орієнтовного графіку, відображеного у додатку В, загальна кількість проведених у приміщеннях комплексу невивставкових заходів складатиме 66, із них 34 – у концертному залі, загальною площею 15000 м², який розташований у павільйоні №1. Вартість оренди концертного залу на добу становитиме 750 тис. грн, що еквівалентно 50 грн/м². Інші 32 заходи, включають події, середня площа яких сягає 2000 м². Вартість оренди експозиційної площі для невивставкових заходів становитиме 70 грн/м².

Зальна структура доходів від інших видів діяльності, включаючи надання в оренду експозиційних стендів і їх графічне оформлення та доходи від функціонування торгових павільйонів відображена у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Структура доходів від інших видів господарської діяльності

Стаття	Ціна одиниці, тис. грн.	Обсяг надання послуг	
		Кількість, тис. од./рік	млн грн/рік
Оренда експозиційної площі для організації виставкових заходів, м ²	1,0	315,0	315,0
Оренда експозиційної площі для організації невивставкових заходів, м ² /доба	0,07	64,0	4,48
Оренда концертного залу	750,0	0,034	25,5
Оренда площі торгових павільйонів, м ² /місяць	0,8	42,0	403,2
Оренда експозиційного стенду	10,0	2,2	22,0
Розробка дизайну та графічне оформлення експозиційного стенду	10,0	2,2	22,0
Розміщення відеореклами на медіафасаді, доба	20,0	8,47	169,4
Усього			961,58

Джерело: складено автором

Загальна річна структура доходів підприємства відображена у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Загальна річна структура доходів підприємства

Стаття доходу	Обсяг доходу, млн грн	Питома вага, %
Дохід від організації власних виставкових заходів	855,57	47,08
Дохід від інших видів господарської діяльності	961,58	52,92
Усього	1817,15	100,0

Джерело: складено автором

Для визначення економічної ефективності проєкту необхідно розрахувати грошові потоки. Під грошовим потоком або рухом грошових коштів розуміється надходження коштів та їхні виплати [35, с. 50]. При визначенні розміру потоків варто враховувати етапи реалізації проєкту, щорічну інфляцію, значення якої приведено у розмірі 5% та завантаженість комплексу на 70% від передбаченого об'єму надання послуг у перший рік функціонування. Загальний розрахунок грошового потоку за роками функціонування відображений у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Розрахунок грошового потоку за роками функціонування

Показник	За роками, млн грн							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Початкові інвестиції	2232,8	518,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Виручка від реалізації	0,0	939,61	2003,4	2103,58	2208,76	2319,2	2435,16	2556,92
ПДВ	0,0	156,6	333,9	350,6	368,13	386,53	405,86	426,15
Чистий дохід	0,0	783,01	1669,5	1752,98	1840,63	1932,67	2029,3	2130,77
Поточні витрати	2,4	140,92	199,45	196,08	200,11	204,34	203,07	205,82
Амортизація	0,0	77,53	115,62	115,62	115,62	115,62	109,92	108,02
Плата за кредит	0,0	13,1	7,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Фінансовий результат	-2235,2	123,39	1470,05	1556,9	1640,52	1728,33	1826,23	1924,95
Чистий прибуток	0,0	101,18	1205,44	1276,66	1345,23	1417,23	1497,5	1578,46
Грошовий потік	-2235,2	178,71	1321,06	1392,28	1460,85	1532,85	1607,42	1686,48
Накопичений грошовий потік	-2235,2	-2056,49	-735,43	656,85	2117,7	3650,55	5257,97	6944,45

Джерело: складено автором

З таблиці 3.5 видно, що підприємство почне отримувати чистий прибуток на другий рік життєвого циклу, при цьому значне зростання даного показника демонструється уже з третього року, що пояснюється завершенням будівництва у попередній період та виходом на заплановані об'єми реалізації послуг.

Після розрахунку прибутку та грошових потоків оцінку економічної ефективності проєкту можна здійснювати за результативними значеннями показників чистої поточної вартості (NPV), внутрішньої норми прибутковості (IRR), індексу прибутковості (PI) та терміну окупності (DPP).

Показник чистої приведеної вартості характеризує загальний абсолютний результат інвестиційної діяльності та розраховується за формулою:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{R(t)}{(1+i)^n} - A \quad (3.1)$$

Де $R(t)$ – розмір учасника потоку платежів;

i – ставка порівняння;

A – первісні витрати до початку експлуатаційної фази проєкту [71, с. 158].

Проєкт вважається ефективним при значенні $NPV > 0$.

Відповідно до формули 3.1 для розрахунку чистої приведеної вартості необхідно обрати ставку дисконтування, яка використовується для визначення вартості грошей у різні часові періоди з урахуванням інфляції та можливих ризиків. З метою проведення розрахунків було обрано ставку у розмірі 24%.

Таким чином, для новостворюваного концертно-виставкового комплексу в місті Одеса, значення показника чистої приведеної вартості дорівнюватиме 741,1 млн грн:

$$NPV = \frac{178,71}{1,24^2} + \frac{1321,06}{1,24^3} + \frac{1392,28}{1,24^4} + \frac{1460,85}{1,24^5} + \frac{1532,85}{1,24^6} + \frac{1607,42}{1,24^7} + \frac{1686,48}{1,24^8} - 2235,2 = 741,1$$

Значення NPV більше 0, отже проєкт ефективний.

Внутрішня норма прибутковості також є доволі інформативним показником, який являє собою ставку відсотка, при якій значення чистої поточної вартості дорівнюватиме нулю. Для визначення IRR використовується формула:

$$IRR = A + \frac{a(B-A)}{(a-b)} \quad (3.2)$$

де А – величина ставки дисконту, при якій NPV позитивна;

В – величина ставки дисконту, при якій NPV негативна;

а – величина позитивної NPV, при величині ставки дисконту А;

б – величина негативної NPV, при величині ставки дисконту В [70, с. 176].

Для описуваного проєкту значення IRR становитиме 31,67%:

$$IRR = 0,24 + \frac{741,1 \times (0,32 - 0,24)}{741,1 - (-32,17)} = 31,67\%$$

Значення внутрішньої норми прибутковості більше за ставку дисконтування, що свідчить про ефективність проєкту.

Індекс прибутковості (PI) показує відносну прибутковість проєкту або дисконтовану вартість грошових надходжень від проєкту у розрахунку на одиницю вкладень та визначається за формулою:

$$PI = NPV / C_0 \quad (3.3)$$

де C_0 – початкові витрати [71, с. 172].

Значення PI для створюваного суб'єкта господарювання складає 0,269:

$$741,1 / 2751,5 = 0,269$$

Значення PI свідчить, що проєкт приносить 26,9% прибутку від інвестицій.

Останнім важливим показником є термін окупності, який являє собою очікуваний період відшкодування початкових вкладень із чистих надходжень [71, с. 137]. Для знаходження терміну окупності проєкту при наявному нерівномірному значенні щорічного прибутку доцільно здійснити розрахунок кількості років, необхідних для того, щоб кумулятивний прибуток новостворюваного підприємства дорівнював обсягу початкових інвестицій, що відображено у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Розрахунок терміну окупності

Показник \ Рік	1	2	3	4	5
Чистий прибуток, млн грн	0,0	101,18	1205,44	1276,66	1345,23
Накопичений чистий прибуток, млн грн	0,0	101,18	1306,62	2583,28	3928,51
Непокриті початкові інвестиції, млн грн	2751,5	2650,32	1444,88	168,22	0,0

Джерело: складено автором

З таблиці 3.6 видно, що проєкт окупиться на 5 рік життєвого циклу. Таким чином, можливо з'ясувати, що більш точне значення терміну окупності становить 4,12 роки.

Зважаючи на специфіку господарювання новостворюваного підприємства та утворення комерційних зв'язків із іноземними компаніями, доцільно також провести розрахунок показників економічної ефективності на основі грошових потоків, виражених у міжнародній валюті, зокрема в євро. У такому разі в розрахунках використовуватиметься ставка дисконтування у розмірі 5% та курс валюти – 42,83 грн.

Загальний розрахунок грошового потоку, вираженого в євро, за роками функціонування відображений у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Розрахунок грошового потоку в євро за роками функціонування

Показник	За роками, млн євро							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Початкові інвестиції	52,13	12,11	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Виручка від реалізації	0,0	21,94	46,76	49,11	51,57	54,15	56,86	59,7
ПДВ	0,0	3,66	7,79	8,18	8,59	9,02	9,48	9,95
Чистий дохід	0,0	18,28	38,97	40,93	42,98	45,13	47,38	49,75
Поточні витрати	0,06	3,29	4,66	4,58	4,67	4,77	4,74	4,8
Амортизація	0,0	1,81	2,7	2,7	2,7	2,7	2,57	2,52
Плата за кредит	0,0	0,3	0,17	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Фінансовий результат	-52,19	2,88	34,31	36,35	38,31	40,36	42,64	44,95
Чистий прибуток	0,0	2,36	28,13	29,8	31,4	33,09	34,96	36,86
Грошовий потік	-52,19	4,17	30,83	32,5	34,1	35,79	37,53	39,38
Накопичений грошовий потік	-52,19	-48,02	-17,19	15,31	49,41	85,2	122,73	162,11

Джерело: складено автором

Загальні підсумкові значення показників економічної ефективності проєкту, включаючи чисту потону вартість, внутрішню норму прибутковості, індекс прибутковості та термін окупності, розрахованих на основі грошових потоків у гривні та євро, відображені у таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Значення показників економічної ефективності проєкту

Показник	NPV	IRR	PI	DPP
Значення (гривня)	741,1 млн	31,67%	0,269	4,12 роки
Значення (євро)	111,71 млн	31,82%	1,74	4,12 роки

Джерело: складено автором

3.2. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання

Стрімка зміна умов здійснення підприємницької діяльності та поява нових загроз і небезпек для суб'єктів господарювання в умовах невизначеності обумовлюють виникнення різноманітних ризиків.

Ризик являє собою невизначену подію чи умову, настання якої може негативно вплинути на процес реалізації проєкту, що свідчить про необхідність планування заходів щодо запобігання ризикових ситуацій.

Існує декілька прийомів зниження ступеню потенційних ризиків до яких відносяться:

- ухиляння (зміна плану проєкту);
- запобігання (відхилення від ризикового проєкту з метою мінімізації негативних наслідків);
- зниження (зменшення ймовірності виникнення ризикової ситуації та зменшення впливу від її настання);
- умовні дії (вживання заходів лише за фактом настання негативних ситуацій);
- передача (перекладання відповідальності на третю особу);
- прийняття (створення резервів на невизначеність) [72].

Ризики, що можуть супроводжувати діяльність концертно-виставкового-комплексу залежно від їх сутності можна класифікувати на фізичні, економічні та політичні.

До фізичних ризиків, які супроводжують діяльність новостворюваного підприємства відносяться такі, що можуть вплинути на фізичний стан будівель і території комплексу та обладнання, а також безпеку персоналу і відвідувачів. Економічними є ризики, пов'язані із господарською діяльністю підприємства, включаючи відносини з клієнтами та контрагентами. Політичні ж ризики в основному полягають у зміні нормативно-правових актів, що регулюють сферу діяльності суб'єкта господарювання.

Для формування конкретних рішень щодо управління ризиками, у першу чергу необхідно здійснити їх ідентифікацію та визначити ймовірність виникнення та ступінь впливу. Найбільш значущі ризики, що супроводжуватимуть діяльність концертно-виставкового комплексу в місті Одеса відображені у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Реєстр ризиків проєкту

Опис ризику	Оцінка ймовірності	Оцінка впливу	Інтегральна оцінка	Стратегія реагування	Дії
Зниження попиту на послуги	6	9	54	Зниження	Диверсифікація видів діяльності, укладання довгострокових контрактів.
Заборона чи обмеження масових заходів	6	8	48	Зниження	Диверсифікація видів діяльності.
Відсутність електро- та водопостачання	5	7	35	Зниження	Забезпечення наявності додаткових джерел електроенергії та водопостачання.
Пожежа	3	10	30	Зниження	Посилення протипожежної безпеки, встановлення ефективної системи виявлення вогню та пожежогасіння.
Замінування, терористичний акт	3	10	30	Зниження	Посилення заходів безпеки, встановлення ефективної системи відеоспостереження та контролю, використання інструментів виявлення вибухонебезпечних предметів.
Пошкодження внаслідок військової атаки	3	10	30	Прийняття	Створення резерву для покриття матеріальних збитків, страхування.
Вихід із ладу обладнання	3	8	24	Зниження	Здійснення регулярного технічного обслуговування, утворення запасу замінних елементів.
Нездатність клієнтів виконувати фінансові зобов'язання	3	5	15	Зниження	Надання послуг при внесенні часткової чи повної передоплати.

Джерело: складено автором

З таблиці 3.7 видно, що найбільш значущим є ризик зниження попиту на послуги підприємства. З метою мінімізації імовірності його настання доцільно здійснювати диверсифікацію видів діяльності суб'єкта господарювання. Так, концепція концертно-виставкового комплексу передбачає поєднання виставкових, торгових, розважальних та рекреаційних просторів, що дозволяє мінімізувати негативний вплив від зменшення попиту на оренду експозиційних площ. Іншим важливим фактором нівелювання ризику є довгострокове планування графіку і традиційна модель функціонування закладу, що сприятиме утриманню стійкого положення підприємства. Окремою важливою перевагою комплексу є також масштаб та універсальність експозиційних павільйонів, що дозволяє здійснювати організацію різноманітних типів невивставкових подій.

До переліку ризиків, пов'язаними із попитом на оренду, можна віднести і нестачу площ відповідно до наявних потреб, що може стати причиною недоотримання прибутку. Оцінку такого ризику можна здійснити шляхом розрахунку резерву зростання об'єму кількості виставок, проведення яких можливе на базі комплексу. Так, за умови, що кожен захід проводитиметься почергово раз на тиждень, максимальний обсяг виставок становитиме 52, що на 52% більше від запланованого. Однак для більш точної оцінки резерву варто враховувати також можливість одночасної організації схожих за тематиками подій у приміщеннях окремих павільйонів.

Значна увага при аналізі можливих ризиків у діяльності концертно-виставкового комплексу приділяється також безпеці. Ризики пожежі, замінування чи організації терористичного акту при порівняно низькій імовірності виникнення, мають критичний ступінь впливу на функціонування підприємства внаслідок спричинення значних матеріальних та репутаційних втрат. Відтак, основним методом мінімізації таких ризиків є організації ефективної системи безпеки, спрямованої на запобігання небезпечних ситуацій, шляхом здійснення контролю і реагування з використанням інструментів спостереження та запобігання.

Висновки до третього розділу

1. Підприємство почне отримувати прибуток починаючи з другого року життєвого циклу. Загальний прибуток становитиме 101,18 млн грн у перший рік функціонування та зростатиме у наступні роки.

2. З урахуванням грошових потоків, виражених у гривні, значення показника чистої поточної вартості проєкту становить 741,1 млн грн, що задовольняє умову $NPV > 0$. Внутрішня норма прибутковості сягає 31,67%, індекс прибутковості – 0,269, термін окупності – 4,12 роки. Разом з цим, розрахунок відповідних показників на основі грошових потоків у євро свідчить, що NPV сягає 111,71 млн євро, PI – 1,74, термін окупності та IRR – майже незмінні. У обох випадках проєкт є ефективним.

3. Діяльність концертно-виставкового комплексу супроводжуватиметься ризиками, найбільш значущими з яких є зниження попиту на послуги, заборона чи обмеження масових заходів, відсутність електро- та водопостачання, а також ризики, пов'язані із фізичною безпекою персоналу та відвідувачів. Основними заходами із мінімізації таких ризиків є диверсифікація видів діяльності, забезпечення наявності додаткових джерел постачання ресурсів та створення ефективної системи безпеки.

ВИСНОВКИ

У роботі проведено дослідження теоретичних, методичних та прикладних аспектів реалізації бізнес-проекту зі створення концертно-виставкового комплексу в місті Одеса та зроблено наступні висновки.

1. Виставкова діяльність є доволі важливою сферою господарювання, яка має вагомий вплив на розвиток економіки. Однак в Україні виставковий бізнес є малорозвиненим через відсутність достатньої кількості великих виставкових центрів.

2. Окремі питання господарської діяльності галузі визначені регулюючими актами загального характеру такими, як Господарський, Митний, Податковий і Цивільний кодекси та деякими законами і постановами Кабінету Міністрів України. Будівництво комплексу відбувається з урахуванням державних будівельних норм.

3. Новостворюваний концертно-виставковий комплекс здійснюватиме господарювання як товариство з обмеженою відповідальністю, знаходитиметься на загальній системі оподаткування та виступатиме платником ПДВ.

4. Глобальний ринок виставкового бізнесу демонструє тенденцію розвитку, що підтверджується зростанням експозиційної площі та кількості виставкових майданчиків у світі. Його основними особливостями є взаємозалежність стану виставкової інфраструктури та рівня поширеності інновацій, а також сезонність.

5. Концертно-виставковий комплекс у місті Одеса розташовуватиметься на території колишнього заводу сільськогосподарського машинобудування вздовж узбережжя Чорного моря та поєднуватиме торговельні, виставкові, розважальні та рекреаційні простори. Іншими перевагами закладу є також наявність великої експозиційної площі, порівняно низька вартість організації масових заходів та можливість розширення масштабу діяльності відповідно до потреб.

6. Загальний розмір витрат на створення концертно-виставкового комплексу становить 2751,5 млн грн. Річний розмір поточних витрат на

функціонування підприємства є нерівномірним. Так, у період перед початком експлуатації комплексу єдиною статтею поточних витрат залишатиметься плата за використання земельних ділянок, розмір якої становитиме 2,4 млн грн, у той час як витрати за рештою статей здійснюватимуться з другого року життєвого циклу проєкту.

7. Підприємство почне отримувати прибуток у другому році життєвого циклу. Його загальний розмір становитиме 101,18 млн грн та зростатиме у наступні роки.

8. З урахуванням грошових потоків, виражених у гривні, значення показника чистої поточної вартості проєкту становить 741,1 млн грн, що задовольняє умову $NPV > 0$. Внутрішня норма прибутковості сягає 31,67%, індекс прибутковості – 0,269, термін окупності – 4,12 роки. Разом з цим, розрахунок відповідних показників на основі грошових потоків у євро свідчить, що NPV сягає 111,71 млн євро, PI – 1,74, термін окупності та IRR – майже незмінні. У обох випадках проєкт є ефективним.

9. Діяльність концертно-виставкового комплексу супроводжуватиметься ризиками, найбільш значущими з яких є зниження попиту на послуги, заборона чи обмеження масових заходів, відсутність електро- та водопостачання, а також ризики, пов'язані із фізичною безпекою персоналу та відвідувачів. Основними заходами із мінімізації таких ризиків є диверсифікація видів діяльності, забезпечення наявності додаткових джерел постачання ресурсів та створення ефективної системи безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні : Постанова Кабінету Міністрів України від 22.08.2007 р. № 1065-2007-п. Дата оновлення: 14.11.2019. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/90467564> (дата звернення 27.04.2024).
2. Гаркуша Д. Р., Ніфатова О. М. Event-технології у виставковій діяльності. *Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні* : зб. ст. за матеріалами II Всеукр. наук.-практ. конф. (29 березня 2018 р.). Київ : КНУТД. 2018. С. 128-134.
3. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г. Організація виставкової діяльності : навч. посіб. Чернівці : Технодрук, 2018. 264 с.
4. Виставкова діяльність. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/vustavki2005_u.htm (дата звернення: 01.04.2024).
5. The Global Association of the Exhibition Industry : веб-сайт. URL: <https://www.uffi.org/> (дата звернення: 28.03.2024).
6. Trade fairs national & international. Messe Duesseldorf : веб-сайт. URL: https://www.messe-duesseldorf.com/cgi-bin/md_home/lib/pub/tt.cgi?oid=415&lang=2&ticket=g_u_e_s_t (дата звернення: 30.04.2024).
7. Глобальний пошук виставок та конференцій по всьому світу : веб-сайт. URL: worldexpo.pro (дата звернення: 27.04.2024).
8. Expo Tel Aviv International Convention Center : веб-сайт. URL: <https://expotelaviv.co.il/> (дата звернення: 27.04.2024).
9. Міжнародний виставковий центр : веб-сайт. URL: <https://mvc-expo.com.ua/> (дата звернення: 27.04.2024).
10. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Дата оновлення: 08.03.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 30.04.2024).

11. Митний кодекс України : Закон України від 13.03.2012 р. № 4495-VI. Дата оновлення: 13.01.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text> (дата звернення: 30.04.2024).

12. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. Дата оновлення: 01.04.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 10.04.2024).

13. Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. Дата оновлення: 27.04.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення 30.04.2024).

14. Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції : Закон України від 02.12.2010 р. № 2735-VI. Дата оновлення: 01.11.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2735-17#Text> (дата звернення: 27.04.2024).

15. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII. Дата оновлення: 31.12.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (дата звернення: 27.04.2024).

16. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. Дата оновлення: 27.04.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 27.04.2024).

17. КВЕД-2010: Клас 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна : веб-сайт. URL: https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/68/KVED10_68_20.html (дата звернення: 27.03.2024).

18. КВЕД-2010: Клас 82.30 Організування конгресів і торговельних виставок : веб-сайт. URL: https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/82/KVED10_82_30.html (дата звернення: 28.03.2024).

19. КВЕД-2010: Клас 90.02 Діяльність із підтримки театральних і концертних заходів : веб-сайт. URL: https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/90/KVED10_90_02.html (дата звернення: 28.03.2024).

20. КВЕД-2010: Клас 93.29 Організування інших видів відпочинку та розваг : веб-сайт. URL: https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/93/KVED10_93_29.html (дата звернення: 28.03.2024).

21. КВЕД-2010: Клас 73.11 Рекламні агентства : веб-сайт. URL: https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/73/KVED10_73_11.html (дата звернення: 02.04.2024).

22. КВЕД-2010: Клас 74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну : веб-сайт. URL: https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/74/KVED10_74_10.html (дата звернення: 02.04.2024).

23. КВЕД-2010: Клас 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність : веб-сайт. URL: https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/79/KVED10_79_90.html (дата звернення: 28.03.2024).

24. КВЕД-2010: Клас 82.99 Надання інших допоміжних комерційних послуг, н.в.і.у. : веб-сайт. URL: https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/82/KVED10_82_99.html (дата звернення: 28.03.24);

25. Про гастрольні заходи в Україні : Закон України від 10.07.2023 р. № 1115-IV. Дата оновлення: 31.03.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1115-15#Text> (дата звернення: 27.04.2024).

26. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 р. № 2778-VI. Дата оновлення: 21.09.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 27.04.2024).

27. Про систему громадського здоров'я : Закон України від 06.09.2022 р. № 2573-IX. Дата оновлення: 11.02.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2573-20#Text> (дата звернення: 27.04.2024).

28. Про регулювання містобудівної діяльності : Закон України від 17.02.2011 р. № 3038-VI. Дата оновлення: 04.01.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3038-17#Text> (дата звернення: 27.04.2024).

29. Дозвіл на виконання будівельних робіт та подання змін до вже виданого дозволу. Державні послуги онлайн : веб-сайт. URL: <https://diia.gov.ua/services/dozvil-na-vikonannya-budivelnih-robit> (дата звернення 25.03.2024).

30. Державні будівельні норми. Портал Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва: веб-сайт. URL: https://e-construction.gov.ua/laws/doc_type=2 (дата звернення: 27.04.2024).

31. ДБН В.2.2-16:2019. Культурно-видовищні та дозвілєві заклади : [чинний від 01.11.2019]. Вид. офіц. Київ : Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, 2019. 93 с.

32. ДБН В.1.1-7:2016. Пожежна безпека об'єктів будівництва : [чинний від 01.06.2017]. Вид. офіц. Київ : Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, 2017. 41 с.

33. Доброва Н. В., Райлян О. Г. Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. *Наукові перспективи*. 2021. № 10(16). С. 303–315.

34. Статистичний класифікатор організаційних форм суб'єктів економіки. Державна служба статистики : веб-сайт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_skof_2016.htm (дата звернення 29.03.2024).

35. Економіка та організація підприємницької діяльності : навч. посіб. / Н. В. Доброва та ін.; під заг. ред. Н. В. Сментини. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2019. 320 с.

36. Глобальний інноваційний індекс 2023 року. Всесвітня організація інтелектуальної власності : веб-сайт. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/ru/2023/ (дата звернення: 10.03.2024).

37. Писаренко Т. В., Куранда Т. К., Гаврис Т. В., Швед Н. Ю., Осадча А. Б., Тітаєвська Є. С., Коваленко О. В. Наукова та науково-технічна діяльність в Україні у 2022 році : науково-аналітична доповідь. Київ : УкрІНТЕІ, 2023. 94 с.

38. Taylor Swift isn't just an entertainment giant. Her sold-out tour is supercharging local economies too. Fortune : веб-сайт. URL: <https://fortune.com/2023/06/07/taylor-swift-eras-tour-chicago-hotel-booking/> (дата звернення: 28.01.2024).

39. Мунтян І. В., Соколюк К. Ю. Значек Р. Р. Виставково-ярмаркова діяльність як ефективна організаційна форма просування бренду. *Вісник КНУТД*. 2020. №2(145). С. 46–55.

40. Кривешко О. В. Оцінка вагомості конкурентних переваг. Ефективна економіка. 2020. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/66.pdf (дата звернення: 25.02.2024).

41. Про місто. Офіційний сайт міста Одеса : веб-сайт. URL: <https://omr.gov.ua/ua/odessa/about/> (дата звернення 01.03.2024).

42. Cost of Living. Numbeo : веб-сайт. URL: <https://www.numbeo.com/cost-of-living/> (дата звернення: 27.01.2024).

43. Історичний центр Одеси включили до списку ЮНЕСКО. Суспільне Одеса : веб-сайт. URL: <https://suspilne.media/366484-istoricnij-centr-odesi-vklucili-do-spisku-unesco/> (дата звернення: 27.04.2024).

44. В Одесі стало ще більше туристів: за рік місто відвідали понад 3 мільйони людей. Інформаційне агентство Уніан : веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/10867313-v-odesi-stalo-shche-bilshe-turistiv-za-rik-misto-vidvidali-ponad-3-milyoni-lyudey.html> (дата звернення 25.01.2024).

45. Авіація України у 2021 році: які підсумки в аеропортів та авіакомпаній. Новини авіації України : веб-сайт. URL: <https://www.avianews.com/ukraine/2022/01/17/airlines-airports-in-ukraine-results-2021/> (дата звернення: 27.01.2024).

46. Міжнародний аеропорт «Бориспіль» : веб-сайт. URL: <https://kbp.aero/> (дата звернення: 27.04.2024).

47. Аеропорт «Київ» : веб-сайт. URL: <https://iev.aero/> (дата звернення: 27.04.2024).

48. Авіаційний транспорт. Департамент морегосподарського комплексу, транспортної інфраструктури та зв'язку Одеської обласної державної адміністрації : веб-сайт. URL: <https://morhoz.od.gov.ua/aviatsijnyj-transport/> (дата звернення 27.04.2024).

49. Аеропорти України. Tripmydream : веб-сайт. URL: <https://tripmydream.ua/flights/airport/ukraine> (дата звернення: 27.04.2024).

50. Динаміка зростання пасажиропотоку аеропортів уповільнюється. Центр транспортних стратегій : веб-сайт. URL: https://cfts.org.ua/blogs/dinamika_zrostannya_pasazhiropotoku_aeroportiv_upovilnyuetsya_454 (дата звернення: 27.04.2024).

51. Колективні засоби розміщування в Україні. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/kol_zas_ukr/arch_kol_zas_ukr.htm (дата звернення: 25.02.2024).

52. Рейтинг країн за населенням. Nonews : веб-сайт. URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/population> (дата звернення: 27.04.2024).

53. Виставковий центр «КиївЕкспоПлаза» : веб-сайт. URL: <https://expoplaza.kiev.ua/> (дата звернення 27.04.2024).

54. ВДНГ – Національний комплекс «Експоцентр України»: веб-сайт. URL: <https://vdng.ua/> (дата звернення 27.04.2024).

55. What will it cost to participate in an exhibition? Expo Display Service: веб-сайт. URL: <https://www.expodisplayservice.com/cost-participate-exhibition/> (дата звернення 27.04.2024).

56. Опендатабот : веб-сайт. URL: <https://opendatabot.ua/> (дата звернення 20.03.2024).

57. Оренда комерційної нерухомості у ТРЦ Одеси: скільки коштує та які умови. Коментарі Україна : веб-сайт. URL: https://odessa-comments-ua.cdn.ampproject.org/v/s/odessa.comments.ua/ua/article/society/work-and-career/9299-orenda-kommerciynoi-neruhomosti-u-trc-odesi-skilki-koshtue-ta-yaki-umovi.amp?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#a

[mp_tf=%D0%94%D0%B6%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BB%D0%BE%3A%20%251%24s&aoh=17115558510120&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fodessa.comments.ua%2Fua%2Farticle%2Fsociety%2Fwork-and-career%2F9299-orenda-komerciynoi-neruhomosti-u-trc-odesi-silki-koshtue-ta-yaki-umovi.html](https://www.google.com/ampshare=https%3A%2F%2Fodessa.comments.ua%2Fua%2Farticle%2Fsociety%2Fwork-and-career%2F9299-orenda-komerciynoi-neruhomosti-u-trc-odesi-silki-koshtue-ta-yaki-umovi.html) (дата звернення 15.04.2024).

58. Реєстрація ТОВ Одеса. Юридична компанія «Барістер» : веб-сайт. URL: <https://barrister.ua/ua/poslugy/reestraciya-tov-odesa#:~:text=На%20послугу%20реєстрація%20ТОВ%20Одеса,термін%20реєстрації%20може%20бути%20більшим> (дата звернення: 27.04.2024).

59. «Будівництво універсального спортивного залу спортивного комплексу комунального закладу «Обласна спеціалізована дитячо-юнацька школа олімпійського резерву». Dream Проєкти : веб-сайт. URL: <https://dream.gov.ua/ua/project/DREAM-UA-091123-96EDC716/profile> (дата звернення: 29.04.2024).

60. Як побудувати торговий центр. Артметал Україна : веб-сайт. URL: https://artmetall.ua/gde_raspolozhit_torgovy_komplex/ (дата звернення: 27.04.2024).

61. Будівництво парковок та площадок – Надання послуг в Одесі. Flagma : веб-сайт. URL: <https://flagma.ua/stroitelstvo-parkovok-i-ploshchadok-o7578335.html> (дата звернення: 26.03.2024).

62. Орієнтовні розцінки на ландшафтні роботи. Компанія «Твій сад» : веб-сайт. URL: <https://tvoysad.com.ua/price/pricelandscape.htm> (дата звернення: 27.04.2024).

63. Каталог. Baufest : веб-сайт. URL: <https://www.baufest.ua/catalog/> (дата звернення 28.04.2024).

64. Prom – найбільший маркетплейс України. Prom.ua: веб-сайт. URL: <https://prom.ua/> (дата звернення 27.04.2024).

65. AUTO.RIA – Автобазар №1, купити і продати перевірені авто легко!: веб-сайт. URL: <https://auto.ria.com/> (дата звернення: 27.04.2024).

66. Веб-студія «iFish» : веб-сайт. URL: <https://ifish.com.ua/ua/> (дата звернення 25.04.2024).

67. Єдиний соціальний внесок (ЄСВ). Мінфін : веб-сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/social/> (дата звернення: 28.04.2024).

68. Охорона масових заходів і концертів. Охоронна компанія «Тор Безпека» : веб-сайт. URL: <https://tor-safety.com/fizichna-ohorona/ohorona-masovih-zahodiv/> (дата звернення: 28.04.2024).

69. Про затвердження фіксованих відсотків при визначенні ставок орендної плати за земельні ділянки в м. Одесі : Рішення Одеської міської ради від 20.09.2011 р. № №1267-VI. Дата оновлення: 08.02.2017. URL: <https://omr.gov.ua/ua/acts/council/37110/> (дата звернення: 01.05.2024).

70. Кредит на розвиток бізнесу. Credit Agricole Bank : веб-сайт. URL: <https://credit-agricole.ua/biznesu/kredytuvannya/kredit-na-rozvitok-biznesu> (дата звернення: 26.04.2024).

71. Проектний аналіз : навч. посіб. / В. А. Карпов та ін.; під заг. ред. В. А. Карпов. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2019. 324 с.

72. Захарченко Н. В. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : навч. посіб. Одеса : ОНЕУ, 2022. 197 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Розрахунок витрат на обслуговування кредиту

Місяць	Розмір кредиту, млн грн.	Погашення тіла кредиту, млн грн	Сплата відсотків, млн грн	Загальний платіж, млн грн	Залишок основного боргу, млн грн
1	120,0	0,0	2,0	2,0	120,0
2	120,0	0,0	2,0	2,0	120,0
3	120,0	0,0	2,0	2,0	120,0
4	120,0	12,0	2,0	14,0	108,0
5	108,0	6,0	1,8	7,8	102,0
6	102,0	6,0	1,7	7,7	96,0
7	96,0	0,0	1,6	1,6	96,0
8	96,0	12,0	1,6	13,6	84,0
9	84,0	12,0	1,4	13,4	72,0
10	72,0	12,0	1,2	13,2	60,0
11	60,0	12,0	1,0	13,0	48,0
12	48,0	12,0	0,8	12,8	36,0
13	36,0	12,0	0,6	12,6	24,0
14	24,0	12,0	0,4	12,4	12,0
15	12,0	12,0	0,2	12,2	0,0
Всього	0,0	120,0	20,3	140,3	-

Додаток Б

Розрахунок амортизаційних відрахувань

Основні засоби	Вартість, тис. грн	Кількість, од.	Сума, тис.	Термін служби, роки	Сума АВ, тис. грн	
					За місяць	За рік
Будівля виставкового павільйону	518700,0	4	2074800,0	20	7348,25	88179,0
Будівля першого торгового павільйону	311200,0	1	311200,0	20	1102,1	13225,2
Будівля другого торгового павільйону	155600,0	1	155600,0	20	551,08	6612,96
Активний акустичний комплект лінійного масиву Park Audio	780,0	8	6240,0	5	93,6	1123,2
Електрогенератор 200 кВт	855,0	6	5130,0	5	76,95	923,4
Внутрішня підмітальна машина Karcher КМ	803,7	6	4822,2	5	72,33	867,96
Цифровий мікшерний пульти Yamaha Rivage PM7	3982,0	1	3982,0	5	59,73	716,76
Вилочний навантажувач Toyota	660,0	6	3960	5	59,4	712,8
Світлодіодна рухома голова Free Color	28,0	120	3360	5	50,4	604,8
Автомобіль Mercedes-Benz Sprinter 2018	1256,6	2	2513,2	5	37,7	452,4
Комплект конструкцій для монтажу обладнання	2000,0	1	2000,0	5	33,33	399,96
Вулична прибиральна машина DAF LF	1060,2	2	2120,4	5	31,8	381,6
Резервуар для зберігання води 50000 л	270,0	6	1620,0	5	24,3	291,6
Металодетектор арочний	235,0	5	1175,0	5	17,62	211,44
Турнікед-трипод	56,8	16	908,8	5	13,63	163,56
DMX-контролер Chamsys MagicQ	670,8	1	670,8	5	10,06	120,72
Виставковий стенд стандартний	28,0	20	560,0	5	8,4	100,8
Монітор сценічний DB FMX15	32,0	15	480,0	5	7,2	86,4
IP відеореєстратор	66,45	5	332,25	5	4,98	59,76
Радіосистема Shure ULXD2	55,2	6	331,2	5	4,97	59,64
Снігоприбиральна машина AL-KO SnowLine	82,5	4	330,0	5	4,95	59,4
Прилад приймально-контрольний	55,0	6	330,0	5	4,95	59,4
Генератор важкого диму LF-01	52,6	4	210,4	5	3,16	37,92
Стійка ресепшн	40,0	4	160,0	5	2,4	28,8
Модульний пост охорони	72,0	2	144,0	5	2,16	25,92
Блок мовного сповіщення	23,1	6	138,6	5	2,08	24,96
Ігрова консоль PlayStation 5 Slim Digital Edition	26,6	5	133,0	5	1,99	23,88
Генератор іскор Free Color Spark	31,5	4	126,0	5	1,89	22,68
Шлагбаум	42,0	2	84,0	5	1,26	15,12
DJ стіл складний	24,0	2	48,0	5	0,72	8,64
Програмне забезпечення BAS Бухгалтерія КОРП	44,4	1	44,4	5	0,66	7,92
Стіл більярдний	20,0	2	40,0	5	0,6	7,2
Усього	-	-	2583594,25	-	9634,65	115615,8

Додаток В

Орієнтовний графік проведення запланованих масових заходів

	Самостійна організація	Тематика	Тиждень												
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
I квартал	+	Розваги			+		5	6	7	8					
		Здоров'я					+								
		Косметика та косметологія					+								
		Нерухомість та архітектура						+							
	+	Туризм							+						
		Енергетика								+					
		Будівництво										+			
	+	Сільське господарство											+		
		Легка промисловість												+	
		Невиставковий захід	+	2+	2+		+		+		+				+
			14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
II квартал		Спорт та відпочинок	+												
		Готелі та ресторани		+											
		Екологія та управління відходами			+										
	+	Машинобудування				+									
		Одяг та аксесуари						+							
	+	Медицина та фармацевтика								+					
		Пакування і тара										+			
	+	ІТ та електронна комерція												+	
		Невиставковий захід		+		+	+	+	+	+	+	3+	3+	3+	3+
			27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
III квартал		Ліс та деревообробка	+												
	+	Безпека та захист			+										
		Освіта і кар'єра					+								
		Батьки та діти							+						
	+	Транспорт і логістика								+					
	+	Електроніка та електротехніка										+			
		Наука та інновації												+	
		Поліграфія													+
		Невиставковий захід	3+	3+	3+	3+	3+	2+	2+	+	+		+		
			40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
IV квартал	+	Продукти харчування	+												
		Ігрова індустрія		+											
		Новорічний декор			+										
		Дім та офіс				+									
	+	Металургія						+							
		Сувеніри										+			
		Мистецтво й ремесла										+			
	+	Ювелірна справа										+			
		Невиставковий захід	+		+		+		+			3+	3+	3+	3+