

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

(підпис)

_____ 202__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 076 «Підприємство, торгівля та біржова діяльність»

за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ВІДКРИТТЯ
ДИТЯЧОГО РОЗВАЖАЛЬНОГО ЦЕНТРУ»**

Виконавець:

студентка ЦЗВФН

Кришмар Ольга Олександрівна _____

Науковий керівник:

д.е.н., професор

Андрейченко Андрій Вадимович _____

АНОТАЦІЯ

Кришмар О. О. «Економічне обґрунтування відкриття дитячого розважального центру».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу». Одеський національний економічний університет. Одеса, 2024.

У роботі розглядаються теоретичні засади функціонування бізнесу в сфері розваг: досліджено особливості надання послуг в сфері розваг в сучасних умовах, визначено організаційно–правова форма та система оподаткування дитячого розважального центру, з'ясовано нормативно–правове регулювання діяльності розважального центру. Проаналізовано економічну доцільність відкриття дитячого розважального центру: проаналізовано ринок послуг в сфері розваг в Україні, проаналізовано конкурентне середовище та сегментація ринку розваг, проведено планування витрат для відкриття дитячого розважального центру.

Проведено оцінку ефективності реалізації проекту відкриття дитячого розважального центру : розраховано та проаналізовано показники ефективності проекту відкриття дитячого розважального центру, проаналізовано можливі ризики та планування заходів щодо їх запобігання.

Ключові слова: сфера розваг, ринок послуг у сфері розваг, дитячий розважальний центр, витрати, аналіз, ефективність, ризик.

ANNOTATION

Kryshmar O. O. «Economic rationale for opening a children's entertainment center».

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activity" under the educational program "Economics and business planning." Odesa National Economic University. Odesa, 2024.

The work examines the theoretical principles of the functioning of business in the field of entertainment: the peculiarities of providing services in the field of entertainment in modern conditions are investigated, the organizational and legal form and taxation system of a children's entertainment center are determined, and the regulatory and legal regulation of the activity of an entertainment center is clarified. The economic feasibility of opening a children's entertainment center was analyzed: the market of entertainment services in Ukraine was analyzed, the competitive environment and the segmentation of the entertainment market were analyzed, and cost planning for the opening of a children's entertainment center was carried out.

An evaluation of the effectiveness of the project of opening a children's entertainment center was carried out: the indicators of the effectiveness of the project of opening a children's entertainment center were calculated and analyzed, possible risks were analyzed and measures to prevent them were planned.

Key words: entertainment industry, entertainment services market, children's entertainment center, costs, analysis, efficiency, risk.

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ В СФЕРІ РОЗВАГ	4
1.1. Особливості надання послуг в сфері розваг в сучасних умовах.....	4
1.2. Організаційно–правові форма та система оподаткування дитячого розважального центру	9
1.3. Нормативно–правове регулювання діяльності розважального центру.....	15
Висновки до Розділу 1	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ДИТЯЧОГО РОЗВАЖАЛЬНОГО ЦЕНТРУ	21
2.1. Аналіз ринку послуг в сфері розваг в Україні	21
2.2. Аналіз конкурентного середовища та сегментація ринку	29
2.3. Планування витрат для відкриття дитячого розважального центру	34
Висновок до Розділу 2	41
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ВІДКРИТТЯ ДИТЯЧОГО РОЗВАЖАЛЬНОГО ЦЕНТРУ	42
3.1. Розрахунок та аналіз показників ефективності проекту відкриття дитячого розважального центру	42
3.2. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання	49
Висновки до Розділу 3	55
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59

ВСТУП

Актуальність теми. Війна в Україні мала негативний вплив на свідомість та психологічний стан громадян, особливо страждає психіка дітей, адже вони більш гостро сприймають переїзд до іншого місця проживання, іншого навчального закладу, втрату друзів, які залишились у минулому.

В умовах війни діти потребують окрім посиленої турботи та харчування також і розваг. Адже, розваги відволікають від неприємних спогадів та нинішніх реалій. Спілкування з іншими дітьми, навіть до цього незнайомими, дозволяє емоційно перезавантажитись, тобто соціалізуватись у іншому середовищі, що створить відчуття емоційної опори та повернення до звичного життя. Так, наприклад у Гайсинській громаді Вінницької області більше чотирьох тисяч внутрішньо переміщених осіб, з яких 303 дитини. У зазначеній громаді з розваг є спортивні майданчики, кінотеатр, музей, а розважальний центр для дітей відсутній. Тому, вважаємо, що відкриття дитячого розважального центру є необхідним та актуальним для даної громади.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичні, методичні та прикладні аспекти економічного обґрунтування відкриття дитячого розважального центру.

Досягнення поставленої мети дослідження вимагає виконання наступних **завдань**:

- дослідити особливості послуг в сфері розваг в сучасних умовах;
- визначити організаційно–правові форма та система оподаткування дитячого розважального центру;
- з’ясувати нормативно–правове регулювання діяльності розважального центру;
- проаналізувати ринок послуг в сфері розваг в Україні;
- проаналізувати конкурентне середовище та сегментацію ринку;
- провести планування витрат для відкриття дитячого розважального центру;

- розрахувати та проаналізувати показники ефективності проекту відкриття дитячого розважального центру;
- проаналізувати можливі ризики та запланувати заходи щодо їх запобігання.

Об’єкт дослідження – процес економічного обґрунтування доцільності відкриття дитячого розважального центру.

Предмет дослідження – економічне обґрунтування відкриття дитячого розважального центру.

Методи дослідження. Для вирішення завдань використано наступні методи: для дослідження теоретичних засад функціонування бізнесу у сфері розваг використано методи аналогії, формалізації, системного аналізу; при аналізі економічної доцільності відкриття дитячого розважального центру використано методи логічно абстракції(аналізу та синтезу) та економіко – статичного аналізу(табличний, графічний та метод групування); для оцінки ефективності реалізації проєкту відкриття дитячого розважального центру використано економіко –математичні та статистичні методи.

Інформаційна база дослідження складається з нормативно –правових актів з регулювання сфери розваг та відкриття бізнесу, наукові публікації та монографічні видання українських і зарубіжних учених з предмету дослідження, матеріали досліджень Асоціації ритейлерів України, звіти Гайсинської територіальної громади та аналітичні матеріали Imarсgroup, PwC, Statista.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра включає вступ, три розділи, висновки до розділів, загальні висновки, список використаних джерел (48 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 65 сторінок. Основний зміст викладено на 58 сторінках. Робота містить 21 таблицю, 3 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ В СФЕРІ РОЗВАГ

1.1. Особливості надання послуг в сфері розваг в сучасних умовах

В останні роки зростає попит на безпечні розважальні заклади для дітей, де вони можуть займатися фізичною активністю та спілкуватися з однолітками. Батьки дедалі свідоміше ставляться до надання своїм дітям значних вражень, сприяють навчанню, творчості та фізичної підготовки. Дитячі розважальні центри відповідають цим вимогам, пропонуючи широкий спектр заходів та атракціонів під одним дахом.

Більше того, досягнення в галузі технологій покращують загальний досвід, який надають ці центри. Ігри віртуальної та доповненої реальності, інтерактивні експонати та цифрові модулі інтегруються до дитячих розважальних центрів, забезпечуючи унікальний досвід занурення.

Дитячі розважальні центри – це невеликі парки розваг або зони розваг, які включають різні місця відпочинку та ігри для обслуговування кількох місцевих спільнот. Вони часто пов'язані з більшими операційними центрами, включаючи тематичні парки, і орієнтовані на сім'ї та підлітків. Дитячі розважальні центри пропонують широкий спектр розваг, таких як захоплюючі атракціони, класичні розважальні центри, аркади, системи критих ігрових майданчиків, м'які ігрові майданчики та ігри на автоматах на основі навичок. Ці захоплюючі заходи розвивають соціальні навички дітей, надають їм можливість спілкуватися, забезпечують активне навчання, заохочують творчість за рахунок розвитку уяви та забезпечують оптимальну безпеку зниження ризику травматизму. Завдяки цим властивостям дитячі розважальні центри використовуються для залучення сімей та проведення приватних урочистостей, таких як дні народження, корпоративні заходи та відзначення особистих досягнень.

Обсяг світового ринку дитячих розважальних центрів у 2023 році сягнув 12,1 мільярда доларів США(рис.1.1) проти 11,5 млрд. дол.. США у 2022 році. Заглядаючи у майбутнє, IMARC Group очікує, що ринок досягне 22,5 мільярда доларів США до 2032 року, продемонструвавши темпи зростання (CAGR) у 6,94% протягом 2024–2032 років [42].

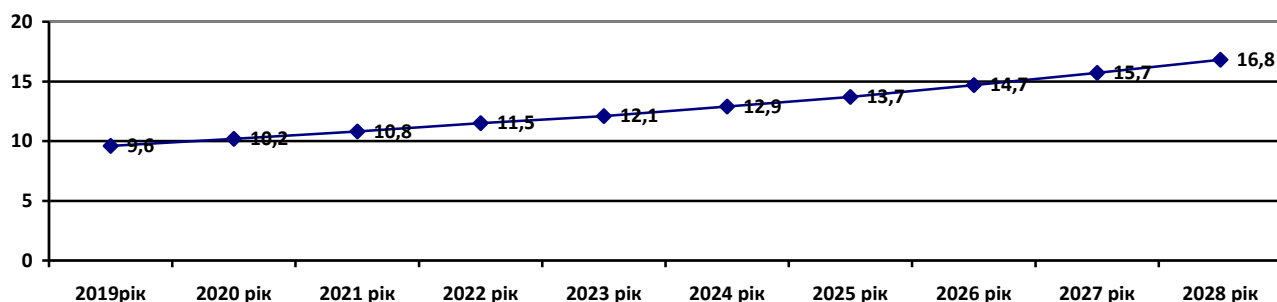


Рис.1.1. Динаміка світового ринку дитячих розваг за 2019–2023 роки і прогноз до 2028 року, млрд..дол.США

Джерело: [44]

Ринок дитячих розваг стрімко зростає у глобальному масштабі. Зростаюча популярність класичних розважальних центрів, ігрових залів, критих ігрових майданчиків, захоплюючих атракціонів, м'яких ігрових майданчиків, ігрових автоматів, що базуються на навичках, тощо, стимулює розвиток світового ринку дитячих розваг. Більш того, зростання популярності дитячих розважальних центрів, що використовуються для залучення сімей та проведення приватних урочистостей, включаючи корпоративні заходи, дні народження та святкування особистих досягнень, також стимулює зростання ринку. Крім того, зростаюча інтеграція компаній, що займаються мерчандайзингом та виробництвом продуктів харчування та напоїв (F&B), з дитячими розважальними центрами, що пропонують різні продукти, виступає ще одним важливим фактором, який стимулює зростання.

Очікується, що середньорічне зростання світового ринку дитячих розважальних центрів становитиме 6,94% протягом 2024–2032 років [45].

Виходячи з демографії відвідувачів, світовий ринок дитячих розважальних центрів поділений на сім'ї з дітьми (0–9 років), сім'ї з дітьми (9–12 років), підлітків (12–18 років), молодь (18–24 роки) та дорослих (вік 24+). Нині підлітки (12–18 років) займають більшу частину загальної частки ринку (рис.1.2) завдяки високій схильності підлітків до відеоігор та численним новим іграм у приміщенні та на відкритому повітрі, а також різним категоріям, що пропонується дитячими розважальними центрами.

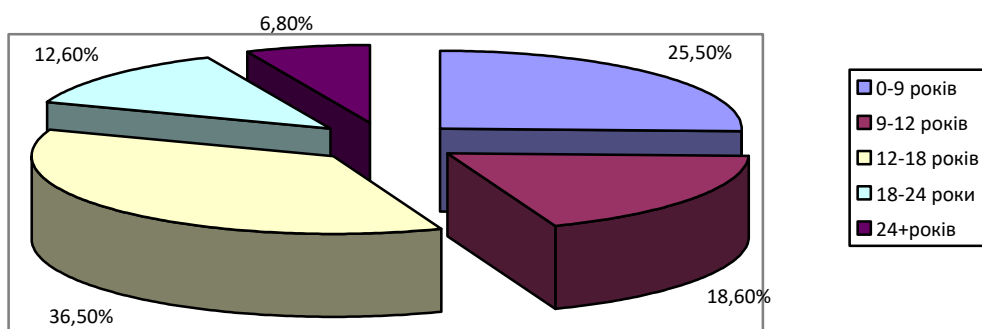


Рис.1.2. Світова демографічна структура відвідувачів центрів розваг у 2023 році, %

Джерело: [47]

Досить значну частку серед відвідувачів дитячих розважальних центрів займають і діти вік 0 до 9 років, загалом 25,5%.

Залежно від сфери діяльності світовий ринок дитячих розважальних центрів можна поділити на аркадні студії, ігрові зони AR(доповнена реальність цифровими об'єктами) та VR(віртуальна реальність), фізичні ігри, ігри на спритність/змагання та інші. Серед них найбільшу частку ринку займають аркадні студії.

Постійна поява різних сімейних розважальних центрів у великих містах і зростаюча схильність молоді до парків розваг для рекреаційних цілей насамперед є рушійною силою зростання ринку. На це додатково впливають швидка урбанізація, зростаючі доходи і доступність різних ігрових можливостей для відвідувачів. Відповідно до цього, зростанню ринку сприяє інтеграція компаній, що займаються мерчандайзингом та виробництвом

продуктів харчування та напоїв (F&B), з дитячими розважальними центрами, які пропонують різноманітний асортимент продуктів харчування, виступаючи як основні джерела отримання доходу. Крім того, зростанню ринку сприяють поява ігрових можливостей віртуальної/штучної реальності (VR/AR) у парках розваг та впровадження тривимірних технологій та консолей, що дозволяють гравцям з ефектом занурення. Крім того, зростаючий обсяг організації персональних заходів у дитячих розважальних центрах та широке впровадження різноманітних маркетингових тактик, таких як бонуси, подарункові картки та знижки на дні народження, створюють позитивний прогноз для ринку.

Однак ринок дитячих розважальних центрів також стикається з проблемами. Зростаюча конкуренція з боку онлайн-ігор та платформ цифрових розваг є загрозою для зростання ринку. Крім того, пандемія COVID-19 мала значний вплив на ринок, змусивши багато центрів тимчасово закритися або працювати відповідно до суворих рекомендацій [42].

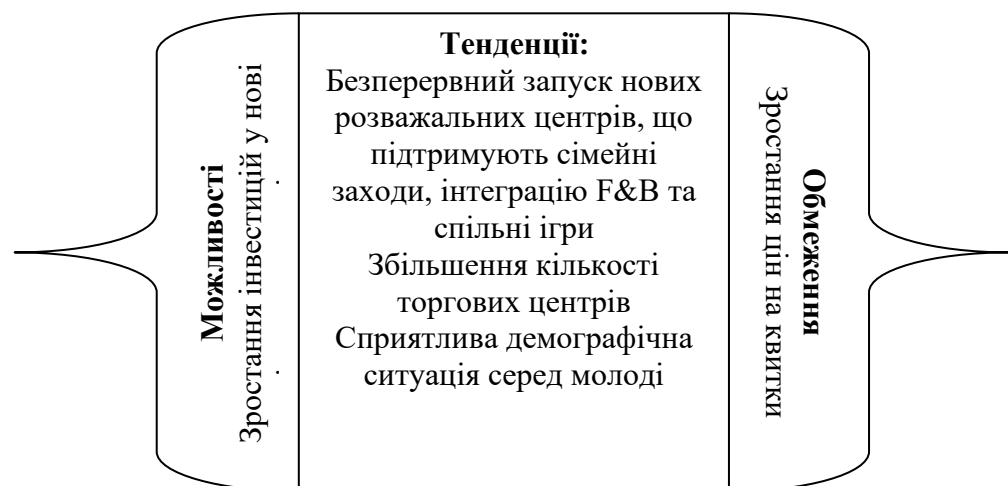


Рис.1.3.Сучасні умови розвитку центрів розваг

Джерело: [42]

Очікується, що на ринку дитячих розважальних центрів спостерігатиметься помітне зростання завдяки постійному запуску нових розважальних центрів, які підтримують сімейні заходи, інтеграцію F&B та спільні ігри, збільшення кількості торгових центрів та сприятливу

демографічну ситуацію серед молоді. Більше того, очікується, що різке зростання інвестицій у нові ігри та атракціони надасть прибуткову можливість для зростання ринку протягом прогнозованого періоду. Навпаки, зростання цін на квитки обмежує зростання ринку дитячих розважальних центрів.

Що стосується джерел доходу, то на сегмент вхідних зборів та цін на квитки припадало понад третину частки світового ринку дитячих розважальних центрів у 2023 році, і очікується, що до 2032 року він домінуватиме завдяки впровадженню стратегій динамічного ціноутворення, за яких вартість квитків варіюється в залежності від таких факторів, як година пік, спеціальні заходи чи коливання попиту. Тим не менш, сегмент мерчендайзингу також продемонструє найшвидший середньорічний дохід 12,3% протягом прогнозованого періоду завдяки інтеграції ексклюзивних та тематичних товарів, безпосередньо пов'язаних з атракціонами чи персонажами центру [43]. Цей асортимент товарів не обмежується звичайними товарами, але поширюється на унікальні колекційні товари, включаючи іграшки, одяг та аксесуари, випущені обмеженим тиражем, пов'язані з конкретними подіями або сюжетними лініями в розважальному центрі.

Споживачі все частіше шукають унікальні враження, що запам'ятовуються, і закриті розважальні центри пропонують широкий спектр заходів і атракціонів, які можуть задовольнити цей попит. Крім того, оскільки наявний дохід у багатьох країнах продовжує зростати, все більше сімей можуть витратити гроші на розважальні заходи, включаючи відвідування критих розважальних центрів. Крім того, інтеграція технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, у криті розважальні центри приваблює все більше клієнтів та надає нові захоплюючі враження. Крім того, через щільний графік та обмежений вільний час багато людей шукають зручні та доступні варіанти розваг, якими можна насолодитися з сім'єю та друзями. Криті розважальні центри можуть стати універсальним магазином щодо різноманітних заходів, що робить їх привабливим варіантом для зайнятих споживачів [45].

Таким чином, зростання попиту на унікальні розваги стимулює зростання ринку сімейних / закритих розважальних центрів. Загалом, незважаючи на проблеми, очікується, що ринок дитячих розважальних центрів продовжуватиме зростати, оскільки він задовольняє попит на безпечні та захоплюючі варіанти розваг для дітей та сімей. Здатність галузі адаптуватися до мінливих споживчих уподобань та впроваджувати інноваційні технологічні досягнення відіграє вирішальну роль у її майбутньому успіху.

1.2. Організаційно–правові форма та система оподаткування дитячого розважального центру

Пропонується при створенні дитячого розважального центру використати організаційно – правову форму – фізична особа – підприємець 3 група, спрощена система оподаткування, неплательник ПДВ.

Розглянемо дані умови більш детально.

3 група єдиного податку відрізняється від інших варіантів податку наступним:

- з єдиного податку груп 1 і 2 – сума податку для групи 3 прямо залежить від отриманого доходу, а не є фіксованою, як у групах 1 і 2. В результаті, чим більший дохід, тим вище податок обов'язковий до сплати. ФОП групи 3 має більше дозволених видів діяльності порівняно з групами 1 і 2. Крім того, група 3 можлива для юридичних осіб, а групи 1 і 2 – тільки для фізичних осіб;

- на відміну від загальної системи оподаткування, у даному випадку податок сплачується з доходу а не з прибутку (на загальній системі податок утримується з чистого оподаткованого доходу, який є різницею між доходом і дозволеними витратами ФОП). Це означає, що сума витрат не впливає на суму оплаченого податку фізичною особою підприємцем, який зареєстрований на 3 – й групі. Таке ФОП 3 групи звільнений від земельного податку, і може бути

неплатником ПДВ, наавіть при доході більше 1 млн грн (на загальній системі при перевищенні 1 млн грн, повинні стати платником ПДВ).

Діючі у 2024 році умови групи 3 єдиного податку викладені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Загальні критерії спрощеного оподаткування ФОП 3 групи у 2024 році

Критерій	Умови
ставка ЄП	5% доходу – для неплатників ПДВ; 15% – для фізосіб при порушенні умов спрощеної системи;
максимальний обсяг доходу за рік	8 285 700 грн (1167 мінімальних зарплат на 01.01.2024р.)
реєстрація платником ПДВ	якщо ставка ЄП 5% – можна залишатися неплатником ПДВ навіть при обсягу доходів ≥ 1 млн грн
мінімальний ЄСВ «за себе»	22% від мінімальної зарплати: січень–березень 2024 = 1562 грн ($= 7100 \times 0,22$); квітень–грудень 2024 – 1760 грн ($= 8000 \times 0,22$)
кількість персоналу	Не обмежена
способи розрахунків	Тільки грошова форма (п. 291.6 ПК)
дозволена сфера діяльності	усі види діяльності, крім заборонених у п. 291.5 ПК
періодичність сплати податку	раз на квартал впродовж 10 к. днів після закінчення терміну декларування (останній день сплати – 50-й день після закінчення звітного кварталу)
Подання декларації з єдиного податку	раз у квартал впродовж 40 к. днів після закінчення звітного кварталу – декларується ЄП та ЄСВ
РРО/пРРО	обов'язок застосування РРО/пРРО для ФОП є за всіма розрахунковими операціями*
земельний податок	звільняються, якщо земельна ділянка використовується для ведення господарської діяльності
інші податки	податок на доходи нерезидентів (15%, якщо немає міждержавного договору); ПДФО та військовий збір (ВЗ) як податкового агента при оплаті фізичним особам, зокрема, найманим працівникам та фізичним особам за цивільно–правовими договорами; екологічний податок – як для всіх; податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, – на загальних підставах; транспортний податок – як для всіх; земельний податок – якщо земельна ділянка набувається у власність або у постійне користування та передається в оренду така ділянка або нерухоме майно, що на ній розташоване.

* на період воєнного стану не скасовано обов'язкове використання РРО/пРРО для підрозділів ФОП та відновлено штрафи за невикористання РРО/пРРО з 01.10.2023. Єдина група ЕП, яка може працювати без РРО /пРРО це група 1

Джерело: сформовано на основі [23; 26]

Порушення, які зобов'язують платника ЄП групи 3 здійснити примусовий перехід зі спрощеної системи на загальну, визначено п.п.298.2.3 ПК [23]. Вони включають:

- у разі перевищення граничного розміру доходу протягом календарного року – зазначається 1167 розмірів мінімальної заробітної плати на 1 січня відповідного року (2024 рік – 8 285 700 грн. [24]).
- інші розрахунки оргрім грошової форми;
- у разі провадження діяльності, яка не дає права на застосування спрощеної системи оподаткування (тобто визначеної п. 291.5 ПК [23]);
- у разі провадження видів діяльності за незареєстрованим КВЕД;
- при наявності податкового боргу у сумі 180 неоподаткованих мінімальних доходів громадян з двох кварталів підряд (пп. «8» пп. 298.2.3 ПК, абз. 3 п. 59.1 ПК [23]). Зазначений показник є граничним у разі ненадіслання (не вручення) податкової вимоги та не вжиття заходів щодо погашення (стягнення) податкового боргу.

Якщо платник самостійно не перейшов на загальну систему, то примусове зняття з обліку платника єдиного податку ЄП 3 групи відбудеться на підставі акта перевірки з 1 числа місяця, наступного за квартал, у якому вчинено порушення.

Типова форма може зберігатися на папері та/або в електронному вигляді. У разі вибору паперової форми записи повинні бути зроблені розбірливо кульковою ручкою темного кольору. Його можна зберігати в електронному вигляді в електронних таблицях Excel. При цьому платник податків зобов'язаний зберігати таку форму у файлі з розширенням «.xls» або «.xlsx», крім випадків ведення обліку засобами електронного кабінету. Проте ця функція електронного кабінету досі не реалізована.

Дохід визнається на дату надходження коштів, тому отримання авансу вже вважається доходом.

Для платників єдиного податку – ФОП п. 292.10 ПКУ [23] суми податків та зборів, утримані (нараховані) платником єдиного податку під час виконання

ним функцій податкового агента, а також суми ПДВ, не є доходом. До доходу платників єдиного податку не включаються отримані ними пасивні доходи:

- проценти;
- дивіденди;
- роялті;
- страхові виплати та компенсації.

Також не визнаються доходами фізичної особи підприємця – платника єдиного податку 3 групи:

суми, одержані від продажу рухомого та нерухомого майна, що належить фізичній особі та використовується у її господарській діяльності (стосується лише майна, яке потребує реєстрації, п. 292.1 ПКУ [23]). Причина – у ФОП відсутній окремий облік рухомого та нерухомого майна. Вона доступна лише звичайній фізичній або юридичній особі. Отже, ФОП продає, наприклад, автомобіль не як ФОП, а як звичайна фізична особа. Навіть якщо він використовується в підприємницькій діяльності;

- бюджетна дотація (п. 292.1 ПКУ [23]);
- суму повернення допомоги, якщо її було повернуто протягом 12 місяців та суму кредитів (п.п. «3» п. 292.11 ПКУ [23]);
- грошові суми, отримані при поверненні товару, розірванні договору (п.п. "5" п. 292.11 ПКУ [23]).

При цьому поповнення рахунку вважається доходом платника єдиного податку фізичної особи – підприємця.

Проте. поповнення рахунку підприємства включається до своїх доходів самим ФОПом. На цьому наполягає Державна податкова служба України під час перевірок.

Крім грошових доходів можуть бути негрошові доходи:

- безоплатно отримані товари, роботи, послуги (для оцінки використовуються звичайні ціни). Умовою є наявність договору дарування в письмовій формі (п. 292.3 ПКУ [23]).

Наприклад, якщо ФОП отримав майно в подарунок, але за усною домовленістю, то в декларації про майновий стан і доходи він має визнати такі доходи як звичайна фізична особа, а не як платник єдиного податку. Датою визнання такого доходу є дата акта приймання–передачі;

- прощення кредиторської заборгованості до закінчення строку позовної давності. При цьому товари, роботи, послуги вважаються безоплатно отриманими. Датою визнання такого доходу є дата списання такої кредиторської заборгованості;

- скасування кредиторської заборгованості, за якою минув строк позовної давності, платнику податку 3 групи за ставкою 3 % (п. 292.6 ПКУ [23]). Датою визнання такого доходу є дата погашення заборгованості.

З 2022 року всі ФОП 3 та 2 групи мають користуватися ПРО (або програмним ПРО, рПРО) незалежно від розміру доходу (навіть під час воєнного стану). За період дії воєнного стану до 1 жовтня 2023 року штрафів за незастосування ПРО не було. Однак з 01 жовтня 2023 року штрафи за незастосування ПРО/пПРО були поновлені [26].

Платники єдиного податку 3 групи сплачують єдиний податок за підвищеною ставкою: ФОП – 15%, юридичні особи – за подвійною ставкою, тобто 6% або 10%, у назі наступних ситуацій:

- перевищення граничного розміру доходу (у 2024 році – 8 285 700 грн.) – на суму перевищення граничного розміру;
- квитанція про отримання доходу з незареєстрованого КВЕДу – для всіх таких доходів;
- застосування забороненого методу розрахунку – до всіх таких доходів;
- отримання доходів від діяльності, забороненої до всіх таких доходів.

Підприємства 3 групи мають квартальний звітний період. Термін подання заяви про перехід на ставку 3% зі ставки 5% або іншу групу – за 10 днів до початку календарного кварталу, відколи застосовуватиметься нова ставка (пп. «б» п. «4», пункт 293.8 ПК [23]).

Індивідуальні підприємці сплачують ЄСВ «за себе» і за найманих працівників. Проте ФОПи 3 групи, як і інші ФОПи, можуть не платити з 1 березня 2022 року до закінчення воєнного стану та 12 місяців після його закінчення. Однак у разі несплати страхового внеску страховий стаж не зараховується (підстава – пп. 919 Прикінцевих і перехідних положень Закону «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 08.07.2010 № 2464–VI [29]). Незалежно від військового статусу пенсіонери, які є пенсіонерами за віком, або особи з інвалідністю, які отримують пенсію або соціальну допомогу, та звільнені від сплати ЄСВ «самотужки».

У таблиці 1.2 показано, як визначається розмір ЄСВ – для 3 групи єдиного податку правила такі ж, як і для всіх інших ФОПів.

Таблиця 1.2

Критерії розрахунку єдиного соціального внеску для ФОП 3 група у 2024 році

Критерії	Розрахунок ЄСВ «за себе»
база розрахунку ЄСВ «за себе»	база ЄСВ визначається ФОП самостійно (як правило, більшість ФОП обирають мінімальну базу ЄСВ)
мінімальний ЄСВ	січень–березень 2024: 1562 грн (= мінімальна зарплата за відповідний місяць $\times 0,22 = 7100 \times 0,22$); квітень–грудень 2024: 1760 грн (= мінімальна зарплата за відповідний місяць $\times 0,22 = 8000 \times 0,22$)
максимальний ЄСВ	січень–березень 2024: 23430 грн (= $15 \times$ мінімальна зарплата за відповідний місяць $\times 0,22 = 15 \times 7100 = 106500$ грн $\times 22\%$); квітень–грудень 2024: 26400 грн (= $15 \times$ мінімальна зарплата за відповідний місяць $\times 0,22 = 15 \times 8000 = 120000$ грн $\times 22\%$)
сплата ЄСВ	раз в квартал, до 20–го числа місяця, що настає за звітним кварталом; або щомісяця у вигляді авансового платежу до 20–го числа кожного місяця поточного кварталу
звітність	раз на рік – через Додаток 1 ЄСВ до Податкової декларації платника єдиного податку ФОП (якщо ЄСВ узагалі не сплачувався, то Додаток 1 заповнювати не потрібно)

Джерело: складено за [23; 26; 29]

Якщо порівнювати третю групу єдиного податку з іншими системами маємо переваги та недоліки, які наведені у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Переваги та недоліки ФОП 3 група

Переваги	Недоліки
1. Можливість самостійного вибору ставки – 3% або 5%. Можливість залишитися неплатником ПДВ до 8 285 700 грн за умови обрання ставки єдиного податку 5%. 2. Звільнення від сплати земельного податку за земельні ділянки, які використовуються для провадження господарської діяльності та не надаються в оренду (оренду, позику)	1. Чим вищий дохід, тим вищий податок (недолік порівняно з групами ЄП 1–2 і 4). 2. Існують обмеження для платників єдиного податку щодо розрахунків: неможливість здійснення бартеру, векселів, взаємозаліку, виплати заробітної плати натурою. 3. Втрата вигоди зі сплати земельного податку, якщо така земельна ділянка або об'єкти нерухомого майна на ній перебувають на умовах оренди/оренди чи позики (пп. «4» п. 297.1 ПКУ). 4. Податок потрібно сплачувати навіть у разі збиткової діяльності, оскільки оподатковується прибуток, а не прибуток (доходи мінус витрати). Якщо бізнес збитковий або збитковий, прибутковішою стає вся система. 5. Встановлено обмеження щодо реалізації підакцизних товарів та інших заборонених видів діяльності (п. 291.5 КУпАП).

Джерело: сформовано за [23]

Єдиний податок 3 групи порівняно із загальною системою більш вигідний, коли бізнес є високорентабельним, тобто коли вигідніше платити з доходу, а не з прибутку. Це стосується як юридичних осіб, так і ФОП.

Отже, пропонується при створенні дитячого розважального центру використати організаційно – правову форму – фізична особа – підприємець 3 група, спрощена система оподаткування, неплатник ПДВ. Так як діяльність розважальних центрів вважається високорентабельним бізнесом, спрощена система оподаткування більш вигідна порівняно з загальною, адже платити податок потрібно з доходу.

1.3. Нормативно–правове регулювання діяльності розважального центру

Нормативно – правове регулювання діяльності розважального центру складає значний перелік законодавчих документів, зокрема: Конституція

України, Кодекси Податковий, Цивільний, Господарський, Закони України, постанови Кабінету Міністрів України, накази міністерств, Державні стандарти, розпорядження місцевих органів влади, тощо.

Перелік основних документів, які регулюють діяльність розважального центру наведено в табл..1.4.

Таблиця 1.4

Нормативно – правове регулювання діяльності розважального центру

	Нормативний документ	Загальні положення
1	2	3
	Конституція України[13]	Основний нормативно –правовий акт, що гарантує права, свободи, обов’язки громадянина, вибори, референдум, Верховної ради, Президента, правосуддя, територіальний устрій України
Кодекси	Господарський кодекс України [7]	Встановлює правові основи господарської діяльності
	Податковий кодекс України [23]	Регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів
Закони України	Про Державний бюджет України на 2024 рік [24]	Встановлюються доходи та розподіл видатків Державного бюджету, мінімальна заробітна плата, прожитковий мінімум
	Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб — підприємців та громадських формувань [25]	Регулює відносини, що виникають у сфері державної реєстрації юридичних осіб, їх символіки (у випадках, передбачених законом), громадських формувань, які не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб – підприємців.
	Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг [26]	Визначає правові основи застосування реєстраторів розрахункових операцій та програмних реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг.
	Про захист прав споживачів [28]	Регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та суб'єктами господарювання незалежно від форм власності, які виробляють, реалізують товари чи продукти харчування, виконують роботи чи надають послуги, встановлює права споживачів, а також визначає механізми їх захисту та основи реалізації державної політики України у сфері захисту прав споживачів.
	Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування [29]	Визначає правові та організаційні засади забезпечення збору та обліку єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, умови і порядок його нарахування і сплати, повноваження органу, що здійснює його збір та облік.

Продовження таблиці 1.4

	2	3
	Про культуру [30]	Визначає правові основи діяльності у сфері культури, регулює суспільні відносини, пов'язані зі створенням, використанням, розповсюдженням, збереженням культурної спадщини та культурних цінностей, та спрямована на забезпечення доступу до них.
Закони України	Про місцеве самоврядування в Україні [31]	Визначає систему та гарантії місцевого самоврядування в Україні, принципи організації та діяльності, правовий статус і відповідальність органів і посадових осіб місцевого самоврядування.
	Про перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності [32]	Визначає перелік документів дозвільного характеру
	Про систему громадського здоров'я [33]	Встановлює правові та організаційні основи здійснення державного нагляду (контролю) у сферах господарської діяльності, які можуть становити загрозу санітарно-епідемічному благополуччю населення.
Наказ МВС	Правила пожежної безпеки в Україні [27]	Встановлює загальні вимоги пожежної безпеки будівель, споруд різного призначення та прилеглих до них територій, іншого нерухомого майна, обладнання та обладнання, що використовується.
Наказ ДССТ	Класифікація видів економічної діяльності [12]	Визначення та кодування основних та другорядних видів економічної діяльності суб'єктів господарювання

У ст. 43 Конституції України кожен має право на працю, що включає можливість заробляти собі на життя працею, яку він вільно обирає або на яку вільно погоджується, кожен має право на належні, безпечні і здорові умови праці, на заробітна плата не нижча від визначеної законом, держава створює умови для повної зайнятості працездатного населення, рівні можливості громадян у виборі професії та роду праці [13].

Господарський кодекс України спрямований на забезпечення зростання ділової активності суб'єктів господарювання, розвитку підприємництва і на цій основі підвищення ефективності суспільного виробництва, його соціальної спрямованості відповідно до вимог Конституції України, встановлюючи

соціально–економічний порядок в економічній системі України, сприяння її гармонізації з іншими економічними системами власності [7].

Податковий кодекс України регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема визначає вичерпний перелік податків і зборів, що справляються в Україні, та порядок їх справляння, платників податків і зборів, їх права та обов'язки, а також відповідальність за порушення податкового законодавства [23].

Статтею 8 Податкового кодексу України [23] встановлено, що в Україні встановлюються загальнодержавні та місцеві податки і збори. До державних податків і зборів належать податки та збори, встановлені Податковим кодексом та є обов'язковими до сплати на всій території України, крім випадків, передбачених Податковим кодексом. До місцевих податків і зборів належать податки і збори, які встановлюються відповідно до переліку та в межах ставок, визначених Кодексом і є обов'язковими до сплати на території України до відповідних територіальних громад.

Закон [26] визначає правові основи застосування реєстраторів розрахункових операцій та програмних реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг.

Закон [29] визначає правові та організаційні засади забезпечення збору та обліку єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, умови та порядок його нарахування і сплати, повноваження органу, що здійснює його збір та облік.

Територіальні громади можуть затверджувати відповідні положення про порядок надання послуг у сфері відпочинку та розваг на своїй території [31].

Основним призначенням КВЕД є визначення та кодування основних та другорядних видів економічної діяльності юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб, фізичних осіб–підприємців.

Як основний вид діяльності за КВЕД [12] для дитячого розважального центру пропонується 93.29 «Організування інших видів відпочинку та розваг» та інші додаткові види діяльності, для ведення діяльності за зазначеними

КВЕД ліцензія не потрібна. В табл.1.5 наведено обґрунтування вибору КВЕД для дитячого розважального центру.

Таблиця 1.5

Обґрунтування вибору КВЕД для дитячого розважального центру

КВЕД	Опис
1	2
Основний:	
93.29 Організація інших видів відпочинку та розваг	– діяльність, пов'язана з організацією відпочинку та розваг (крім парків розваг і тематичних парків), н. є.: – експлуатація гральних автоматів – прокат обладнання для дозвілля та відпочинку як складової розважальних комплексів – ярмарки та шоу, пов'язані з відпочинком
Інші:	
88.91 Денний догляд за дітьми	діяльність з денного догляду за дітьми, у тому числі_ денний догляд за дітьми-інвалідами
85.60 Допоміжна діяльність у сфері освіти	Допоміжні освітні послуги: надання не навчальних послуг, які підтримують освітній процес або системи
96.06 Надання інших індивідуальних послуг	концесійна експлуатація автоматів (фотоавтоматів, апаратів для зважування, камер схову тощо) а також відео зйомка для побутових та особистих потреб замовників, яка здійснюється особами-любителями
47.90 Роздрібна торгівля поза магазинами	– роздрібна торгівля будь-якими товарами, що не включені до попередніх класів: – через торговельні автомати тощо – діяльність позамагазинних аукціонів (роздрібна торгівля, крім продажу через Інтернет) Цей клас також включає: – роздрібна торгівля напоями (включаючи чай та каву) через автомати

Джерело: складено автором за [12]

Отже, нормативно – правове регулювання діяльності розважального центру складає значний перелік законодавчих документів, зокрема: Конституція України, Кодекси Податковий, Цивільний, Господарський, Закони України, постанови Кабінету Міністрів України, накази міністерств, Державні стандарти, розпорядження місцевих органів влади, тощо. Як основний вид діяльності за КВЕД для дитячого розважального центру пропонується 93.29 «Організування інших видів відпочинку та розваг» та інші додаткові види діяльності, для ведення діяльності за зазначеними КВЕД ліцензія не потрібна.

Висновки до Розділу 1

Отже, за результатами дослідження теоретичних засад функціонування бізнесу у сфері розваг зробимо наступні висновки.

З'ясовано, що зростання попиту на унікальні розваги стимулює зростання ринку сімейних / закритих розважальних центрів. Загалом, незважаючи на проблеми, очікується, що ринок дитячих розважальних центрів продовжуватиме зростати, оскільки він задовольняє попит на безпечні та захоплюючі варіанти розваг для дітей та сімей. Здатність галузі адаптуватися до мінливих споживчих уподобань та впроваджувати інноваційні технологічні досягнення відіграє вирішальну роль у її майбутньому успіху.

Пропонується при створенні дитячого розважального центру використати організаційно – правову форму – фізична особа – підприємець 3 група, спрощена система оподаткування, неплательник ПДВ. Так як діяльність розважальних центрів вважається високорентабельним бізнесом, спрощена система оподаткування більш вигідна порівняно з загальною, адже платити податок потрібно з доходу.

Визначено, що нормативно – правове регулювання діяльності розважального центру складає значний перелік законодавчих документів, зокрема: Конституція України, Кодекси Податковий, Цивільний, Господарський, Закони України, постанови Кабінету Міністрів України, накази міністерств, Державні стандарти, розпорядження місцевих органів влади, тощо. Як основний вид діяльності за КВЕД для дитячого розважального центру пропонується 93.29 «Організування інших видів відпочинку та розваг» та інші додаткові види діяльності, для ведення діяльності за зазначеними КВЕД ліцензія не потрібна.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ДИТЯЧОГО РОЗВАЖАЛЬНОГО ЦЕНТРУ

2.1. Аналіз ринку послуг в сфері розваг в Україні

Сфера розваг в Україні почала розвиватися не так давно. Ще в 2010–2012 роках, коли розважальний сегмент тільки формувався, компаній, які спеціалізувалися в сфері розваг, особливо дитячих, в Україні було дуже мало.

Найбільш розвиненою та відомою мережею в Україні в той час була компанія «Ігроленд», площа закладів якого була в межах 1000–1500 м². У 2013 році в Києві відкрили унікальний формат розваг – «Місто професій Kid's Will» загальною площею 3500 квадратних метрів в Арт Молл. Це був новий якісний рівень розважальних послуг для дітей, що забезпечував потік споживачів у торгово–розважальному центрі, віддаленого від центру міста та спальних районів.

Ринок атракціонів в Україні динамічно розвивається. Якщо у 2012 році у сфері відпочинку, розваг та спорту було зареєстровано 1627 суб'єктів, то у 2013 році їх кількість зросла до 1838. Серед них лише 295 юридичних осіб, решта – приватні підприємці. Проте станом на 1 січня 2022 року лише 907 юридичних осіб, основна частина суб'єктів господарювання, які надають послуги у сфері розваг, зареєстровані як підприємці [39].

У 2014 році почали з'являтися великі площі центрів розваг: Універмаг «Україна», у якому площа ТЦ «Дитяча Планета» становила 6 тис. м², ТРЦ Dream Town – ТРЦ Dream Land – 500 м², ТРЦ Lavina Mall – ТРЦ Galaxy Park – 18 500 м². Незабаром тенденція по збільшенні площ поширилася і на регіони України – у ТЦ Victoria Gardens (Львів) площа ТЦ Papashon становила 3450 м².

Експерти відзначають, що активному розвитку ринку розваг сприяє конкуренція серед торгових центрів. Щоб збільшити потік споживачів послуг розваг, розважальні центри особливу увагу надають сучасному обладнанню,

встановлюють різноманітні атракціони. І це дійсно збільшує потік людей в середньому на 30%.

Окремих великих розважальних комплексів типу «Дивосвіт» у Києві не так багато, як і мережевих операторів галузі в цілому по країні. Великі аквапарки, катки та ігрові центри вимагають великих фінансових вкладень. Але маленьких розважальних закладів стає все більше.

Розвиток сегменту сфери розваг, зокрема і сімейних зумовлено декількома чинниками. Так, сфера розваг зумовила впровадження у життя інноваційних проектів, які були конкурентими в той час. Під час світової фінансової кризи 2008 року в існуючих торгових центрах з'явилося багато вільного простору, зокрема на верхніх поверхах і в візуально недоступних місцях. Власники торгових центрів були зацікавлені у збільшенні потоку споживачів та поліпшенні спочивчого попиту після економічної кризи, тому змушені були провести аудит приміщень з можливістю надання вільних площ в оренду для сфери розваг.

Також один з факторів було те, що стрімкий розвиток електронної комерції довів, що розваги є однією з вагомих причин відвідувати торгові центри, де знаходились розважальні атракціони, особливо для сімей з маленькими дітьми.

Обладнання для сфери розваг стає все більш якісним, безпечним і різноманітним. На заміну ігровим автоматам, схожим на домашні комп'ютерні ігри та приставки, прийшли мобільні розваги, які сприяють до фізичної активності дітей та розвитку творчої уяви.

З тих часів основні гравці ринку сфери розваг мереж – і FlyKids, Papashon, Дитяча планета – не змінилися [39]. Вони мережеві, тому виявилися більш гнучкими до сучасних несприятливих умов в період воєнного стану, мають значний запас міцності.

Торгові центри зацікавлені в тому, щоб тематичні парки працювали, оскільки вони є одним з тих острівців, які приваблюють відвідувачів до торгових центрів. З іншої сторони, дитячі центри розваг займають значні площі в

торгових центрах, а для власників ТЦ важливо, щоб площа давала прибуток. Загалом, більшість торгових центрів в Україні прийняли досить лояльні умови орендної плати з розважальних центрів, навіть в умовах війни.

За кількістю, укомплектованістю та різноманітністю українські парки явно поступаються західному ринку. Багато з них застаріли і не відповідають сучасним вимогам. Крім того, атракціони на відкритому повітрі можуть не працювати цілий рік, а в закритих атракціонах часто є лише кілька ігрових автоматів. Але прогнози фахівців райдужні. Вони переконані, що ринок атракціонів розвиватиметься за будь-якої економічної ситуації, адже батьки хочуть забезпечити своїм дітям різноманітний та безпечний відпочинок.

Щодо вимог відвідувачів, то вони в основному керуються принципом територіальної доступності, тобто підуть до найближчого парку чи ігрового центру. За статистикою, українці витрачають на розваги близько 13% своїх витрат (у США близько 5%) [47]. Тому потенціал для бажаючих працювати в сфері атракціонів величезний – цей бізнес буде процвітати.

В даний час дитячі парки розробляють різні соціальні програми, наприклад, оголошують спеціальні тарифи для дітей ВПО, для дітей, батьки яких служать в лавах ЗСУ. Парки дуже активні з благодійними фондами і пропонують дітям безкоштовний вхід, щоб вони відволіклись від нинішніх реалій.

Окрім того, багато розважальних та торгових центрів проводять комплексні святкові заходи до різних святкових дат. Але це сезонний попит, який більше пов'язаний із святом, ніж з вихідними. Власники розважальних центрів не очікують особливого збільшення відвідуваності дитячих парків.

Ще однією з причин є те, що батьки мають обмежений бюджет. Відвідини парків зазвичай плануються заздалегідь. Якщо раніше постійні клієнти приходили в парки два–три рази на місяць, то зараз це один візит на місяць.

Зараз спостерігається така тенденція, що на великі свята чи відпустку батьки намагаються відправляти дітей із великих міст до родичів. Рітейлери помітили, що під час ковіду та війни зазвичай падає відвідуваність під час

канікул. Хоча до війни спостерігали протилежну ситуацію: під час канікул кількість відвідувачів зростала на 50% [8].

Сама концепція закладу не змінилася. Як і до війни, дитячі розважальні центри орієнтовані на якісні сімейні розваги та відпочинок для всієї родини. Звичайно, були введені додаткові правила і певні обмеження, але ДРЦ намагаються залишатися тим острівцем безтурботного життя для дітей і батьків, якого так не вистачає сьогодні.

Загалом, ринок цікавий, динамічний і не перенасичений. На жаль, деякі місцеві ДРК не витримали викликів і припинили своє існування. Мережеві компанії продовжують розвиватися, незважаючи на труднощі.

Кардинальних змін в основному складі не відбулося. Але, наприклад, «Країна мрій» – чи не єдина мережа, яка змогла настільки стрімко розвиватися та виходити на нові регіони. Експерти [39] прогнозують активне зростання ДРЦ. Це також відображається на планах мереживних операторів виходу на нові регіони. Дітям потрібні і будуть потрібні розваги та відпочинок, а батькам – можливість дати дітям відпочити і самим трохи відпочити.

За відвідуваністю заклади, відкриті до війни, вже досягли довоєнних показників і навіть демонструють зростання. Але аналіз і прогнозування відвідуваності нових закладів дещо ускладнюється через неоднорідність періодів, адже ми бачимо два роки карантинних обмежень і 2 роки повномасштабної війни [8].

Під впливом зовнішніх факторів ДРЦ довелося переглянути цінову політику. Ціни на вхід рітейлери піднімали лише один раз – з 1 січня 2023 року. Але навіть при глобальному зростанні цін лише на 20–50% оператори підняли вхід у середньому лише на 15%. Більшість парків у всіх великих містах країни підняли ціни на квитки незначно – в межах 10–20% [8].

Найпопулярнішими сьогодні є ігрові автомати та кінотеатри. До п'ятірки потрапили і дитячі ігрові кімнати, але тир залишається затребуваним. Користуються попитом атракціони як для дітей, так і для дорослих, але основна цільова аудиторія – батьки з дітьми та молодь. Найуспішніші українські парки

та розважальні центри орієнтовані на сім'ю та пропонують розваги для гостей будь-якого віку.

Для відвідувачів віком від 3 років встановлені каруселі, ігрові автомати, ігрові кімнати, багаторівневі лабіринти, аерохокей. Підлітки віддають перевагу тренажерам і скеледрому. В якості сімейного атракціону українці обрали пневматичні рушниці та рогатки «Angry Birds».

Більшість атракціонів дуже прибуткові. Окупність залежить від регіону, але, наприклад, великий м'який лабіринт «поверне» свою вартість власнику в маленькому місті за 10 місяців, а у великому місті – за півроку. Відвідуваність атракціонів багато в чому залежить від майстерності операторів. Українським заробітчанами доводиться вчитися всьому «з нуля».

Здійснивши короткий екскурс у нетривалу історію існування вітчизняних розважальних центрів України та оцінивши поточний стан ринку, можна спробувати зазирнути у недалеке майбутнє. Як показує практика, на першому етапі вперед вибиваються новачки, шишки, що незабаром набивають, на спробах наосліп повторити успішний досвід сусідів і покладаються на обладнання, що було в експлуатації, і дешеву китайську продукцію. Більш перспективними бувають топ-менеджери та молодші партнери деяких успішних центрів, які наважуються вийти у «вільне плавання» із власними проектами. Як правило, це виглядає досить привабливо, але часто дещо ризиковано, бо створення ефективного розважального бізнесу потребує врахування багатьох складових, а саме:

- правильного вибору місця розташування;
- раціонального вибору обладнання;
- правильного розміщення атракціонів по майданчику та по відношенню один до одного;
- справедливую політику ціноутворення всіх складових центру;
- адекватної винагороди відвідувачів призами та бонусами;
- гарного підбору призів та мерчандайзингу призоотеки;

- виваженої маркетингової політики щодо залучення та утримання відвідувачів;
- суворої облікової політики стосовно грошових коштів, призів, квитків, жетонів та інших об'єктів можливих розкрадань;
- грамотної роботи керівників з підбору, навчання та управління персоналом.

Більшості нових операторів доведеться освоювати ринок розваг шляхом спроб і помилок.

Як основні тенденції майбутнього ринку можна виділити появу та розвиток нових форматів, серед яких найяскравішими слід назвати створення парків атракціонів у приміщеннях розважальних центрів для дорослих та особливо ефективних міні-форматів. При цьому парки створюватимуться в нових ТЦ на площі понад 5 тис. м² з інвестиціями, що перевищують \$3 тис. в м² [8]. Такі парки, безсумнівно, створюватимуть потужний потік відвідувачів, що у свою чергу виділить торговий центр серед конкурентів. Однак окупність таких проектів суттєво перевищуватиме п'ять років.

Формати для дорослих, що поєднують у собі повноцінні ресторани з барами та розважальною складовою, розташовані на площах близько 2–3 тис. м², будуть націлені як на звичайних відвідувачів, так і на корпоративні заходи та івентринок. При цьому ефективність таких об'єктів визначатиметься не лише знанням, як створити об'єкт, але насамперед умінням ним керувати. У цьому випадку інвестиції на рівні \$2 тис. м² з таких об'єктів можуть повертатися протягом двох–трьох років [46].

Окремо слід зупинитись на міні-форматах, яскраві зразки яких уже почали з'являтися в Україні. Вони створюються на площі 50–200 м² у різних об'єктах торгової нерухомості. Найчастіше це аркади із відеосимуляторами. Наприклад, мережевий проект «СюрПриз» представив у «Дрім Тауні» концепцію, засновану на апаратах із видачею квитків (редемпшн). Ця концепція показала відмінні результати і при ефективному управлінні здатна повертати інвестиції близько \$3 тис. м² за період менше двох років. Менш ніж за рік ця

мережа відкрила ще кілька пілотних розміщень і зараз має всі шанси отримати успішний розвиток через продаж франшиз. Такий невибагливий формат дозволить вийти на розважальний ринок малому бізнесу, який може інвестувати в один об'єкт суми близько \$150–250 тис. Головними перевагами формату «СюрПриз» є прискорене повернення інвестицій, мінімізація ризиків та просте входження за допомогою франшизи.

Також на ринок послуг розваг чекає суттєве переформатування вже існуючих об'єктів торгової нерухомості, пов'язане з додаванням та розширенням розважальної складової. Якщо подивитися на проекти нових торгових центрів, то практично неможливо знайти центри без розваг.

За прогнозами [48], у 2024 році передбачувані споживчі витрати на культуру та відпочинок на душу населення в Україні становитимуть 115,40 доларів США.

Аналізуючи досвід експлуатації розважальних центрів на орендованих площах та власних приміщеннях, можна відзначити такі позитивні та негативні аспекти.

На орендних площах оператори прагнуть максимальної ефективності інвестицій та виручки з кожного квадратного метра. Їх перевагою є те, що у разі прорахунків можна відносно безболісно змінити розташування центру, але при цьому вони майже не захищені від можливої зміни умов оренди з боку орендодавця.

Коли ж розважальний формат створюється на базі власного об'єкта нерухомості, часто можна спостерігати не надто ефективний розподіл площ на етапі відкриття, що потребує подальшого оснащення (вдосконалення) та переформатування. З досвіду багатьох торгових об'єктів, що здають площі в оренду під розважальні центри, можна позначити найчастіші проблеми.

Перша та найнебезпечніша – завищення орендної ставки. Зазвичай це закінчується тим, що такі майданчики орендує недосвідчений оператор, який незабаром після відкриття об'єкта перестає платити оренду, а потім закривається. При цьому ТЦ страждає не менше від оператора, оскільки

закритий розважальний центр не сприяє популярності торгового центру, а зміна цільового призначення майданчика часто проблематична. Друга проблема – прагнення залучити оператора до низької орендної ставки. Очевидно, що через дуже короткий період часу у торгового центру виникає здорове бажання все ж таки отримувати адекватний дохід з площі, відданої за безцінь розважальному центру. І це призводить до неминучого конфлікту інтересів, який найчастіше закінчується втратами з обох боків.

Третьою проблемою є визначення розміру площі під розважальну складову на основі планування, створеної проектувальниками центру. Результатом такого підходу найчастіше стають роздуті площею розважальні центри, ефективно оперувати якими практично неможливо. Це, у свою чергу, в більшості випадків призводить до закриття або зменшення розважальних центрів до розумного розміру. Одним із рішень для визначення виваженої оплати орендарем за користування приміщенням є використання оплати у розрахунку відсотка від виручки розважального центру, що у цьому бізнесі зазвичай становить до 20 %.

Підсумовуючи можна сказати, що справедлива та розумна ставка орендної плати та оптимальна площа – умови, життєво необхідні для успіху розважального центру.

Отже, існуючі торгові об'єкти, щоб залишитися конкурентоспроможними по відношенню до новачків, будуть змушені змінюватись. Сервісна складова розважального ринку України також активно розвиватиметься, що призведе до появи більшої кількості компаній, що займаються консалтингом, постачанням обладнання та управлінням в галузі розважального бізнесу. Перспективним у сфері послуг розваг для дітей є облаштування розважальних центрів площею 50–200 м².

2.2. Аналіз конкурентного середовища та сегментація ринку

Відкриття дитячого розважального центру плануємо у м. Гайсин Вінницької області. Проаналізуємо конкурентне середовище даного населеного пункту.

Гайсинська міська об'єднана територіальна громада (далі – ОТГ) з адміністративним центром у місті Гайсин включає 43 населених пункти, у т.ч. місто – 1, сіл – 37, селищ – 5. Гайсинська ОТГ знаходиться на сході Вінницької області. Площа Гайсинської ОТГ становить 660,76 км². Адміністративний центр громади, місто Гайсин, знаходиться за 279 км від Києва [6].

Нинішня демографічна ситуація, яка склалася в Гайсинській ОТГ, характеризується негативною тенденцією до зменшення чисельності населення, його економічно активної частини та питомої ваги зайнятого населення громади. Загальна кількість зареєстрованого населення Гайсинської ОТГ станом на 01.01.2024 року становить 40 954 особи (табл.2.1).

Таблиця 2.1

Населення Гайсинської ОТГ (станом на 01.01.2024р.), осіб

Назва населеного пункту	Місто Гайсин та с-ще Млинки	Бубнівський старостат	Бондурівський старостат	Губницький старостат	Гунчанський старостат	Жерденівський старостат	Зятковецький старостат	Карбівський старостат	Кібилицький старостат	Кузнянський старостат	Кушинецький старостат	Лад.-Хутірський старостат	Семиріцький старостат	Степаський старостат	Харпацький старостат	Чечелівський старостат	Ярмолинецький старостат
Кількість населення	23052	1137	743	1487	571	728	1205	1688	1562	2932	1068	502	497	574	732	1534	942

Джерело: [37]

Густота населення в Гайсинській громаді 67,8 осіб/км².

Кількість дітей віком від 0 до 6 років – 2738, з них навчаються та виховуються у садочках –1415 особи (табл..2.2).

Кількість ЗЗСО 27, а ДНЗ 23.

Таблиця 2.2

Категорії дітей у Гайсинській громаді станом на 01.01.2024 року, осіб

Забезпечення прав дітей	Кількість
чисельність дитячого населення всього, з них:	7486
Віком 0–6 років	2738
Виховуються в ДНЗ	1415
дітей–сиріт	17
дітей, позбавлених батьківського піклування	26
дітей, що знаходяться у складних життєвих обставинах	13
діти, із числа внутрішньо переміщених осіб	303
діти–сироти та діти, які позбавлені батьківської опіки, влаштовані в ПС, ДБСТ та сім'ї опікунів_піклувальників	8

Джерело: [37]

Отже, потенційною цільовою аудиторією запланованого дитячого розважального центру є як мінімум 30% дитячого населення Гайсинської громади, тобто $7486 \cdot 30\% = 2246$ осіб.

Таблиця 2.3

Соціальні категорії населення_ Гайсинської ОТГ станом на 01.01.2024 року

Показник	Од.
Малозабезпечені сім'ї	224
Кількість учасників бойових дій, члени ГО «Спілка учасників бойових дій АТО Гайсина та Гайсинського району» (з 2014 року)	1413
Особи з інвалідністю внаслідок бойових дій (з 2014 року)	95
Чисельність загиблих (померлих) учасників бойових дій (з 2014 року)	111
особи, які мають статус діти війни (з 2014 року)	60
особи, що постраждали від Чорнобильської катастрофи	272
Багатодітні родини	488
учасники АТО/ ООС, члени ГО «Спілка учасників бойових дій АТО Гайсина та Гайсинського району» (з 2014 року)	1174
Пенсіонери	11647
Діти з інвалідністю	176
Кількість ВПО (внутрішньо переміщених осіб)	4044

Джерело: [37]

Загальна кількість учнів в закладах ЗЗСО, що навчалися в межах 2022–2023 н.р. становила 4786 осіб [6].

Таблиця 2.4

Заклади освіти Гайсинської територіальної громади станом на 0.1.01.2024 року

	кількість	розрахункова кількість місць	в них:	
			вчителів, вихователів	учнів, дітей
Навчальні заклади, з них:	23	7190	486	4739
ЗЗЗСО І–ІІІ ст.	19	6740	435	4506
ЗЗЗСО І–ІІ ст.	4	450	51	233
діючі заклади дошкільної освіти	18+1 дошкільний підрозділ	1165	144	1164
приміщення недіючі	2	206	6	–

Джерело: [37]

Проте, навчальні заклади Гайсинської ОТГ не заповнені на 100%, що пов'язано зі складною демографічною ситуацією у громаді.

Гайсинська ОТГ залишається і розвивається як потужний економічний та аграрний центр Вінницької області. На сьогоднішній день на його території зареєстровано 2590 суб'єктів підприємницької діяльності, з них 651 – юридична особа, 1939 – фізичні особи–підприємці. Найпотужнішими підприємствами громади є: «Зернопродукт МХП», ТОВ «ПК «Зоря Поділля», ТОВ «Агат–А», ТОВ «Корпорація «Скіф–96», ТОВ «Гайсинський молокозавод», ТОВ «Авеста», ТОВ «Авеста А. », ТОВ «Гайсинська швейна фабрика «Віта», філія. ТОВ «Перше швейне підприємство «Козак», СВК «Трудівник», ФГ «Чиста Криниця», ПП «Петерсен Агро» [6].

Таблиця 2.5

Заклади культури Гайсинської громади станом на 01.01.2024 р.

Заклади культури	Кількість
Будинки культури	18
Сільський клуб	17
Музеї	7
Бібліотеки	23
Кінотеатр	1

Джерело: [37]

Державну політику у сфері культури Гайсинської ОТГ реалізують 35 клубних закладів, з яких місто Гайсин та фермерське господарство «Млинка»

обслуговує КБ Гайсинської міської ради (зал на 490 глядачів), сільська місцевість – обслуговує село 34 клубних заклади – табл.2.5.

Структура комунального закладу «Гайсинська централізована бібліотечна система» Гайсинської міської ради:

- Гайсинська центральна бібліотека;
- бібліотека–філія для дітей м. Гайсин;
- 21 бібліотеки–філії в сільських населених пунктах, які обслуговують дорослих, юнацтва та дітей.

В Гайсинській ОТГ функціонує 7 музейних закладів, з них 5 знаходяться в місті Гайсин, 2 – у сільській місцевості.

1. Гайсинський районний краєзнавчий музей. Створено у 1995 р. Музей зберігає предмети матеріальної та духовної культури як минулого, так і сьогодення нашого краю.

2. Музей фольклору танцю Гната. Музей відкрито 10 березня 1990 р. Реліквії музею розповідають про життя і творчість видатного фольклориста, етнографа, педагога. У музеї зберігаються особисті речі, рукописи, друковані видання, фотографії тощо.

3. Музей «Пам'ять Чорнобиля». Відкритий 26 квітня 2006 р. У музеї зберігаються інформаційні матеріали про учасників ліквідації наслідків аварії на Чорнобильській АЕС, евакуйованих та переселенців, зразки предметів, які використовувалися при ліквідації наслідків аварії, тощо.

4. Музей ветеранів війни в Афганістані. Відкритий 13 лютого 1999 р. У музеї представлені матеріали про Афганську війну, гайсинчан – учасників війни, особисті речі, нагороди, фотографії, зброя, документи тощо.

5. Музей АТО. Відкритий 14 жовтня 2017 р. Створений з метою увічнення пам'яті безсмертного подвигу земляків – гайсинчан, які брали участь в АТО, захищаючи незалежність та цілісність України.

6. Музей гончарного мистецтва (Музей–садиба братів Герасименків, с. Новоселівка) Відкритий у 1988 році в садибі братів Герасименків – відомих гончарів. У музеї представлені роботи місцевих бубнівських і новоселівських

майстрів, які спеціалізувалися на виготовленні гончарного посуду та будівельної кахлі. Представлені також роботи сучасних майстрів кераміки села та району.

7. Музей Василя Стуса у селі Рачнівка. Музей відкрито у 1997 році. Експонати музею знайомлять із життєвим і творчим шляхом Героя України, поета, правозахисника Василя Стуса [6].

Гайсинська ОТГ має наступну спортивну інфраструктуру:

1. Спортмайданчик WorkOut (Парк культури та відпочинку ім. Б. Хмельницького, м. Гайсин).

2. Футбольне поле зі штучним покриттям (належить Гайсинській ДЮСШ, що знаходиться в м. Гайсин, вул. Перемоги, 3, корпус А).

3. Навчальний полігон (належить Гайсинській ДЮСШ, що знаходиться в м. Гайсин, вул. Перемоги, 3 корпус А).

4. Навчальний полігон (м. Гайсин, територія Гайсинської ДЮСШ).

5. Комплексний спортивний майданчик зі штучним покриттям (м. Гайсин, територія Гайсинської ДЮСШ).

6. Футбольне поле по вул. Перемоги, 9 (м. Гайсин, колишній стадіон «Бета»).

Стадіон «Дружба» зданий в експлуатацію в 1968 році. Площа 3,75 га. Кількість глядачів – 7 тисяч. Пропускна спроможність 100 осіб/хв. На території шкіл старостинських округів розташовано 12 спортивних майданчиків та 14 стадіонів. Також у старостівських округах є 17 дитячих майданчиків, 6 скверів та 10 паркових зон [6].

Із засобів масової інформації Гайсинська ОТГ має власну газету «Трибуна праці», сайт міста Гайсин.City та місцеве радіо (табл.2.6)

Таблиця 2.6

Засоби масової інформації Гайсинської громади

Вид ЗМІ	Назва
Друковані видання	ТОВ «Гайсинська редакція районної газети «Трибуна праці»
Сайт	Інтернет–видання Гайсин.City
Радіо	КО «Гайсинська районна редакція радіомовлення»

Джерело: [37]

Отже, оцінка конкурентного середовища м. Гайсин Вінницької області показала, що як у місті Гайсин, так і загалом у Гайсинській громаді практично відсутні пропозиції дитячих розважальних центрів. Є кінотеатр, бібліотеки, спортивна інфраструктура. Потенційна цільова аудиторія для дитячого розважального центру може скласти не менше 2 тис. осіб.

2.3. Планування витрат для відкриття дитячого розважального центру

Відкрити дитячий розважальний центр «Сонечко» пропонуємо в торговому центрі «Європейський», який знаходиться за адресою 1 травня 70а, має площу у 3000 м² і пропонує приміщення для оренди. Дитячу кімнату доцільно відкривати в торговому центрі. Це пов'язано з великим потоком людей. Батьки можуть залишити дітей і спокійно відправитися за покупками. Розуміють це і власники торгових центрів, тому іноді, маючи вільну площу, можуть знизити орендні ставки.

Організаційні моменти:

- Режим роботи розважального центру зазвичай залежить від часу роботи торгового центру (10:00–22:00). У будні дні за годину користування дитячим розважальним центром батьки сплачують 150 грн (у разі 1 дитини), у вихідні та святкові дні – 200 грн.

- Максимальна тривалість перебування 1 дитини – 4 години. Необхідно розмістити правила щодо графіка відвідування закладу та вимог до прийому дітей.

- Співробітник дитячого розважального центру «Сонечко» повинен прийняти дитину тільки за наявності у тата паспорта, який він повинен пред'явити. Інформація про те, о котрій годині вступила дитина, фіксується в журналі відвідування або в звичайному зошиті.

– Працівники дитячого розважального центру «Сонечко» не повинні приймати хворих дітей, оскільки вони можуть стати причиною захворювання інших дітей. У цьому плані все повинно бути строго.

– У робочі дні найбільший попит на послуги дитячого розважального центру «Сонечко» з 16:00 до 21:00, адже саме в цей час батьки ходять за покупками. Для підвищення відвідуваності в першій половині дня можна вдаватися до таких хитрощів, як надання знижок. Також розумно пропонувати знижки постійним відвідувачам.

Цільова аудиторія дитячого розважального центру «Сонечко»: мешканці міста Гайсин та Гайсинської громади віком 25–45 років, які мають дітей до 7 років, із середнім доходом, гнучким графіком, але високою зайнятістю.

Основна цільова аудиторія дитячого розважального центру «Сонечко» – сім'ї з дітьми віком від 2 до 7 років. Як правило, батьки таких дітей живуть у підвищеному ритмі і їм важливо робити покупки якомога швидше. Наявність дитячого розважального центру «Сонечко» значно спрощує це завдання.

Підбір приміщення:

- Площа приміщення – 35–50 м² ;
- Приміщення має бути вентиляльованим;
- Кімната повинна бути видимою і доступною в ТЦ «Європейський» і знаходитися біля входу, а не наприкінці коридору, куди доходить не кожен з маленькою дитиною;

- Саме приміщення має бути просторим, світлим, з яскравим дизайном;

- Туалетні кімнати повинні бути в безпосередній близькості від орендованого приміщення.

- Площа арени має становити не менше 2–м² на особу, тобто площа ігрової кімнати, розрахованої на 10 осіб, повинна становити не менше 20 м². Саме приміщення кімнати для ігор має бути просторим, вентиляльованим, добре освітленим. Крім того, простір повинен мати яскравий дизайн та якісне оздоблення як зовні, так і всередині.

Таблиця 2.7

Обладнання для дитячого розважального центру «Сонечко», грн.

Найменування	Кількість	Ціна за шт.	Загальна сума	Питома вага, %
Лабіринт	1	90 000	90 000	20,79
Надувні батути	3	35 000	105 000	24,25
Столи	4	5 000	20 000	4,62
Стільці	12	2000	24 000	5,54
Диван	1	15 000	15 000	3,46
Іграшки	30	700	21 000	4,85
Настільні ігри, набори для малювання	15	1000	15 000	3,46
Шафки	20	3000	60 000	13,86
Оргтехніка для співробітників			40 000	9,24
Декоративні елементи та картинки на стінах			5 000	1,15
М'який текстиль (килими, подушки)			3 000	0,69
Відеоспостереження та сигналізація			20 000	4,62
Обладнання для прибирання(пилососи, миюча машина)			15 000	3,46
Разом			433 000	100

Джерело: складено автором

Найбільшу частку у обладнанні складає вартість надувних батутів та лабіринту – разом 45%.

Оформлення інтер'єру дитячого розважального центру «Сонечко»:

– Інтер'єр дитячого розважального центру «Сонечко» створений відповідно до вподобань маленьких клієнтів. Рекомендуємо використовувати яскраві кольори. Категорично не рекомендуємо додавати темні кольори і брудні тони в оформлення ігрової кімнати.

– Ігрова зона повинна мати не менше двох зон: для активних ігор і зону відпочинку. Якщо в кімнаті плануються дні народження, вечірки і тематичні чаювання, то в кімнаті повинно бути відповідне обладнання або хоча б місце для нього.

– Ігрова кімната повинна бути м'якою в прямому сенсі цього слова. Тут буквально все зроблено з набивного матеріалу.

Спорядження для дітей має бути перш за все безпечним. Слід купувати тільки сертифіковані іграшки, які не викликають у дітей алергічних реакцій. Перед покупкою обладнання визначимося з віком дітей, на яких розраховано

ігрову кімнату. Основне правило – це різноманітність іграшок та активностей. Чим більше тим краще. Якщо ігрова кімната розрахована на малюків, всі предмети в ній повинні бути м'якими і без дрібних деталей. Для старших дітей краще передбачити зону для настільних ігор і творчості. Для цього знадобляться столи, стільчики, шафи та полиці для зберігання ігор та приладдя. Найдорожче обладнання знадобиться для основної частини розважального центру – зони активних ігор. Відмінною розвагою для дітлахів будуть яскраві кульки, батут та багаторівневий лабіринт із гірками, канатами та сухими басейнами. Активні ігри сподобаються дітям різного віку.

Працівники дитячого розважального центру «Сонечко» повинні мати медичну довідку та регулярно проходити медичні огляди. Адже від уважності співробітника залежить безпека дітей, тому важливо ретельно підбирати працівників. При працевлаштуванні на руках у претендента має бути медична книжка, звіт про пройдений медогляд, документ про освіту, трудова книжка. Співробітники працюватимуть з дітьми, тому краще перестрахуватись та уточнити відсутність судимості.

Таблиця 2.8

Штатний розклад дитячого розважального центру «Сонечко»

Посада	Кількість посад, од.	Зарплата на місяць (у грн.)	Фонд заробітної плати +ЄСВ	Разом на рік, грн
Адміністратор/ власник	1	20 000	24 400	292800
Педагог для майстер класів	1	15 000	18 300	219600
Няня	2	13 000	31 720	380640
Працівник залу	4	12 000	58 560	702720
Прибиральниця	2	10 000	24 400	292800
Разом	10		157 380	1888560

Джерело: складено автором

Пропонується лінійно – функціональна структура управління розважального центру. Основна відповідальність закріплюється за

директором/власником, який також виконує і обов'язки адміністратора. У разі його відсутності відповідальним є педагог для майстер –класів.

Потенційний співробітник повинен бути охайним, доброзичливим, вміти ладнати з дітьми та батьками. До його обов'язків входить спілкування з маленькими відвідувачами, навчання ігор, забезпечення безпеки, утримання приміщення в чистоті, а також контроль за цілісністю обладнання.

Будь-яка діяльність неможлива без проведення грамотної рекламної політики. Для реклами дитячого розважального центру «Сонечко» у ТЦ є свої нюанси та канали просування:

- Розміщення великого рекламного банеру на фасаді ТЦ та внутрішня навігація, що чітко вказує на розташування дитячого розважального центру «Сонечко». Важливо використовувати яскраві барвисті фотографії із закликом відвідати комплекс, також важливо вказати місце розташування.

- Виготовлення рекламної вивіски над входом до розважального центру.

- Програма лояльності. Для залучення відвідувачів та формування кола постійних клієнтів необхідно продумати низку заходів щодо впізнаваності та збільшення лояльності. Для цього підійдуть: бонусні картки постійного відвідувача, лотереї та розіграші призів, купони знижок для тих, хто привів друзів, розсилки новин на електронні адреси клієнтів. Важливо не просто залучити відвідувачів, а зробити їх постійними клієнтами.

Найбільш поширені методи просування бізнесу:

- Інтернет. Для охоплення інтернет-аудиторії бажано створити сайт, присвячений дитячій кімнаті. Крім того, потрібно створити сторінки у соцмережах.

- Друк та розповсюдження рекламних листівок. При розробці макета важливо вказувати перелік розваг, ціни на відвідування, час роботи, схему розташування, інформацію про розіграші призів (наприклад, приурочені до відкриття центру). Розповсюджувати рекламу можна на вході до ТЦ, на парковці та на найближчих зупинках громадського транспорту.

– Дитячі садки, школи. Можна домовлятися щодо розміщення плакатів, роздачі візиток/листівок/запрошень дітям та батькам.

– Спортивні та культурні заклади. Ці заклади не є прямими конкурентами, з ними варто потоваришувати та обмінюватися рекламною продукцією.

– «Сарафанне радіо». Найбільш ефективний та безкоштовний засіб рекламної компанії, адже коли послугу/товар рекомендують знайомі або друзі, вона викликає значно більше довіри ніж та сама рекламна листівка.

Зробити так, щоб про дитячий розважальний центр «Сонечко» заговорили, найпростіше, влаштувавши свято відкриття нової ігрової кімнати.

Рекламну кампанію можна провести за допомогою реклами в інтернеті, у тому числі в соцмережах, а також роздаючи листівки та запрошення неподалік центру. Подробиці – у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Витрати на рекламу дитячого розважального центру «Сонечко»

Стаття витрат	Кількість	Вартість у грн	Питома вага, %
1	2	3	4
Виготовлення листівки/розповсюдження	1 листівка / 1000 штук	10 000	12,05
Написання ланцюжка анонсів/розміщення в 3-х соцмережах тиждень	6 текстів/100 ресурсів	20 000	24,10
Розміщення статей у ЗМІ	6 статей у пресі	15 000	18,07
Розробка брендбука та сувенірної продукції (ручки, блокноти, олівці, бланки, візитки)	1 брендбук /5000 (по 1000 штук: ручки, блокноти, олівці, бланки, візитки)	18 000	21,69
Створення та розміщення банера на форумах Гайсинської громади	1 банер / 15 джерел	20 000	24,10
Разом:		83 000	100

Джерело: складено автором

У витратах на рекламну компанію дитячого розважального центру є підготовка анонсів для соціальних мереж та розробка та розміщення банерів, їх частка у загальних витратах на рекламу складає по 24,1%.

Інвестиції у відкриття дитячого розважального центру «Сонечко» виглядають так – табл.2.10.

Таблиця 2.10

Витрати на відкриття дитячого розважального центру «Сонечко»

Стаття витрат	Сума, грн.	Пит. вага, %
Реєстрація	1 000	0,16
Ремонт	50 000	7,85
Вивіска	50 000	7,85
Рекламні матеріали	83 000	13,03
Оренда на час ремонту	10 000	1,57
Закупівля обладнання	433 000	67,97
Інше	10 000	1,57
Разом	637 000	100

Джерело: складено автором

Загальна сума початкових інвестицій становить 637 000 грн. Найбільшу частку складають витрати на придбання обладнання.

Поточні витрати наведено в табл.2.11. Розрахунок фонду заробітної плати на місяць наведено в табл.2.8.

Таблиця 2.11

Поточні витрати(щомісячні) дитячого розважального центру «Сонечко»

Стаття витрат	Сума, грн.	Пит. вага, %
Фонд оплати праці (включаючи відрахування)	157 380	58,45
Оренда (50 кв.м.)	10 000	3,71
Амортизація	61 857	22,97
Комунальні послуги	15 000	5,57
Реклама	10 000	3,71
Бухгалтерія (аутсорсинг)	5 000	1,86
Непередбачені витрати	10 000	3,71
Разом	269 237	100

Джерело: складено автором

Отже, загальна сума початкових витрат для відкриття дитячого розважального центру «Сонечко» складе 637 тис. грн, щомісячні поточні витрати – 269 237 грн. для відкриття розважального центру основною складовою є придбання обладнання, загальна вартість якого складе 433 тис.

грн., у поточних витратах основною складовою є витрати на оплату праці у сумі 157 380 грн. Амортизація буде нарахована прямим методом у розрахунку періоду використання 7 років. Орендна плата 200 грн/м². Ведення бухгалтерського обліку пропонується передати на аутсорсинг.

Висновок до Розділу 2

Отже, за результатами аналізу економічної доцільності відкриття дитячого розважального центру зробимо наступні висновки.

З'ясовано, що існуючі торгові об'єкти, щоб залишитися конкурентоспроможними по відношенню до новачків, будуть змушені змінюватись. Сервісна складова розважального ринку України також активно розвиватиметься, що призведе до появи більшої кількості компаній, що займаються консалтингом, постачанням обладнання та управлінням в галузі розважального бізнесу. Перспективним у сфері послуг розваг для дітей є облаштування розважальних центрів площею 50–200 м².

Оцінка конкурентного середовища м. Гайсин Вінницької області показала, що як у місті Гайсин, так і загалом у Гайсинській громаді практично відсутні пропозиції дитячих розважальних центрів. Є кінотеатр, бібліотеки, спортивна інфраструктура. Потенційна цільова аудиторія для дитячого розважального центру може скласти не менше 2 тис. осіб.

Визначено, що загальна сума початкових витрат для відкриття дитячого розважального центру «Сонечко» складе 637 тис. грн, щомісячні поточні витрати – 269 237 грн. для відкриття розважального центру основною складовою є придбання обладнання, загальна вартість якого складе 433 тис. грн., у поточних витратах основною складовою є витрати на оплату праці у сумі 157 380 грн. Амортизація буде нарахована прямим методом у розрахунку періоду використання 7 років. Орендна плата 200 грн/м². Ведення бухгалтерського обліку пропонується передати на аутсорсинг.

РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ВІДКРИТТЯ ДИТЯЧОГО РОЗВАЖАЛЬНОГО ЦЕНТРУ

3.1. Розрахунок та аналіз показників ефективності проекту відкриття дитячого розважального центру

Для відкриття дитячого розважального центру необхідно придбати обладнання на суму 433 тис.грн, кошти на придбання обладнання у сумі 315 тис.грн пропонується взяти в Idea Bank під 33,3% річних на 2 роки, з щомісячною виплатою 3,3% від тіла кредиту. Кредит має пільговий період у три місяці з подальшою щомісячною виплатою протягом 21 місяця за програмою «ФОП Бізнес альтернатива». Умови кредиту: без застави, без поручителя, разова комісія при отриманні кредиту відсутня. Залишок суми – 133 тис.грн. це власні кошти засновника. Графік погашення кредиту наведено в табл.3.1.

Таблиця 3.1

Графік погашення кредиту

№ платежу	Сума платежу	Залишок кредиту	Відсотки за кредит	Разом до сплати
1	2	3	4	5
1	15000	300000	9900	24900
2	15000	285000	9405	24405
3	15000	270000	8910	23910
4	15000	255000	8415	23415
5	15000	240000	7920	22920
6	15000	225000	7425	22425
7	15000	210000	6930	21930
8	15000	195000	6435	21435
9	15000	180000	5940	20940
10	15000	165000	5445	20445
11	15000	150000	4950	19950
12	15000	135000	4455	19455
13	15000	120000	3960	18960
14	15000	105000	3465	18465
15	15000	90000	2970	17970
16	15000	75000	2475	17475
17	15000	60000	1980	16980

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4	5
18	15000	45000	1485	16485
19	15000	30000	990	15990
20	15000	15000	495	15495
21	15000	0	0	15000
разом	315000	-315000	103950	418950

Джерело: складено автором

Таким чином, за 2 роки розважальний центр окрім 315 тис грн. кредитних коштів має виплатити ще 103,95 тис.грн. відсотків за кредит.

В табл.3.2 складемо прогноз доходів та витрат дитячого розважального центру «Сонечко» на перший рік діяльності. Розрахунки проведемо на наступних умовах:

- середня кількість відвідувачів в день 60 осіб;
- вартість вхідного квитка приймемо як в середньому по Україні– 1 година 100грн, 3 години – 200 грн, день –300 грн, тобто середній чек з одного відвідувача –200 грн в день;
- найбільш завантажені місяці з вересня по травень, найменше завантажені липень та серпень;
- собівартість послуг візьмемо з табл.2.11 – 269237 тис. грн.

Таблиця 3.2

Прогноз доходів та витрат розважального центру «Сонечко»

Показник	червень	липень	серпень	вересень	жовтень	листопад	грудень
Кількість відвідувачів в день, осіб	52	50	52	55	60	60	60
Середній чек, грн.	200	200	200	200	200	200	200
Виручка, грн	312000	300000	312000	330000	360000	360000	360000
Податок 5%, грн	15600	15000	15600	16500	18000	18000	18000
Чистий дохід, грн	296400	285000	296400	313500	342000	342000	342000
Собівартість послуг	269237	269237	269237	269237	269237	269237	269237
Валовий	27163	15763	27163	44263	72763	72763	72763

прибуток, грн.							
Виплата кредиту, грн.	0	0	0	24900	24405	23910	23415
Чистий прибуток, грн	27163	15763	27163	19363	48358	48853	49348

Продовження таблиці 3.2

Показник	січень	Лютий	березень	квітень	травень	Всього за 1– й рік
Кількість відвідувачів, осіб	65	63	63	62	62	x
Середній чек, грн.	200	200	200	200	200	x
Виручка, грн	390000	352800	378000	372000	372000	4198800
Податок 5%, грн	19500	17640	18900	18600	18600	209940
Чистий дохід, грн	370500	335160	359100	353400	353400	3988860
Собівартість послуг, грн	269237	269237	269237	269237	269237	3230844
Валовий прибуток, грн.	101263	65923	89863	84163	84163	758016
Виплата кредиту, грн.	22920	22425	21930	21435	20940	206280
Чистий прибуток, грн	78343	43498	67933	62728	63223	481647

Джерело: складено автором

Таким чином, за перший рік діяльності розважального центру «Сонечко» виручка складе 4198800 грн, податок 5% – 209940 грн, чистий дохід – 3988860 грн, собівартість послуг – 3230844 грн, виплата по кредиту – 206280 грн і чистий прибуток за перший рік 481647 грн.

В табл. 3.3 проведемо розрахунок доходів та витрат дитячого розважального центру «Сонечко» на наступні чотири роки за умови, що виручка від реалізації та собівартість реалізованих послуг розважального

закладу щороку зростатимуть на 5%, податок на дохід залишається 5%, виплата кредиту проведена за 2 роки у сумі 418950 грн.

На кінець четвертого року діяльності дитячого розважального центру «Сонечко» обсяг виручки має скласти 4860635,9 грн., обсяг сплаченого податку з доходу – 243031,8 грн., за умови збільшення собівартості реалізованих послуг щороку на 5%, на кінець четвертого року проекту собівартість реалізації складе 3740105,8 грн.

Таблиця 3.3

Розрахунок грошового потоку дитячого розважального центру «Сонечко»

Показники	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік
Виручка, грн	4198800	4408740	4629177	4860635,9
Податок 5%, грн	209940	220437	231458,9	243031,8
Чистий дохід, грн	3988860	4188303	4397718,2	4617604,1
Собівартість послуг	3230844	3392386	3562005,5	3740105,8
Валовий прибуток, грн.	758016	795916,8	835712,6	877498,3
Виплата кредиту, грн.	206280	212670	0	0,0
Чистий прибуток, грн	481647	583246,8	835712,6	877498,3

Джерело: складено автором

Обсяг чистого прибутку на кінець четвертого року складе 877498,3 грн.

Рентабельність продажів (або маржа прибутку) показує, скільки прибутку приносить кожна гривня з обсягу реалізації, визначають за формулою [1]:

$$P = \frac{\Pi}{B} * 100\%, \quad (3.1)$$

де Π – чистий прибуток;

B – виручка від реалізації продукції.

Розрахуємо рентабельність продажів дитячого розважального центру «Сонечко» по рокам:

$$P_1 = \frac{481647}{4198800} * 100\% = 11,47\%$$

$$P_2 = \frac{5832468}{44008740} * 100\% = 13,25\%$$

$$P_3 = \frac{8357126}{4629177} * 100\% = 18,05\%$$

$$P_4 = \frac{8774983}{48606359} * 100\% = 18,05\%$$

Отже, рентабельність продажів дитячого розважального центру «Сонечко» у перший рік складе 11,47%, 2-й рік – 13,25%, 3 –й та 4-й рік – 18,05%.

Критерій ефективності – це найвигідніше співвідношення прибутковості та ризикованості проекту. Рентабельність – це не просто збільшення капіталу, а такий темп його збільшення, який повністю компенсує інфляційне зниження купівельної спроможності грошей протягом інвестиційного циклу та покриває ризики інвестора, пов'язані з можливістю неотримання прибутку [5].

Основні показники ефективності бізнес-плану:

- чиста приведена вартість проекту (Net Present Value –NPV);
- середня норма прибутку (ARR, %);
- дисконтований період окупності (Discounted Payback Period – DBP)

Чиста теперішня вартість (NPV) – це різниця між дисконтованими грошовими потоками за весь життєвий цикл інноваційного проекту та інвестиціями в проект [9]:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0, \quad (3.2)$$

де NPV– чиста приведена вартість проекту;

I_0 – одноразові інвестиції в інноваційний проект;

CF_t – чистий грошовий потік;

r – ставка дисконтування.

Критерії оцінки проекту :

$NPV > 0$ – проект є прийнятним;

$NPV < 0$ – проект не прийнятним, так як збитковий;

$NPV = 0$ – проект не надасть ні прибутку ні збитку.

З врахуванням запланованої інфляції в Україні на 2024 рік ставку дисконтування приймемо 25%.

Середня норма прибутку (ARR, %) розраховується за формулою:

$$ARR = \frac{\sum_{t=0}^T CF_t}{T \times C_0} \quad (3.3)$$

Показує співвідношення між середньорічними надходженнями та початковими інвестиціями.

де CF_t – грошовий потік у рік t , C_0 – початкова інвестиція, T – інвестиційний цикл, t – порядковий номер року з початку реалізації проекту, r – процентна ставка прибутку, необхідна від проекту.

Термін окупності проекту відображає час, необхідний для того, щоб сума доходу від реалізації проекту компенсувала суму витрат на його реалізацію. Термін окупності зазвичай вимірюється роками або місяцями і може бути розрахований за формулою [18]:

$$PBP = \frac{II}{ACI} \quad (3.4)$$

де PBP –термін окупності інвестицій, роки;

I – обсяг інвестицій, тис. грн.

ACI – середні щорічні надходження, тис. грн.

Дисконтований період окупності інвестицій (DPB) – розрахунковий період за досягнення якого NPV приймає позитивне значення [35]:

$$I_0 = \sum_{t=1}^{DPB} \frac{CF_t}{(1+r)^t}, \quad (3.5)$$

де I – початкові інвестиції;

CF_t – чистий грошовий потік періоду t ;

DPB – період окупності;

r – ставка дисконтування.

Розрахунки проведемо в табл.3.3.

Таблиця 3.3

Оцінка ефективності дитячого розважального центру «Сонечко»

Показники	0 рік	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	Разом
Початкові інвестиції, тис. грн.	– 433000					
Виручка		758016	795916,8	835712,6	877498,3	3267143,7
Чистий грошовий потік	–433000	325016	1120932,8	1956645,4	2834143,7	2834143,7
Ставка дисконтування 25%		0,800	0,64	0,512	0,410	
Чиста теперішня вартість, тис.грн.	–433000	260013	717396,99	1001802,44	1161998,92	2708211
Середня норма рентабельності, %						188,63
Термін окупності простий						7 місяців
Термін окупності дисконтований						7 місяців

Джерело: складено автором

$$NPV = \frac{758016}{(1+0,25)} + \frac{7959168}{(1+0,25)^2} + \frac{8357126}{(1+0,25)^3} + \frac{8774983}{(1+0,25)^4} - 433000 = 270821 \text{ грн.}$$

Виходячи з отриманих результатів, через чотири роки дитячий розважальний центр «Сонечко», з врахуванням 10% інфляції, отримає 2141,06 тис. грн., тобто проект є прибутковим і рекомендується до впровадження.

Середня норма рентабельності:

$$ARR = \frac{758016 + 7959168 + 8357126 + 8774983}{4 \times 433000} * 100 = \frac{32671437}{1732000} * 100 = 188,63\%$$

Термін окупності інвестицій, простий:

$$PBP = \frac{433000}{\frac{32671437}{4}} = \frac{433000}{8167859} = 0,53 * 12 = 6,36 \approx 7 \text{ місяців}$$

Термін окупності дисконтований:

$$DPB = \frac{433000}{3141211/4} = 0,55 * 12 = 6,61 \approx 7 \text{ місяців}$$

Отже, результати оцінки ефективності проекту відкриття дитячого розважального центру «Сонечко» показали, що проект є прибутковим, і окупиться у перші сім місяців діяльності, середня норма рентабельності проекту складе 188,63%.

3.2. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання

Можливих ризиків при реалізації цього проекту мало, але все ж таки вони є. Розглянемо ризики, причини їх виникнення та способи їх запобігання.

Найбільш вагомим ризиком є ймовірність травматизму, тому що послуга пов'язана безпосередньо з рухомою діяльністю дітей в обладнаній ігровій кімнаті. Для запобігання цьому ризику передбачено присутність працівника залу та няні безпосередньо на самих майданчиках. Також, при обладнанні кімнати мають бути виявлено та усунено травмонебезпечні місця. За відсутності працівника залу або няні на дитячому ігровому майданчику відповідальність за дитину несуть його батьки.

У тому числі були виявлені інші ризики, пов'язані з економічною та виробничою складовими бізнес-плану [36]. Існує ймовірність виникнення комерційного ризику – ризику, пов'язаного з реалізацією послуги/товару та зниженням попиту на послуги розважального центру. Основні причини його виникнення:

- 1) підвищення конкуренції у галузі обслуговування;
- 2) проблеми зі збутом;
- 3) зміна вимог споживачів;
- 4) нереалізація прогнозу затребуваності дитячої кімнати та використання послуг, що надаються;
- 5) втрата позицій над ринком.

Також, ймовірно виникнення виробничого ризику – ризик, безпосередньо пов'язані з якістю послуг. Виділимо основні причини виникнення даного ризику:

- 1) погіршення якості наданої послуги;
- 2) недостатня професійна кваліфікація персоналу та зниження продуктивної праці;
- 3) можлива травмонебезпека.

Дію перелічених ризиків можна обмежити за допомогою регулярного контролю динаміки попиту та, у разі його зниження, організовувати заходи щодо його підтримки та зменшення. Також необхідно постійно моніторити можливість появи конкурентів і формувати у своєму закладі пропозиції, які є ексклюзивними.

Оскільки основним впливом на якість послуги, що надається, у нашому випадку є персонал, то для зниження ризику в цій сфері необхідно проводити ретельний підбір кадрів і, при необхідності, надати їм навчання і якомога докладніше розписати їм їхні обов'язки та ознайомити їх з «сіткою» штрафів, у разі невиконання своїх обов'язків.

Тобто, фактори ризику для розважального центру: зміна законодавства, зниження купівельної спроможності, низькі продажі, поведінка аудиторій, порушення правил користування, виникнення надзвичайних ситуацій, негативні відгуки в інтернет. Чинники, що впливають на прибуток:

- обсяг продажів,
- видатки на рекламу,
- кількість і тональність відгуків клієнтів.

До внутрішніх проблем фінансової дестабілізації підприємств експерти [40, с.65] відносять навмисні дії відвідувачів та зловживання з боку персоналу. А саме:

– Недобросовісні дії конкурентів та юридично грамотно–вишикувані провокації відвідувачів, фальсифікації травматизму. Спосіб зниження ризику є відповідний зміст правил і відеоспостереження.

– Упущення у правилах розважального центру та усвідомлені порушення клієнтів з метою отримання матеріальної вигоди. Знайдені споживачами обхідні схеми використання правил набувають масового поширення в мережі інтернет і завдають матеріальних збитків розважальному центру. Превентивні заходи: постійна актуалізація правил надання послуг, акти, фото та відео; фіксація порушень для подальшого захисту своїх інтересів у разі звернення споживача до державних органів.

– Зловживання з боку персоналу може завдавати шкоди підприємству до 10–30% втрат від обороту. Великі втрати зазнають продажу, складська та закупівельна діяльність, приписування робочих годин. Базові заходи введення системи контролю (відеоспостереження, відеоконтроль) мають системне значення та впливають на суміжні процеси операційної діяльності: якість

сервісу; аналіз продажу, роботу співробітників, відвідуваність; лояльність поліції за надання інформації тощо.

Фінансові ризики – це, з одного боку, небезпека потенційно можливої, вірогідної втрати ресурсів або недоотримання доходу порівняно з варіантом, який розрахований на раціональне використання ресурсів у цій сфері діяльності, з іншого боку, ймовірність отримання додаткової суми прибутку, пов'язаної з ризиком [40]. Таким чином, фінансові ризики належать до групи спекулятивних ризиків, які внаслідок свого виникнення можуть призвести як до збитків, так і до прибутків.

Організаційні та управлінські ризики. Бізнес залишається людським і творчим, де від талантів керівника залежить успіх справи. Власнику необхідно мати вищу освіту, щоб ефективно керувати центром та вивчити специфіку бізнесу він зобов'язаний. Ці знання допоможуть підприємцю придумати чимало «фішок», які залучатимуть клієнтів, і вигідно відрізнятиме його компанію від конкурентів.

До організаційних ризиків можна віднести: організаційні складнощі, ресурси, фінансування, утримання приміщення.

Управлінські ризики – ризики пов'язані з управлінням розважального центру. Це ризики, які виникають при оцінці проекту, плануванні заходів, проблеми в контрольних процедурах та комунікації. Наприклад, при роботі з працівниками та клієнтами. У даному разі важливу роль зіграє мотивація співробітників. Існують два види мотивації – зовнішня та внутрішня [41].

Зовнішня мотивація є засобом досягнення мети. При цьому він може використовуватися у двох напрямках: як стимул при очікуванні вигоди – принцип надії; як засіб тиску при очікуванні недоліків – принцип страху. Зовнішня мотивація повинна бути реалізована на початковому етапі як опора для створення системи ефективної роботи. Це також можна розглядати як додатковий допоміжний стимул у період консолідації. Якщо перевага, наприклад, премії зникає або до неї просто звикають, то активність діяльності знижується, а необхідна поведінка буде дедалі гіршою. Тому довгострокова

мотивація та ефективні зміни уповедінка співробітника досягається лише за умови створення внутрішньої мотивації, завдяки її довгостроковому впливу на результати праці та ставлення до роботи [1].

Внутрішня мотивація – це розуміння сенсу, переконання. Воно виникає, якщо ідея, цілі і завдання, сама діяльність сприймаються як гідні і доцільні [3].

У нашому центрі будуть застосовуватись обидва види мотивації.

Обставини непереборної сили (форс–мажор). Такі обставини у міжнародних та внутрішніх цивільно – правових відносинах позначаються термінами «форс – мажор» або форс – мажорні обставини. У підприємницьких відносинах діє принцип підвищеної відповідальності сторін. До форс–мажорних обставин відносять: війни, пожежі, землетруси, повені, інші стихійні лиха [4].

Для зниження ризиків пропонується страхування майна та розробка ефективної рекламної стратегії на ринку, оскільки проект найбільш чутливий до зміни обсягів послуг, що надаються.

Зведемо ризики до табл.3.4 з визначенням їх важливості.

Таблиця 3.4

Карта ризиків проекту дитячого розважального центру

Пріоритет ризикового фактора	Код та назва ризикового фактора	Група ризиків	Важливість фактора, (0–1)	Оцінка ризиків в балах, (0–10)	Оцінка з урахуванням важливості
1	2	3	5	6	$7=5 \cdot 6$
1	Війна в Україні	Високий	0,20	8	1,6
2	Відсутність збуту	помірний	0,17	7	1,19
3	Поява конкурентів	помірний	0,14	6	0,84
4	Реклама не ефективна	помірний	0,16	5	0,8
5	Втрата співробітників	помірний	0,16	4	0,64
6	Втрата клієнтів	помірний	0,1	4	0,4
	разом		1	34	5,47

Джерело: складено автором

Як видно з проведених розрахунків, проект є без ризиковим, проте, найвищим ризиком є війна, що може бути пов'язано з ракетними обстрілами,

повітряною тривоною, відключенням електроенергії, руйнуваннями, тощо, на другому місці за важливістю – відсутність збуту, що може бути пов'язано з зовнішніми ризиками, наприклад: інфляція, зростання комунальних платежів, зміна законодавства, тощо. Ризик травматизму дітей ми не вказуємо, так як ймовірність уникнення планується за рахунок встановлення відеоспостереження в ігровому залі.

Таблиця 3.5

Методи боротьби з ризиками

Вид ризику	Ймовірність появи	Страхування ризиків
1.Війна в Україні	висока	Облаштування укриття, наявність альтернативних джерел енергії, надання медичної допомоги у разі необхідності
2.Відсутність збуту	Ймовірність невелика	Обсяги збуту залежить від правильної маркетингової політики фірми і роботи центру. Активна реклама, спрямована на дану цільову аудиторію. Знижки та привабливі пропозиції для клієнтів. Стимулювання продажів.
3. Конкуренція	Ймовірність не велика	Ціновий запас міцності становить 40–50%, що дозволить знизити ціну у боротьбі за покупця.
4.Реклама не ефективна	Ймовірність невелика	Необхідно зробити якіснішу рекламу, яка спрямована на конкретну цільову аудиторію. У рекламі описати переваги компанії та додаткові послуги.
5.Втрата співробітників	Ймовірність невелика	Стимулювання працівників: кар'єрне зростання, підвищення кваліфікації, висока заробітна плата, премії.
6.Втрата клієнтів	Ймовірність не велика	Стимулювання клієнтів за допомогою знижок, пільг та хорошого обслуговування. Завоювання переваги перед іншими розвагами

Джерело: складено автором

Отже, найбільш ймовірним ризиком є війна в Україні, для забезпечення безпеки відвідувачів необхідно облаштувати укриття та придбати генератор, для уникнення зниження збуту має бути постійна активна реклама, як у соцмережах, так і на форумах Гайсинської громади. Ймовірність конкуренції невелика так як на даний час конкуренти в громаді відсутні. На свята та канікули можливо влаштування розіграшів, акцій, для постійних клієнтів

організувати бонусну програму. Проект придатний для реалізації та прибутковий про що свідчать наведені вище показники. Гарантією може бути постійно зростаючий прибуток, за умови нарощування обсягів реалізації. Крім того, відкриття дитячого розважального центру у Гайсинській громаді Вінницької області дозволить поліпшити емоційний стан дітей, зменшити негативну напругу, що виникла як у дітей так і дорослих в умовах війни.

Висновки до Розділу 3

Отже, за результатами оцінки ефективності реалізації проекту відкриття дитячого розважального центру зробимо наступні висновки.

Виявлено, що результати оцінки ефективності проекту відкриття дитячого розважального центру «Сонечко» показали, що проект є прибутковим, і окупиться у перші сім місяців діяльності, середня норма рентабельності проекту складе 188,63%.

Найбільш ймовірним ризиком є війна в Україні, для забезпечення безпеки відвідувачів необхідно облаштувати укриття та придбати генератор, для уникнення зниження збуту має бути постійна активна реклама, як у соцмережах, так і на форумах Гайсинської громади. Ймовірність конкуренції невелика так як на даний час конкуренти в громаді відсутні. На свята та канікули можливо влаштування розіграшів, акцій, для постійних клієнтів організувати бонусну програму. Проект придатний для реалізації та прибутковий про що свідчать наведені вище показники. Гарантією може бути постійно зростаючий прибуток, за умови нарощування обсягів реалізації. Крім того, відкриття дитячого розважального центру у Гайсинській громаді Вінницької області дозволить поліпшити емоційний стан дітей, зменшити негативну напругу, що виникла як у дітей так і дорослих в умовах війни.

ВИСНОВКИ

Отже, у кваліфікаційній роботі на тему: «Економічне обґрунтування відкриття дитячого розважального центру» розглянуто теоретичні засади функціонування бізнесу в сфері розваг: досліджено особливості надання послуг в сфері розваг в сучасних умовах, визначено організаційно–правова форма та система оподаткування дитячого розважального центру, з'ясовано нормативно–правове регулювання діяльності розважального центру. Проаналізовано економічну доцільність відкриття дитячого розважального центру: проаналізовано ринок послуг в сфері розваг в Україні, проаналізовано конкурентне середовище та сегментація ринку розваг, проведено планування витрат для відкриття дитячого розважального центру. Проведено оцінку ефективності реалізації проєкту відкриття дитячого розважального центру: розраховано та проаналізовано показники ефективності проєкту відкриття дитячого розважального центру, проаналізовано можливі ризики та планування заходів щодо їх запобігання.

За результатами проведеного дослідження зробимо наступні висновки.

1. Визначено, що зростання попиту на унікальні розваги стимулює зростання ринку сімейних / закритих розважальних центрів. Загалом, незважаючи на проблеми, очікується, що ринок дитячих розважальних центрів продовжуватиме зростати, оскільки він задовольняє попит на безпечні та захоплюючі варіанти розваг для дітей та сімей. Здатність галузі адаптуватися до мінливих споживчих уподобань та впроваджувати інноваційні технологічні досягнення відіграє вирішальну роль у її майбутньому успіху.

2. Пропонується при створенні дитячого розважального центру використати організаційно – правову форму – фізична особа – підприємець з групу, спрощена система оподаткування, неплательник ПДВ. Так як діяльність розважальних центрів вважається високорентабельним бізнесом, спрощена система оподаткування більш вигідна порівняно з загальною, адже платити податок потрібно з доходу.

3.3'ясовано, що нормативно – правове регулювання діяльності розважального центру складає значний перелік законодавчих документів, зокрема: Конституція України, Кодекси Податковий, Цивільний, Господарський, Закони України, постанови Кабінету Міністрів України, накази міністерств, Державні стандарти, розпорядження місцевих органів влади, тощо. Як основний вид діяльності за КВЕД для дитячого розважального центру пропонується 93.29 «Організування інших видів відпочинку та розваг» та інші додаткові види діяльності, для ведення діяльності за зазначеними КВЕД ліцензія не потрібна.

4.Визначено, що існуючі об'єкти розваг, щоб залишитися конкурентоспроможними по відношенню до новачків, будуть змушені змінюватись. Сервісна складова розважального ринку України також активно розвиватиметься, що призведе до появи більшої кількості компаній, що займаються консалтингом, постачанням обладнання та управлінням в галузі розважального бізнесу. Перспективним у сфері послуг розваг для дітей є облаштування розважальних центрів площею 50–200 м².

5.Оцінка конкурентного середовища м. Гайсин Вінницької області показала, що як у місті Гайсин, так і загалом у Гайсинській громаді практично відсутні пропозиції дитячих розважальних центрів. Є кінотеатр, бібліотеки, спортивна інфраструктура. Потенційна цільова аудиторія для дитячого розважального центру може скласти не менше 2 тис. осіб.

6.Виявлено, що загальна сума початкових витрат для відкриття дитячого розважального центру «Сонечко» складе 637 тис.грн, щомісячні поточні витрати – 269 237 грн. для відкриття розважального центру основною складовою є придбання обладнання, загальна вартість якого складе 433 тис.грн., у поточних витратах основною складовою є витрати на оплату праці у сумі 157 380 грн. Амортизація буде нарахована прямим методом у розрахунку періоду використання 7 років. Орендна плата 200 грн/м². Ведення бухгалтерського обліку пропонується передати на аутсорсинг.

7.Визначено, що за перший рік діяльності розважального центру «Сонечко» виручка складе 4198800 грн, податок 5% – 209940 грн, чистий дохід – 3988860 грн, собівартість послуг – 3230844 грн, виплата по кредиту – 206280 грн і чистий прибуток за перший рік 481647 грн. На кінець четвертого року діяльності дитячого розважального центру «Сонечко» обсяг виручки має скласти 4860635,9 грн., обсяг сплаченого податку з доходу – 243031,8 грн., за умови збільшення собівартості реалізованих послуг щороку на 5%, на кінець четвертого року проекту собівартість реалізації складе 3740105,8 грн., рентабельність продажів дитячого розважального центру «Сонечко» у перший рік складе 11,47%, 2-й рік – 13,25%, 3 –й та 4-й рік – 18,05%. Результати оцінки ефективності проекту відкриття дитячого розважального центру «Сонечко» показали, що проект є прибутковим, і окупиться у перші сім місяців діяльності, середня норма рентабельності проекту складе 188,63%.

8.Вважаємо, що найбільш суттєвим ризиком є війна в Україні, тому має бути обладнано укриття, придбано генератор, для уникнення ймовірності зниження збуту, тому має бути постійна активна реклама, як у соцмережах, так і на форумах Гайсинської громади. Ризик травматизму дітей ми не вказуємо, так як ймовірність уникнення планується за рахунок встановлення відеоспостереження в ігровому залі. Ймовірність конкуренції невелика так як на даний час конкуренти в громаді відсутні. На свята та канікули можливо влаштування розіграшів, акцій, для постійних клієнтів організувати бонусну програму. Проект придатний для реалізації та прибутковий про що свідчать наведені вище показники. Гарантією може бути постійно зростаючий прибуток, за умови нарощування обсягів реалізації. Крім того, відкриття дитячого розважального центру у Гайсинській громаді Вінницької області дозволить поліпшити емоційний стан дітей, зменшити негативну напругу, що виникла як у дітей так і дорослих в умовах війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрейченко А.В., Горбаченко С.А., Грінченко Р.В., Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Ватаманюк О. З. Бізнес–економіка : навч. посіб. Львів : ЛНУ ім. І Франка, 2018. 323 с.
3. Веделл–Веделлсборг Т. У чому ваша проблема? Мистецтво нешаблонного мислення / пер. з англ. Ольги Брагіної. Харків : Віват, 2023. 292 с.
4. Величко О. М. Основи системного аналізу і прийняття оптимальних рішень : підручник. Херсон : ОЛДІ–ПЛЮС, 2021. 670 с.
5. Воротіна Л. І. Бізнес–планування: методологія, методика, механізм : навч. посіб. К. : Вид–во Європ. ун–ту, 2010. 223 с.
6. Гайсинська територіальна громада – офіційний веб–сайт URL: <https://haisyn-municipality.gov.ua/> (дата звернення 19.02.2024 р.)
7. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436–IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення 06.02.2024 р.)
8. Дитячі розважальні центри в Україні: ціни 2023 року та як працюють під час війни: The Page URL: <https://thepage.ua/ua/ritejl/dityachi-rozvazhalni-centri-v-ukrayini-cini-2023-ta-yak-pracyuyut-pid-chas-vijni> (дата звернення 18.02.2024 р.)
9. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб / за заг. ред. д.е.н. Н. В. Сментини. К: ФОП Гуляєва В.М, 2019. 320 с.
10. Заїкіна В. В. Ризик у менеджменті : навч. посіб. Хмельницький : [б. в.], 2013. 151 с.
11. Іваніцька Л. Л. Організація бізнесу : навч. посіб. К. : Ун–т "Україна", 2013. 261 с.

- 12.Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010: Наказ Держспоживстандарту України від 11.10.2010 № 457 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (дата звернення 06.02.2024 р.)
- 13.Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/254к/96-вр#Text> (дата звернення 06.02.2024 р.)
- 14.Костецька І. І. Бізнес-планування у системі менеджменту : навч. посіб. Львів ; Дрогобич : Посвіт, 2019. 271 с.
- 15.Макаренко С. М. Бізнес-планування : навч.-метод. посіб. Херсон : Стар, 2017. 222 с.
- 16.Менеджмент стартап проектів : підруч. / О. А. Гавриш та ін. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського : Політехніка, 2019. 337 с.
- 17.Могилевська О. Ю. Ризик-менеджмент на організованих товарних ринках : монографія. Київ : КиМУ, 2023. 295 с.
- 18.Організація власного бізнесу : навч. посіб. / Є. Ткач та ін. Чернівці : ЧНУ : Рута, 2023. 263 с.
- 19.Основи бізнесу : навч. посіб. / Н. В. Сментина та ін. Харків : Діса плюс, 2021. 423, [1] с.
- 20.Основи бізнесу: навчальний посібник / Доброва Н.В., Осипова М.М. Одеса: Бондаренко М. О., 2018. 305 с.
- 21.Підприємництво : навч. посіб. / Г. І. Купалова та ін. ; за заг. ред. Г. І. Купалової. Київ : Київський університет, 2023. 375 с.
- 22.Підприємницькі ризики : навч. посіб. / уклад. Н. В. Білошкурська. Умань : Сочінський М. М. [вид.], 2020. 144 с.
- 23.Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення 06.02.2024 р.)

- 24.Про Державний бюджет України на 2024 рік: Закон України від 09.11.2023 № 3460–IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3460–20#Text> (дата звернення 06.02.2024 р.)
- 25.Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» від 15.05.2003 № 755–IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755–15#Text> (дата звернення 07.02.2024 р.)
- 26.Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 06.07.1995 № 265/95–ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95–вр#Text> (дата звернення 06.02.2024 р.)
- 27.Про затвердження Правил пожежної безпеки в Україні: Наказ Міністерства внутрішніх справ від 30.12.2014 № 1417 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0252–15#Text> (дата звернення 07.02.2024 р.)
- 28.Про захист прав споживачів: Закон України 10.06.2023 № 3153–IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3153–20#Text> (дата звернення 07.02.2024 р.)
- 29.Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 08 липня 2010 року № 2464–VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464–17#Text> (дата звернення 06.02.2024 р.)
- 30.Про культуру: Закон України від 14.12.2010 № 2778–VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778–17#Text> (дата звернення 07.02.2024 р.)
- 31.Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 № 280/97–ВР (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, № 24, ст.170) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97–вр#Text> (дата звернення 06.02.2024 р.)

- 32.Про перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності: Закон України від 19.05.2011 № 3392–VI <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3392-17#Text> (дата звернення 07.02.2024 р.)
- 33.Про систему громадського здоров'я: Закон України від 06.09.2022 № 2573–IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2573-20#Text> (дата звернення 07.02.2024 р.)
- 34.Психологія бізнесу та управління : навч. посіб. / Н. І. Жигайло та ін. ; за ред. проф. Н. І. Жигайло. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2023. 399, [1] с.
- 35.Савіна Н. Б. Підприємництво і бізнес–планування : навч. Посіб. Рівне : НУВГП, 2011. 191 с.
- 36.Савченко О. І. Інноваційне підприємництво та бізнес–планування : навч.–метод. посіб. Харків : Щедра садиба плюс, 2015. 157 с.
- 37.Соціально–економічний паспорт Гайсинської міської територіальної громади URL: <https://storage.googleapis.com/svoic-upload/222/181371/ПАСПОРТ-2023.pdf> (дата звернення 19.02.2024 р.)
- 38.Сумець О. М. Стратегії управління бізнесом : навч. посіб. Харків : Планета–Прінт, 2018. 119 с.
- 39.Увага, діти: як працюють дитячі розважальні центри під час війни. Кейси Країна мрій та Neopolis – Асоціація ритейлерів України URL: <https://rau.ua/dosvid/uvaga-diti/> (дата звернення 18.02.2024 р.)
- 40.Управління ризиками та безпека бізнесу : навч. посіб. / В. П. Іващенко, І. М. Фріман, Є. М. Фріман. Дніпро : Акцент, 2020. 142 с.
- 41.Управління стартапами : підруч. / О. А. Гавриш та ін. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського : Політехніка, 2020. 716 с.
- 42.30 best indoor family entertainment centers in the world in 2023 URL: <https://www.wonkaplayground.com/indoor-family-entertainment-center/> (дата звернення 06.02.2024 р.)

- 43.Children Entertainment Centers Market Outlook, Report 2024–2032 URL:
<https://www.imarcgroup.com/childrens-entertainment-centers-market> (дата
звернення 06.02.2024 р.)
- 44.Children Entertainment Centers Market to Reach \$30.7 Billion by 2032 at
10.6% CAGR: Allied Market Research URL:
[https://finance.yahoo.com/news/children-entertainment-centers-market-
reach-061500820.html](https://finance.yahoo.com/news/children-entertainment-centers-market-reach-061500820.html) (дата звернення 06.02.2024 р.)
- 45.Family/Indoor Entertainment Centers Market Analysis And Trends 2024–
2033 URL: [https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/family-
or-indoor-entertainment-centers-global-market-report](https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/family-or-indoor-entertainment-centers-global-market-report) (дата звернення
06.02.2024 р.)
- 46.Family/Indoor Entertainment Centres Market. Market Size, Share & Forecast
Analysis URL: [https://www.stratviewresearch.com/1578/family-indoor-
entertainment-centres-market.html](https://www.stratviewresearch.com/1578/family-indoor-entertainment-centres-market.html) (дата звернення 06.02.2024 р.)
- 47.Insights: Global Entertainment and Media Outlook 2023–2027. PwC URL:
[https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook/insights-and-
perspectives.html](https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook/insights-and-perspectives.html) (дата звернення 06.02.2024 р.)
- 48.Leisure And Entertainment – Ukraine. Market Forecast URL:
[https://www.statista.com/outlook/co/consumption-indicators/leisure-and-
entertainment/ukraine#entertainment](https://www.statista.com/outlook/co/consumption-indicators/leisure-and-entertainment/ukraine#entertainment) (дата звернення 18.02.2024 р.)