

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
на тему

***Розробка та шляхи реалізації міжнародного
інвестиційного проекту: «Відкриття салону
краси у Чехії»***

Виконав: здобувач IV курсу, групи МЕВ-16
Спеціальності 292 Міжнародні економічні
відносини

Білоткач Я.О.
прізвище, ініціали

Керівник: Задоя А.О., доктор економічних
наук, професор
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2020

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Перший (бакалаврський) рівень

Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини

Затверджую:

Зав. кафедри _____

(підпис, прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

“ ____ ” _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу

Білоткач Яна Олександрівна

1. Тема роботи: " Розробка та шляхи реалізації міжнародного інвестиційного проекту «Відкриття салону краси під ключ у Чехії »

2. Керівник роботи: Професор, д.е.н. Задоя Анатолій Олександрович.

Затверджені наказом від " ____ " _____ 20__ р., № _____

3. Термін здачі здобувачем закінченої роботи: 1 червня 2020 р.

4. Цільова установка та вихідні дані до роботи: розробка, обґрунтування та аналіз ефективності й доцільності втілення міжнародного інвестиційного проекту «Відкриття салону краси під ключ у Чехії»

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

1.Сучасний економічний стан Чехії.

2.Зовнішньоекономічна діяльність Чехії.

3.Розробка міжнародного інвестиційного проекту щодо створення салону краси.

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	Задоя А.О., зав. кафедри		
Розділ 2	Задоя А.О., зав. кафедри		
Розділ 3	Задоя А.О., зав. кафедри		

7. Дата видачі завдання _1 лютого 2020 р. _____

8. Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1.	Визначення теми роботи та узгодження її з керівником	15.03.20	
2.	Розробка плану роботи та узгодження його керівником	20.03.20	
3.	Підготовка першого розділу	01.04.20	
4.	Підготовка другого розділу	15.04.20	
5.	Підготовка третього розділу	15.05.20	
6.	Подача завершеної роботи	01.06.20	
7.	Попередній захист роботи	10.06.20	
8.	Захист роботи	20-25.06.20	

Здобувач

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи

(підпис)

(прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Білоткач Я.О. Розробка та шляхи реалізації міжнародного інвестиційного проекту «Відкриття салону краси у Чехії.»

У роботі проведено дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку економіки Чехії за останні п'ятнадцять років. Виявлено, що економіка країни швидко зростає, тут легко створити підприємство, зареєструвати власність і отримати кредит в банку з мінімумом ризиків.

Це створює сприятливі умови для організації підприємств малого бізнесу, де можна поєднувати інвестування та створення робочого місця для самого інвестора. У роботі розроблено міжнародний інвестиційний проект по створенню салону краси у столиці Празі за рахунок власних коштів та кредитування з України. Наведені розрахунки потреби в інвестиційних ресурсах, обґрунтовано організаційно-правову форму створюваного підприємства, а також проведено розрахунки основних показників, які дали змогу оцінити інвестиційну привабливість запропонованого проекту.

***Ключові слова:* трудова міграція, інвестиційний клімат Чехії, NPV, термін окупності інвестиційного проекту**

SUMMARY

The study examines the current state and trends of the Czech economy over the past fifteen years. It was found that the country's economy is growing rapidly; it is easy to set up a business, register property and get a bank loan with minimal risk.

This creates favorable conditions for the organization of small businesses, where you can combine investment and job creation for the investor. The work develops an international investment project to create a beauty salon in the capital Prague at its own expense and lending from Ukraine. Calculations of the need for investment resources are given, the organizational and legal form of the created enterprise is substantiated, and also calculations of the basic indicators which have allowed to estimate investment attractiveness of the offered project are carried out.

Key words: labor migration, Czech investment climate, NPV, payback period of the investment project

ЗМІСТ

6	ВСТУП
9	РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІКА ЧЕХІЇ: СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ОНОВНІ ПРОБЛЕМИ
9	1.1 . Історія розвитку чеської економіки
14	1.2 . Ринок праці Чехії та її участь у міжнародних міграційних процесах
18	1.3 . Проблеми в економіці Чехії
22	РОЗДІЛ 2. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЧЕХІЇ: МІЖНАРОДНИЙ РУХ ТОВАРІВ ТА КАПІТАЛУ
22	2.1. Експортно-імпортна діяльність Чехії
31	2.2. Масштаби та основні напрямки прямого закордонного інвестування у Чехію
34	2.3. Оцінка інвестиційного клімату Чехії та ступені його привабливості для українських інвесторів
38	РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ЩОДО СТВОРЕННЯ САЛОНУ КРАСИ З НАДАННЯ ПОСЛУГ ЧЕХАМ ТА ТУРИСТАМ
38	3.1. Аналіз ринку послуг та конкурентів у Празі
39	3.2. Система сервісу та послуг в салоні
41	3.3. Розрахунок очікуваних доходів та оцінка економічної привабливості інвестиційного проекту
49	ВИСНОВКОК
50	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

Чехія - розвинена країна зі стабільною економікою. Створити бізнес в Чехії сьогодні мріють успішні бізнесмени і ті, хто робить перші кроки на цій ниві. Країна має розвинену ринкову економіку, є членом ЄС з 2004 року. Щорічні дослідження агентства DOING BUSINESS вивели країну на 27 місце серед 190 країн, що мають сприятливі умови для створення і ведення бізнесу.

Щоб почати свій бізнес в Чехії, необхідно вивчити ряд особливостей ведення бізнесу.

Мета даної роботи – фактично готовий бізнес-план салону краси з розрахунками та відповідями на питання за рахунок чого, за рахунок яких послуг, в яких співвідношеннях, з якими ресурсами в касі салону з'являться гроші. Що вплине на те, буде їх більше або менше? Які параметри і що треба змінити, щоб грошей було більше, а період їх отримання менше? На якому взагалі ринку ми будемо працювати? Скільки грошей нам необхідно вкласти для реалізації проекту «салон краси під ключ» і коли ми пройдемо точку беззбитковості?

Завданням, яке треба виконати в даній роботі, буде збір та аналіз інформації про сучасний стан та тенденції розвитку економіки Чехії за останні п'ятнадцять років. Також треба розглянути зовнішньоекономічну діяльність, який рух товарів та капіталу, експортно-імпортну діяльність Чехії. Та оцінити інвестиційний клімат країни та його привабливість. Розробка самого проекту після всього аналізу ринку послуг, конкурентів у Празі. І на завершення, розрахунок очікуваних доходів від проекту

Перше, на що звертають увагу європейці при покупці будь-якої продукції - це бренд. У Чехії покупці ретельно вивчають інформацію про фірму, цікавляться відгуками у людей, які використовують продукцію даного бренду. Не менш важливим фактором є тривалість роботи даної фірми в конкретній галузі. Як правило, якщо продукція задовольнила потреби і очікування покупця, то людина буде замовляти товари в даній фірмі на постійній основі. На появу нових брендів

чехи реагують з побоюванням і недовірою. Тому скласти конкуренцію вже існуючим відомим в Чехії брендам і фірмам досить складно.

По-друге, слід запам'ятати, що чехи - європейці. І як всім європейцям їм властива практичність і економічність. Навіть забезпечені чехи не стануть витратити свої гроші на італійські алмазні панелі або золоті унітази. Тому, для того, щоб відкрити прибутковий бізнес в цій країні слід підлаштуватися під менталітет її громадян.

По-третє, висока конкуренція - ще одна характеристика бізнесу в Чехії. Якщо в Росії і Україні є ніші, в яких можна організувати прибутковий бізнес і без проблем володіти ним довгий час, то в Європі це проблематично. Це пов'язано з тим, що всі прибуткові напрямки бізнесу в Європі вже зайняті і тут досить жорстка конкуренція. Розоритися можна в будь-який момент. Тому європейські бізнесмени завжди стежать за новинками, шукають нові шляхи реалізації своїх планів і завжди йдуть в ногу з часом.

Почавши бізнес у Чехії, також необхідно приділити особливу увагу сервісу та обслуговування клієнта. Тут все повинно бути на висоті. Європейці цінують, коли їх зустрічають з посмішкою на обличчі. А доброзичливе ставлення вважається обов'язком кожного перукаря, продавця, масажиста. Дуже часто європейці набридають продавцям своїми питаннями про товар, численними примірками. Їм потрібна повна інформація про товар, який вони будуть купувати. Нерідко це є простою перевіркою продавця на витривалість і доброзичливе ставлення. Зазвичай, підприємці з країн СНД, не враховують цей момент, і, як правило, поступаються європейським бізнесменам за якістю обслуговування і сервісу.

Якщо розглядати відкриття салонного бізнесу в Чехії, варто перш за все обміркувати його розміщення в столиці країни - Празі. Хоча тут уже можна знайти перукарні, фітнес-центри і салони краси на будь-який смак, кількість які відвідують місто туристів така велика, що ще одне підприємство індустрії краси теж не залишиться без клієнтів.

Проаналізувавши індустрію краси, можна виявити, що чеським жінкам, незважаючи на прохолодне ставлення до макіяжу і косметичі в цілому, як і будь-яким іншим представницям прекрасної статі, хочеться виглядати і залишатися молодими і красивими.

Проблеми, з якими може зіштовхнутися бізнесмен, незначні. Необхідність реєстрації в державних органах. У Чехії оформити свій бізнес нескладно. Для цього буде потрібно трохи часу і невеликий статутний капітал. З 2014 року чеський уряд ухвалив рішення про те, що статутний капітал для відкриття ТОВ може починатися з однієї крони. Після того, як статутний капітал сформований, необхідно звернутися до нотаріуса для оформлення необхідних документів. Після цього необхідно подати заявку та документи в Торговий Суд. Співробітники Торгового Суду перевіряють правильність заповненої заяви і достовірність поданих документів, після чого реєструють нового підприємця.

Крім того, перед подачею заяви в Торговий Суд слід визначитися з формою бізнесу. Найбільш поширеними формами бізнесу в Чехії є s.r.o. (ТОВ) і živnostník (індивідуальний підприємець). Як правило, товариство з обмеженою відповідальністю оформляють у разі, якщо на фірмі буде працювати кілька співробітників, що не має кровних зв'язків з власником бізнесу. ІП оформляють у разі, коли власником і співробітником фірми буде одна особа.

РОЗДІЛ 1.

ЕКОНОМІКА ЧЕХІЇ: СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ

1.1. Історія розвитку чеської економіки

Починаючи з середини XIX століття, Чехія була однією з найбільш промислово розвинених країн Європи. Провідними галузями промисловості були текстильна, харчова, гірничодобувна, металургійна, машинобудівна. У 1861 році довжина залізничної мережі склала близько 700 км, а в 90-ті роки вже - 4596 км. У 1869 році відкрився перший національний чеський банк - Жівностенський банк.

У XX столітті тривав індустріальний розвиток Чехії. Перед другою світовою війною Чехословаччина була однією з найрозвиненіших країн світу. У 1937 р дохід на одного жителя країни був таким же, як у Франції і перевищував рівень Італії. Чехи добре це пам'ятають і прагнуть в недалекому майбутньому знову досягти цього положення.

Після "оксамитової революції" 1989 року в країні були проведені широкомасштабні економічні реформи, в основі яких були ваучерна приватизація підприємств, залучення іноземних інвесторів, лібералізація цін і зовнішньої торгівлі, девальвація чеської крони. В результаті проведення реформ намітилося зростання промислового виробництва, збільшилися темпи інвестицій. Однак, помилки, допущені в процесі проведення реформ, призвели до значного спаду в розвитку економіки і зниження ВВП. У 1997 році зростання економіки Чехії загальмувався, країна увійшла в період стагнації, якої в даний час вже подолала. За час реформ показник валового фінансового накопичення до ВВП в Чехії досяг 24%, в той час як в країнах ЄС ця величина складає 20%.

Машинобудування, металообробка, електротехнічна промисловість, хімічна промисловість, а також текстильна і швейна промисловість є найбільш розвиненими галузями промисловості Чехії. Чехія вважається найбагатшою країною в Центральній Європі, найбільш промислово розвиненою і з найменшою

часткою сільського господарства в своєму валовому внутрішньому продукті. Серед пост комуністичних держав Чехія в даний час займає друге місце за рівнем життя після Словенії.

Чехія сьогодні - це розвинена держава, економіка якої побудована на принципах відкритого вільного ринку. Фахівці пророкують економіці Чехії блискуче майбутнє. Їх прогнози базуються на державній легальній системі, яка залучає іноземних інвесторів твердими гарантіями збереження їх вкладень, на розвинутою в країні інфраструктурі і наявній кваліфікованій робочій силі.

Статистика

Обсяг Внутрішнього Валового Продукту в Чехії виріс до 247 USD млрд. В 2019 максимальний обсяг сягав 247 USD млрд., А мінімальний 4.9 USD млрд. (Рис.1.1)

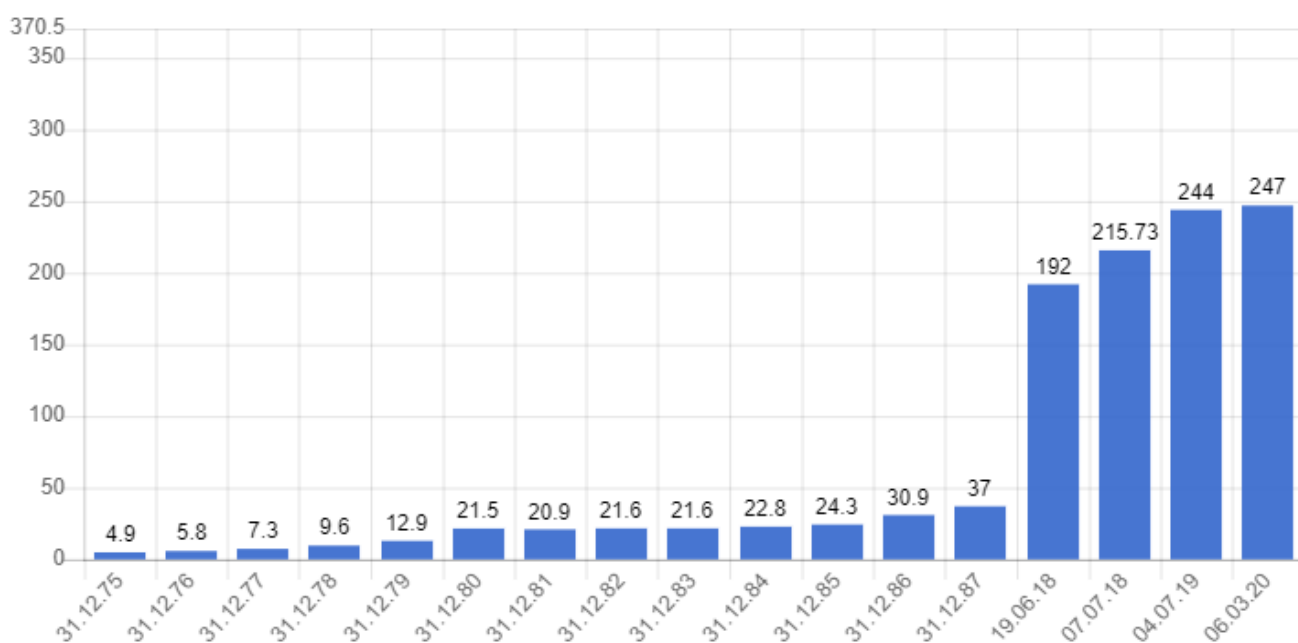


Рис.1.1 Останні дані по ВВП в Чехії (usd млрд.)

[Джерело: take-profit.org біржовий портал №1]

В даний час Чехія - це одна з найбільш розвинених індустріальних країн центральної та східної Європи. Це самодостатня країна, де добре розвинені всі галузі економіки.

Головні країни-експортери: Німеччина 31,8%, Словаччина 9,1%, Польща 6,1%, Франція 5,1%, Великобританія 4,9%, Австрія 4,7%.

Головні країни-імпортери: Німеччина 30,3%, Польща 8,1%, Словаччина 7,2%, Китай 5,8%, Нідерланди 5,5%, Росія 5,1%, Австрія 4,1%.

Кількість працездатного населення: 5,4 мільйона чоловік, рівень безробіття 6,7%.

У Чехії в столиці Празі та в Південно-Західній області в 2018 році було зафіксовано найнижчий рівень безробіття серед всіх регіонів ЄС. Про це вповідомило статистичне відомство ЄС Eurostat. У Празі рівень безробіття становив 1,3 відсотка, у чеському регіоні, розташованому поблизу кордону з Німеччиною та Австрією, - 1,5. (Рис.1.2)



Рис.1.2 Рівень безробіття в Чехії, %

[Дані: Статистичне відомство Чехії]

Втім, є в Чехії і безробіття, і надлишок фахівців в певних областях. Так, кількість юристів та економістів з кожним роком зростає, однак, кількість робочих місць для них строго обмежена. Проте, ці спеціальності є найбільш затребуваними серед абітурієнтів. Кадровий голод спостерігається в хімічній промисловості, металургії, машинобудуванні. Чеські роботодавці відправляють в агентства трудового ресурсу запити про кваліфікованих інженерів, хіміків, технологів і конструкторів, але, на жаль, власний ринок праці не пропонує таких фахівців, тому дуже часто на роботу наймають тих, хто відповідає вакансії, але не є громадянином країни.

Як змінюється і від чого залежить економіка Чехії в наш час?

Після розпаду комуністичного табору в 90-х роках XX століття Чехія, в порівнянні з іншими республіками, порівняно легко перебудувала свою економіку під ринкові вимоги. Була проведена грамотна приватизація власності, скасування регулювання цін з боку держави, а також було дозволено приватне підприємництво. За рахунок цих успішних економічних заходів, а ще за рахунок інвестицій з-за кордону, вже до середини 90-х державна частка в ВВП Чехії становила близько 20%, а інша частка в ВВП припадала на приватні фірми.

Чехія досить легко переорієнтувалася на європейські економічні стандарти і вимоги. Внаслідок чого, вже в 2004 році стала повноправним членом Євросоюзу. Світова економічна криза, безумовно, позначилася на чеській економіці, але держава досить швидко оговталася від потрясінь. Зараз Чехія за показниками зовнішньої торгівлі знаходиться на рівні таких розвинених країн ЄС, як Франція і Італія. А її ВВП неухильно зростає. За даними на початок 2018 року, зростання ВВП Чеської Республіки склало більше 5%. Як можна перекоонатися з наведених вище показників, рівень життя в Чехії зростає дуже швидкими темпами, вже зараз держава знаходиться в числі найбільш економічно перспективних країн Східної Європи, займаючи 2-е місце після Словенії. Отже, виходячи з даних економіки, можна зробити висновок, що Чехія зараз живе набагато багатше, ніж будь-коли, все в країні розвивається, майже немає безробіття і т.д. [EUROSTAT – New Cronos. Science and Technology Statistics]

Але чому ж тоді такий різнобій в заробітній платі, яка все ж набагато нижче, ніж в розвинених європейських країнах? До речі, самі жителі Чехії не вважають, що живуть набагато краще, ніж навіть на момент далекого 1989 року. Парадокс? Та ще й який. Якщо порівняти доходи всіх жителів Чехії з доходами населення Праги, то можна побачити велику різницю. Це обумовлено деякими особливостями місцевого менталітету і економіки. Прага вважається найбільшим і багатонаселеним містом країни, інші міста набагато менше, там не розташовані державні установи та офіси великих компаній. Та й за кількістю туристів Прага

залишає далеко позаду всі інші населені пункти в країні. Фактично, в столиці зосереджена вся державна і ділове життя держави. Тому робота побільше, і зарплата, відповідно, там вище, ніж в регіонах. Після чудової Праги привабливим для життя і роботи вважається Брно - друге за чисельністю населення місто з не менш прекрасною архітектурою і високорозвиненою промисловістю. Але нерівномірний розподіл доходів по областях країни не єдина причина невпевненості чехів в завтрашньому дні. У Чехії дуже високі ставки оподаткування через наближення їх до європейських показників. При офіційної середньої зарплати близько 1100 євро, після вирахування всіх податків залишається чистий прибуток десь близько 850 євро.

Комунальні платежі в Чехії нижче, ніж в багатьох країнах Європи, але теж відчутні і складають приблизну суму в 150 євро в місяць. Тобто, кваліфікованому працівнику після всіх виплат дістається щомісячний дохід близько 700 євро, що не так вже й багато. Некваліфіковану працю цінується набагато менше, десь в межах від 600 до 800 євро без урахування податків і комунальних. Але є і багато позитивних моментів життя в Чехії. Зокрема, це досить низькі ціни на одяг і продукти харчування. Вони знаходяться на рівні середньоросійських, що дуже непогано, враховуючи середній сімейний дохід чехів, який відчутно вище, ніж в Росії. До речі, доходи бідних і багатих людей в Чехії врівноважені - розрив між ними один з мінімальних в Європі. Ще один з плюсів - безкоштовна освіта. Причому дипломи російських ВНЗ-ів визнаються і високо цінуються в Чехії, що може допомогти в пошуку роботи. Ось ще кілька коротких прикладів позитивних аспектів життя в ЧР:

- стабільна національна валюта - крона;
- низький рівень злочинності;
- приємний клімат і вигідне географічне розташування - до високорозвинених європейських країн буквально «рукою подати»;
- комфорт і чистота у всіх населених пунктах.

1.2 Ринок праці Чехії та її участь у міжнародних міграційних процесах

Ринок праці в Чеській Республіці сильно відрізняється в залежності від регіону. Кращі робочі місця зазвичай можна знайти в столиці, Празі, хоча інші регіони наздоганяють.

Сильне зростання в секторі електротехніки, автомобілебудуванні і в сфері туризму можна спостерігати в усіх великих містах країни. Крім того, через закони ЄС про дерегулювання, ІТ та телекомунікаційні послуги зростають, створюючи високий попит на співробітників в цих секторах.

Однак ситуація в сільській місцевості відрізняється. Незважаючи на розвиток туризму, яке життєво важливо в більш віддалених районах, спостерігається постійна нестача робочих місць. Роботи, пов'язані із сільськогосподарською, шкіряною і текстильною промисловістю, особливо занепадають.

Середня зарплата в Чехії

Протягом кожного року заробітна плата в Чехії збільшується - якщо вірити усередненими показниками. Однак, насправді зарплата реальних громадян Чехії поступово знижується, тому що більшу частину приросту чехи втрачають через інфляцію. Чеському інституту статистики вдалося підрахувати, що за останні роки зарплата збільшилася на 2,3%, але якщо співвідносити ці цифри з реальністю, то доходи впали більш ніж на один відсоток. Це означає, що вартість послуг і товарів підвищилася.

Звичайно, як і в інших країнах, заробітна плата в Чеській республіці в 2020 році залежить не тільки від умінь і навичок працівника, але ще і від рівня життя в окремих містах і регіонах. Цілком закономірно, що столичні заробітні плати перевищують регіональні. [Рис.1.3]

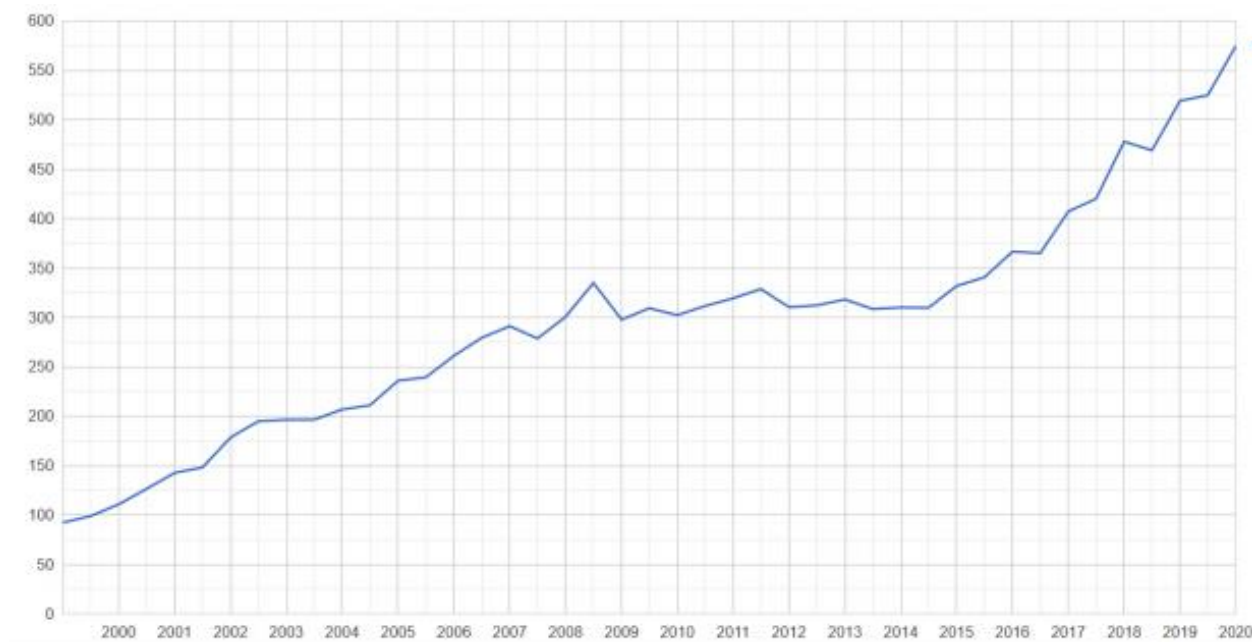


Рис.1.3 Статистика рівня мінімальної зарплати в Чехії, євро

Мінімальна офіційна зарплата в Чехії за даними Євростату в 2019 році становить 518,97 євро на місяць. [Рис.1.4]

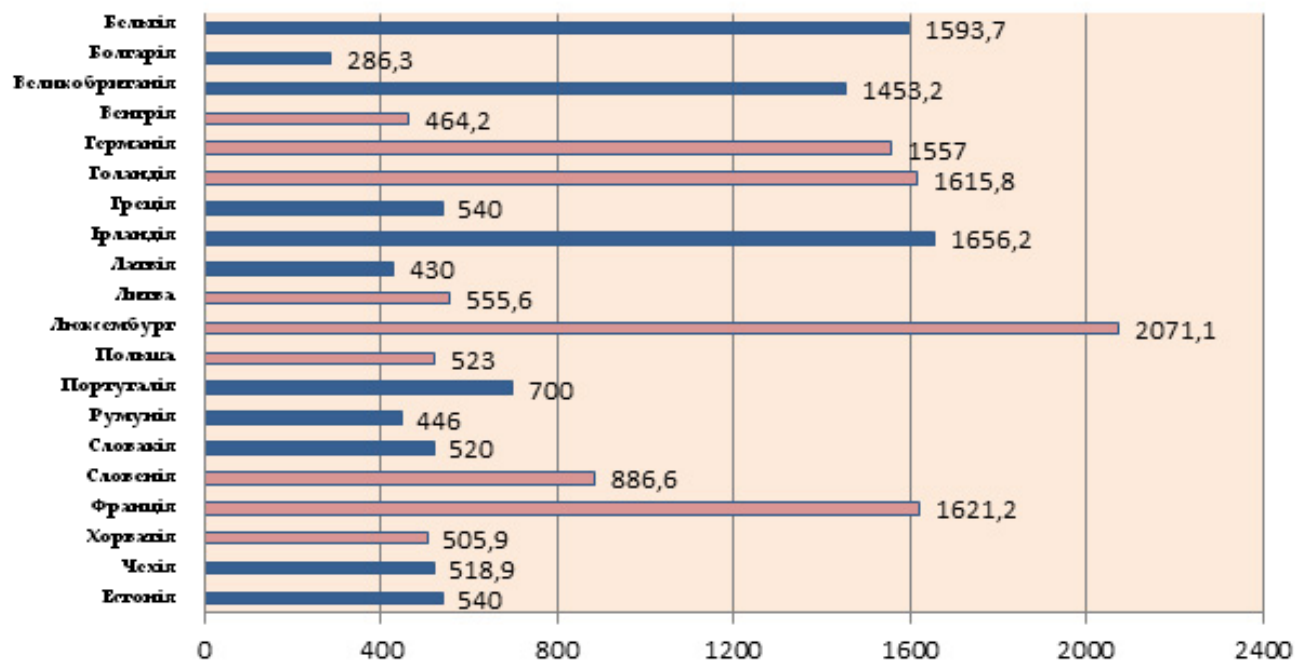


Рис.1.4 Рівень мінімальних зарплат в країнах ЄС в 2019 р., євро
[Дані: EUROSTAT – New Cronos. Science and Technology Statistics]

Економічна криза серйозно зачепила Чехію. У цій країні безліч розвинених серйозних промислових підприємств, тут потужний туристичний сектор і хороша аграрна середа, але тим не менш зарплати коливаються. Однак, є і сектори зі стабільною заробітною платою:

- медицина;
- ІТ і гейм-розробка;
- адміністративна середа

Як і в нашій країні, рівень зарплат тут досить плаваючий. Природно, найвищі зарплати - в столиці, тому багато хто хоче влаштуватися на роботу в Прагу. Якщо розглядати середньоарифметичне значення по всій державі, то вийде трохи більше 1300 євро. На ділі зарплати поширені не дуже рівномірно - столичні зарплати навіть на простих посадах понад 1500 євро, в той час як на півночі країни дохід на тих же спеціальностях починається від 550 євро. Середня зарплата в Чехії в 2020 році становить 1317 євро.

Особливості трудової міграції в Прагу

В даний час робота в Чехії, зокрема в Празі, має ряд переваг і користується великим попитом у зарубіжних здобувачів з різних країн. Зарплата столичних працівників перевищує середні показники по країні, а ринок праці пропонує помітно більше вакансій для іноземців. Випускники чеських вузів, які не можуть в повній мірі реалізувати свої амбіції в рідній країні, сприяють створенню додаткових робочих місць, які із задоволенням займають українці та росіяни. Наприклад, у медичній і будівельній галузі.

Прага - це діловий центр і найбільше економічно розвинене місто країни, де зосереджено основний масив чеського бізнесу. Доходи столиці становлять близько 25% ВВП Чехії. Практично в рівній мірі тут можуть знайти роботу як професіонали в промисловій галузі, так і в сфері послуг. Населення Праги в 2019 році перевищує 1,3 млн осіб. За деякими підрахунками до 30% - це іноземці, серед яких багато вихідців з України та Росії. Зрозуміло, конкуренція на місцевому

ринку праці дуже висока. Місцеві жителі і громадяни ЄС мають пріоритетне право на працевлаштування в Празі і тільки в разі відсутності протягом мінімум 30 днів претендентів на робоче місце серед цих категорій працівників вакансію можуть зайняти здобувачі з інших країн. Це є основною складністю для росіян чи українців, які хочуть знайти роботу в Празі в 2019 році. Досить часто чеський уряд встановлює спеціальні квоти на працевлаштування іноземних фахівців з країн СНД, що володіють дефіцитними професіями, і не вимагає дотримання вищевказаної умови. Також винятком може бути сезонна робота в Празі терміном до 6 місяців.

Варто відзначити, що фінансово-економічний криза 2008 року однозначно вплинула на імміграцію в Чехію. Потік мігрантів скоротився - падіння в кінці 2009 року склало близько 60% в порівнянні з другою половиною 2007 року, частина іноземців втратила роботу (близько 12 тисяч іноземців було звільнено тільки в першому кварталі 2009 року) і були змушені покинути країну. Найбільші масштаби скорочень серед мігрантів були відзначені в автомобілебудуванні і будівництві. Крім того, в Чехії серед трудових мігрантів поширений такий вид зайнятості, як тимчасова і самостійна зайнятість. В результаті в кризовий період в країні сформувалося значне число безробітних мігрантів, як і в інших державах - центрах імміграції. Багато мігрантів були змушені перейти на "індивідуальну зайнятість". При цьому в кризовий період більшість іммігрантів все ж змогли знайти нове місце роботи в інших секторах господарства, зросла роль тіньової зайнятості - залучення в економічну діяльність незареєстрованих працівників. Частина іммігрантів була змушена також перейти на нелегальне становище. Крім того, кризові умови сприяли в цілому уповільненню припливу нових мігрантів до Чехії в наступні періоди.

Як показують дослідження, типовим трудовим мігрантом з України, який працює в Чехії, є добре освічений, одружений чоловік у віці 25-54 років з родини з невеликим числом дітей і з низькими доходами на сім'ю. Українські мігранти в Чехії зайняті на низькокваліфікованих і непривабливих видах робіт.

В цілому всі іммігранти в Чехії можуть бути розділені на три групи. Перша включає вихідців зі Східної Європи і колишніх радянських республік, серед яких переважають чоловіки з низьким рівнем освіти. Частина ж з них високоосвічені, але на практиці представники першої групи зайняті переважно фізичною працею, часто в будівництві. Друга група мігрантів об'єднує громадян США і країн Західної Європи, які найчастіше мають вищу освіту і потрапляють в високотехнологічні галузі чеської економіки. І, нарешті, до третьої групи входять мігранти з азійських країн, чия трудова діяльність пов'язана з торгівлею та обслуговуванням. Як бачимо, велика їх частина, як і значне число з першої групи, зайняті низькокваліфікованою працею.

1.3. Проблеми в економіці Чехії

Окрему проблему для Чеської Республіки становить нелегальна міграція та працевлаштування, наслідком яких є зростання тіньової економіки, недоотримання податків і ряд інших аспектів. За офіційними даними, з 2008 року щорічний потік нелегальних мігрантів в країну скоротився, і в даний час їх частка серед усіх іноземців не перевищує 1%. В абсолютному вираженні це становить близько 3-4 тисяч осіб на рік. Кардинальної зміни ситуації в порівнянні, наприклад, з 2000 роком, коли частка нелегальних мігрантів перевищувала 26%, сприяли зусилля органів влади по боротьбі з цим видом міграції та підготовчі заходи щодо вступу в ЄС. Однак одну з ключових ролей зіграло також вступ Чехії до Шенгенської зони. Свої корективи в статистичні дані внесла і зміна методології підрахунку.

За існуючими іншими оцінками, кількість нелегальних мігрантів в Чеській Республіці в даний час варіює від 40 до 300 тисяч чоловік. Зокрема, міністерство праці та соціальних справ Чеської Республіки вважало чисельність нелегальних мігрантів рівною з кількістю економічно активних легальних іммігрантів в країні [Drbohlav, Lashmanova, 2008]. Такий порядок пояснюється як відмінністю

методологій підрахунку, так і різницею в розумінні суті нелегальної міграції дослідниками. Варто відзначити, що верхня межа кількості нелегальних мігрантів в Чехії з плином часу залишається приблизно на одному і тому ж рівні: у 2000 році, за оцінками дослідників, їх було в країні 295-335 тис. чоловік. При цьому чисельність нелегально працюючих перевищувала 20 тисяч [Undocumented. 2009: 27-28].

Основними шляхами проникнення нелегальних мігрантів на територію Чехії є сухопутний кордон із Словаччиною і Польщею і міжнародний аеропорт в місті Прага. При цьому в Чехії часті випадки, коли нелегальні мігранти потрапляють в країну легальним шляхом, а залишаються вже нелегально. У цій області набули поширення такі методи, як отримання візи на навчання, фіктивні шлюби і фіктивне батьківство. Часткова легалізація подібних мігрантів відбувається через систему клопотань про притулок, однак не всім вдається цим скористатися. Особливо поширена вона серед осіб, які працювали або навчалися в Чехії в 1980-і роки.

За національним складом серед нелегальних мігрантів превалюють як громадяни країн, чиї вихідці складають основу іноземців в Чехії (росіяни, українці, в'єтнамці), так і громадяни країн, чиє представництво в Чеській Республіці мінімально (жителі Албанії, Туреччини, Сирії, Китаю, Кувейту та ін.).

Серед незаконно працюючих іноземців переважають громадяни з України, В'єтнаму, Китаю, Молдови, Монголії, Туреччини, Македонії, Узбекистану і Сербії. І саме українські робітники-нелегали складають велику проблему для Чехії, враховуючи часто маятниковий характер їх міграції. Традиційними сферами прикладання праці нелегальної категорії працюючих є громадське харчування, операції з нерухомістю, будівництво, торгівля і сільське господарство. Серед основних причин, що спонукають іноземців на нелегальне працевлаштування, виділяються бажання зберегти соціальну допомогу при можливості працювати, прагнення отримувати більшу заробітну плату в порівнянні з офіційним

працевлаштуванням, бюрократизм, "традиція" наймати нелегальних працівників в певних галузях і юридична безграмотність іммігрантів

Ще одна проблема, з якою зіткнулася Чеська економіка - значним відтоком капіталу. Довгий час країна процвітала завдяки припливу іноземних інвестицій, але зараз приплив нових прямих капіталовкладень в чеську економіку падає.

В майбутньому республіці може загрожувати дефіцит коштів на розвиток промисловості та модернізацію всієї економіки.

Відтік прибутку компаній в Чехії, як мінімум, в два рази, а в деяких випадках і в чотири рази вище, ніж повинно бути в економічних умовах країни в рамках ЄС. Найгостріше це відчувається в області енергетики і водопостачання, де відтік капіталу значно перевищує інвестиції. Про це йдеться в аналітичних матеріалах, створених урядовим комітетом з аналізу та інформації ЧР.

Аналітики пропонують обговорювати можливі шляхи вирішення проблеми. Серед них, наприклад, включення іноземних інвесторів в чеську економіку з точки зору реінвестицій, ефективне управління деякими галузями економіки, підвищення зарплат на підприємствах з непропорційною інвестиціям прибутком, обмеження в області облікової і податкової оптимізації, гармонізація основ оподаткування на рівні ЄС, а також введення податків по секторам.

Останні статистичні дані показали, що в Чеській Республіці залишаються без роботи всього 2,6% населення. І це досить низький показник за останнє двадцятиріччя. Натомість зростає кількість відкритих вакансій. На 2019 рік їх уже складало 316 900. І ці цифри не є остаточними. Роботодавці постійно пропонують нові варіанти працевлаштування в надії залучити хороших фахівців, утримати їх зарплатою або відмінними умовами.

Згідно з прогнозами економістів-аналітиків, триває активне зростання ВВП. Головною рушійною силою економіки в країні залишаються персональні доходи громадян, які стабільно підвищуються. Безробіття практично немає, і у чехів не виникає потреби в економії. З кожним днем вони все впевненіше дивляться в майбутнє. Добробут населення безпосередньо залежить від їх доходів, які помірно

зростають. Але власники фірм і великих компаній стурбовані ситуацією, що склалася. Катастрофічно не вистачає робочих рук, досвідчених кадрів. В результаті продуктивність помітно знижується. Це відбивається на прибутку фірм і чеських компаній. До речі, саме нестача робочої сили привела підприємців до необхідності термінового підвищення зарплат. У минулому році зростання досягло 9%. Багато аналітиків впевнені, що в кінцевому підсумку таке невідповідне підвищення рівня доходів населення може призвести до економічного спаду. Це обумовлено тим, що компанії просто не зможуть виплачувати великі суми своїм працівникам.

РОЗДІЛ 2

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЧЕХІЇ: МІЖНАРОДНИЙ РУХ ТОВАРІВ ТА КАПІТАЛУ

2.1 Експортно-імпортна діяльність Чехії

Чеська Республіка займає 48-е місце в світовій економіці, будучи членом (за даними Мінпромторгу Чехії) більш ніж 60 міжнародних економічних і фінансових організацій. Чеська промисловість забезпечує випуск близько 0,3% світового валового продукту. Понад 70% великих підприємств Чехії належить повністю або частково транснаціональним і іноземним фірмам. Чеська Республіка входить в число великих світових експортерів машинобудівної продукції і, зокрема, входить в першу трійку світових виробників легкових автомобілів в розрахунку на душу населення. Найважливіший внесок у розвиток чеської економіки вносить зовнішня торгівля товарами і послугами. Частка Чехії в світовій зовнішній торгівлі становить: по експорту - 0,5%, по імпорту - 0,6%. Чеські компанії мають репутацію надійних партнерів і постачальників якісної продукції, технологій і послуг.

Експорт

Автомобільна промисловість

Концентрація автомобільної промисловості, а саме виробництва і проектування, в Чеській Республіці є однією з найсильніших у світі. З виробництвом 107,5 автомобілів на 1000 чоловік Чеська Республіка зберігає лідируючу позицію серед провідних виробників автомобілів з точки зору виробництва автомобілів на душу населення. Обсяг виробництва також входить до числа п'ятнадцяти найбільших світових виробників легкових автомобілів. В автомобільній промисловості працює понад 150 000 чоловік, і вона становить понад 20% чеського виробництва і чеського експорту.

Значна концентрація автомобільної промисловості в Чеській Республіці грає ключову роль не тільки в європейському, а й у глобальному масштабі. Вона

базується на столітній інженерній традиції, хорошій інфраструктурі і кваліфікованій робочій силі та робить значний внесок у виробництво автомобілів, наукові дослідження і розробки в цій галузі. За останні п'ять років інвестори тут створили більше 10 000 нових робочих місць і інвестували понад 1,4 млрд євро в чеську автомобільну промисловість.

Авіаційна промисловість

Чеська Республіка має давні традиції авіаційної галузі і в цьому секторі завжди займала міцні позиції. Протягом багатьох років країна домоглася доброї репутації завдяки високій якості, надійності та інновацій в галузі. Чеська авіапромисловість досягла значного прогресу, який не можна ігнорувати, в сфері від основного виробництва до остаточного складання літаків і проривних дослідних і розробницьких програм. В даний час більшість чеських компаній та інститутів на різних рівнях співпрацюють з основними гравцями в галузі, а також беруть участь в міжнародних спільних програмах або науково-дослідних проектах.

Авіаційна промисловість Чеської Республіки спрямована на два основних види діяльності. Першим з них є виробництво комплектних літаків: невеликих літаків для місцевих і регіональних перевезень, тренувальних і легких бойових літаків, спортивних та сільськогосподарських літаків, надлегких літаків і планерів. Чверть надлегких літаків, що продаються по всьому світу, були виготовлені в Чеській Республіці. Другий за величиною сегмент авіаційної промисловості - це виробництво деталей для великих транспортних і військових літаків, і вертольотів.

Екологічні технології

Галузь екологічних технологій в Чеській Республіці довгостроково зростає, а сучасний підхід створює багато можливостей для чеської промисловості. У Чеській Республіці ряд компаній, що працюють в цій галузі, пропонують цікаві рішення на міжнародному рівні. Чеські компанії підключилися до області екологічних технологій, таких як виробництво біогазових станцій. Галузь

водогосподарських технологій включає в себе очищення стічних вод з використанням 3D нанотехнологій і гідроелектростанцій. У країні є також компанії, які обробляють компоненти для вітряних електростанцій, що виробляють вежі вітряних турбін і повністю автоматизовані котли на біомасі або на спалюванні соломи. Інші чеські компанії займаються мобільними установками очистки води. Крім того, цей сектор впливає на деякі асоціації, наприклад, на Об'єднання постачальників інвестиційних комплексів (SDIC).

Медична техніка

Експорт медичного обладнання з Чеської Республіки в даний час реєструє істотне зростання. Чеські компанії отримують великі профільні контракти. У цьому секторі значна частка належить інноваціям, багато компаній фінансують свої власні дослідження і розробки у співпраці з науковими інститутами та університетами. Говорячи про нові технології, ми повинні відзначити чеські компанії, які виробляють нановолокно для медичних цілей. Чехія також є великим виробником електронних мікроскопів.

Електронна та електротехнічна промисловість

Чеська електронна і електротехнічна промисловість більше за інші галузі базується на давній традиції і видатній кваліфікованій робочій силі. Вся галузь становить понад 14% чеського виробництва, що робить її другим за величиною сектором економіки. Понад 17 000 компаній дають роботу понад 180 000 робітників. Велика частина продукції цієї галузі експортується переважно до Європейського Союзу. Електротехнічна промисловість виробляє таке електротехнічне обладнання, як електродвигуни, генератори, трансформатори, електричні комутаційні системи і блоки перемикання, кабелі та ізольовані проводи. До інших виробничим секторам електротехнічної промисловості відносяться комп'ютери і оргтехніка, побутова електроніка, машинне забезпечення та автоматизована електроніка, асортимент медичного і оптичного устаткування.

Хімічна та фармацевтична промисловість

Хімічна промисловість Чеської Республіки входить в число основних галузей промисловості в країні. У 2014 році виручка цієї галузі, в якій зайнято понад 116 000 осіб, склала 22 млрд євро. Виробництво основних хімічних речовин (64%) і фармацевтичних препаратів (17%) дає найбільшу частку з точки зору продажів. Продукція хімічної промисловості поставляється в інші суміжні галузі, наприклад, в автомобільну, будівельну, електронну, харчову та текстильну промисловості та ін. Чеські компанії виробляють, наприклад, добрива, поліефірні волокна, матеріали з пластмас і неорганічні речовини і відносяться до числа найбільших виробників в цьому секторі.

Будівельна промисловість

Будівельна галузь є одним з найбільш важливих стовпів чеської економіки. Являє собою 7% виробництва всієї чеської економіки, більше 8% всіх зайнятих осіб працюють в цій галузі. Будівельна галузь використовує широкий спектр різних матеріалів, виробів і технологій, наприклад, клеї, ізоляційні матеріали, керамічну плитку, покрівельні матеріали, несучі конструкції, будівельну хімію, підлогові матеріали, вікна, двері, технології затінення, будівельні машини і багато іншого. Чеські компанії цієї галузі конкурують з іншими і на міжнародному рівні. Чеські виробники займаються виробництвом покрівельних матеріалів, будівельних вагончиків, житлових санітарних і низькоенергетичних модулів, профілів, молдингів, труб, пластикових труб, керамічної плитки і виробництво сухої штукатурки, штукатурних сумішей, гіпсу та багато чого іншого. Відноситься до числа найбільш важливих виробників в цьому секторі.

Харчова промисловість

Основні підгалузі харчової промисловості в Чеській Республіці включають переробку та консервування м'яса і м'ясних продуктів, фруктів і овочів, виробництво молочних продуктів і виробництво борошномельних та крохмальних продуктів. В області напоїв основними галузями є пивоваріння, виробництво мінеральної води, безалкогольних напоїв, лікєро-горілочана та виноробна продукція.

Куди Чехія експортує товари?

Основними напрямками експорту товарів з Чехія в 2019 році були:

- Німеччина з часткою 31% (62 млрд US \$)
- Словаччина з часткою 7,55% (14,9 млрд US \$)
- Польща з часткою 5,99% (11,8 млрд US \$)
- Франція з часткою 5,13% (10,1 млрд US \$)
- Великобританія з часткою 4,52% (8,94 млрд US \$)
- Австрія з часткою 4,3% (8,51 млрд US \$)
- Нідерланди з часткою 3,78% (7,48 млрд US \$)
- Італія з часткою 3,78% (7,48 млрд US \$)
- Угорщина з часткою 3,25% (6,42 млрд US \$)
- Іспанія з часткою 3,21% (6,35 млрд US \$)

Структура експорту з Чехії в 2019 році була представлена наступними основними товарними групами:

- 20% (40 млрд USD): 87 - Засоби наземного транспорту, крім залізничного або трамвайного рухомого складу, їх частини та приладдя
- 20% (40 млрд USD): 84 - Реактори ядерні, котли, обладнання і механічні пристрої; їх частини
- 17,9% (35 млрд USD): 85 - Електричні машини і устаткування та їх частини; звукозаписувальна та звуковідтворювальна апаратура, апаратура для запису або відтворення телевізійного зображення і звуку, їх частини та приладдя
- 3,45% (6,83 млрд USD): 73 - Вироби з чорних металів
- 3,33% (6,58 млрд USD): 39 - Пластмаса та вироби з них
- 2,69% (5,32 млрд USD): 94 - Меблі; постільні речі, матраци, основи матраці, диванні подушки та аналогічні набивні речі меблів; освітлювальні прилади, в інших товарних позиціях не зазначена та не включена; світлові вивіски, світлові таблички з име

- 2,11% (4,18 млрд USD): 90 - Прилади та апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, контрольні, вимірювальні, прецизійні, медичні або хірургічні; їх частини та приладдя

- 2,03% (4,01 млрд USD): 72 - Чорні метали
- 1,96% (3,87 млрд USD): 40 - Каучук, гума та вироби з них
- 1,72% (3,41 млрд USD): 27 - Енергетичні матеріали, нафта та продукти її перегонки; бітумінозні речовини; воски мінеральні

У 2019 з Чехії було експортовано товарів на суму 197 млрд USD. Найбільшу частину експорту (11,6%) з Чехія в 2019 році склали товари групи 8703 "Автомобілі легкові та інші моторні транспортні засоби, призначені головним чином для перевезення людей (крім моторних транспортних засобів товарної позиції 8702), включаючи вантажопасажирські автомобілі-фургони та гоночні автомобілі "- вартість експортованих товарів цієї групи дорівнювала 23 млрд USD.

Які товари експортує Чехія?

ТОП-10 експортованих з Чехії товарів в 2019 році:

- 11,6% (23 млрд дол.): 8703 - Автомобілі легкові та інші моторні транспортні засоби, призначені головним чином для перевезення людей (крім моторних транспортних засобів товарної позиції 8702), включаючи вантажопасажирські автомобілі-фургони та гоночні автомобілі

- 7,61% (15 млрд дол.): 8708 - Частини та приладдя моторних транспортних засобів товарних позицій 8701 - 8705

- 7,16% (14,1 млрд дол.): 8471 - Обчислювальні машини та їх блоки; магнітні або оптичні зчитувальні пристрої, машини для перенесення даних на носії інформації в кодованому вигляді та машини для обробки подібної інформації, в інших товарних позиціях не зазначена та не включена

- 5,42% (10,7 млрд дол.): 8525 - Передавачі для радіомовлення або телебачення, входять або не входять приймальна, звукозаписувальна чи звуковідтворювальну апаратуру; телевізійні камери, цифрові камери та записувальні відеокамери

- 1,49% (2,95 млрд дол.): 8536 - Електрична апаратура для комутації або захисту електричних кіл чи для приєднання до електричних кіл або в електричних ланцюгах (наприклад, вимикачі, перемикачі, реле, плавкі запобіжники, пристрої для гасіння стрибків напруги та ін.), з напругою не більше 1000 вольт
- 1,23% (2,43 млрд дол.): 9503 - Триколісні велосипеди, самокати, педальні автомобілі та аналогічні іграшки на колесах; коляски для ляльок; ляльки; інші іграшки; моделі в зменшеному розмірі (в масштабі) та аналогічні моделі для
- 1,19% (2,36 млрд дол.): 8413 - Насоси рідинні з витратомірами або без них; механізми для підймання рідини
- 1,11% (2,2 млрд дол.) 3004 - Лікарські засоби (крім перелічених у товарній позиції 3002, 3005 або 3006), що складаються із змішаних або незмішаних продуктів, для використання в терапевтичних чи профілактичних цілях, розфасовані у вигляді дозованих лікарських форм [Рис.2.5]

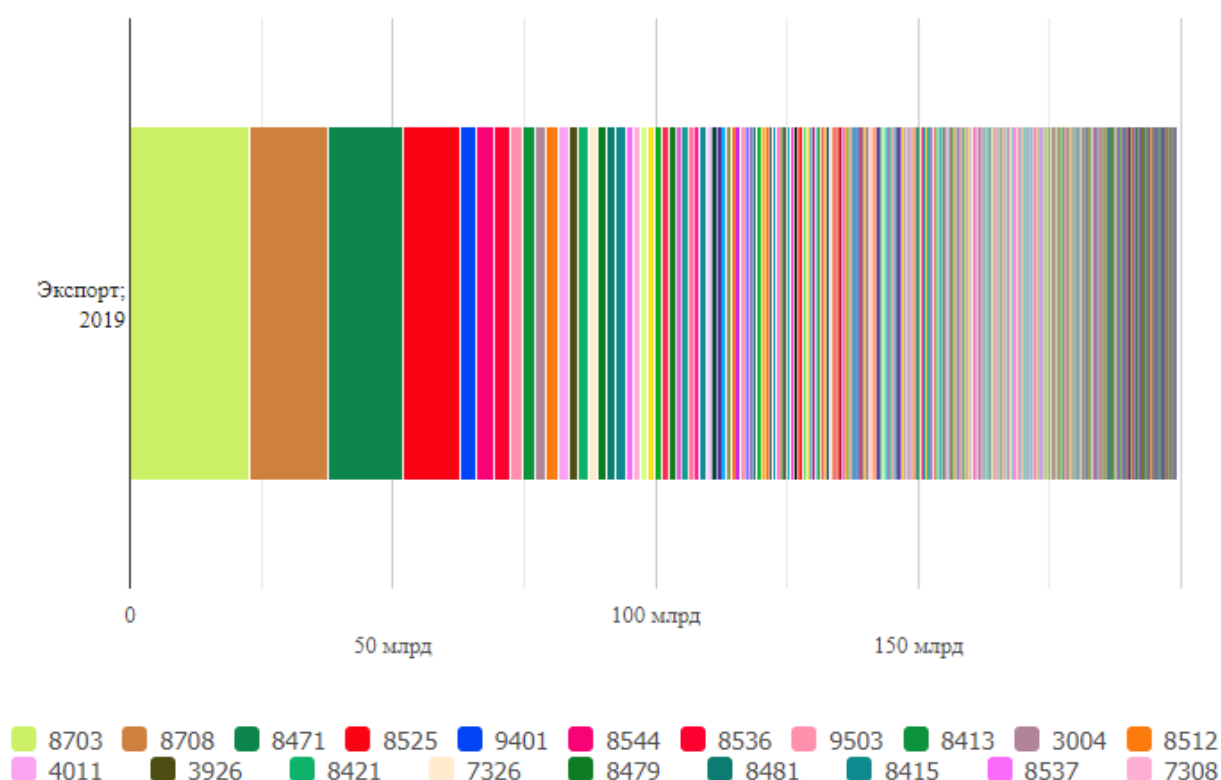


Рис.2.5 Экспорт, 2019 р.

[Дані: trendeconomy.ru CzechRepublicTOTAL]

Сукупний *імпорт* в Чехії склав 175 млрд доларів в 2019 році. Скорочення поставок товарів в Чехія в вартісному вираженні склало 5,27% У порівнянні 2018 роком: Імпорт товарів зменшився на 9,74 млрд доларів (в 2018 в Чехія було завезено товарів на суму 184 млрд доларів).

Звідки Чехія імпортує товари?

Найбільшими торговельними партнерами по імпорту товарів в Чехія в 2019 році стали

- Німеччина з часткою 24% (43 млрд US \$)
- Польща з часткою 7,64% (13,4 млрд US \$)
- Словаччина з часткою 4,41% (7,74 млрд US \$)
- Італія з часткою 4,09% (7,17 млрд US \$)
- Франція з часткою 3,17% (5,56 млрд US \$)
- Нідерланди з часткою 2,86% (5,02 млрд US \$)
- Росія з часткою 2,79% (4,89 млрд US \$)
- Австрія з часткою 2,78% (4,87 млрд US \$)
- США з часткою 2,67% (4,69 млрд US \$)
- Угорщина з часткою 2,39% (4,2 млрд US \$)

У 2019 році в Чехію було імпортовано товарів на суму 175 млрд USD. Найбільшу частину імпорту (6,55%) в Чехія в 2019 році склали товари групи 8708 "Частини та приладдя моторних транспортних засобів товарних позицій 8701 - 8705" - вартість імпортованих товарів цієї категорії дорівнювала 11,4 млрд USD.

Крім того імпорт в Чехія включає товари наступних категорій (наведені дані за 2019 рік):

- 6% (10,5 млрд USD) - 8525 - Передавачі для радіомовлення або телебачення, входять або не входять приймальна, звукозаписувальна чи

звуковідтворювальну апаратуру; телевізійні камери, цифрові камери та записувальні відеокамери

- 5,11% (8,95 млрд USD) - 8471 - Обчислювальні машини та їх блоки; магнітні або оптичні зчитувальні пристрої, машини для перенесення даних на носії інформації в кодованому вигляді та машини для обробки подібної інформації, в інших товарних позиціях не зазначена та не включена

- 2,43% (4,25 млрд USD) - 3004 - Лікарські засоби (крім перелічених у товарній позиції 3002, 3005 або 3006), що складаються із змішаних або незмішаних продуктів, для використання в терапевтичних чи профілактичних цілях, розфасовані у вигляді дозованих лікарських форм

- 2,4% (4,21 млрд USD) - 8703 - Автомобілі легкові та інші моторні транспортні засоби, призначені головним чином для перевезення людей (крім моторних транспортних засобів товарної позиції 8702), включаючи вантажопасажирські автомобілі-фургони та гоночні автомобілі

- 2,11% (3,71 млрд USD) - 2709 - Нафта або нафтопродукти сирі, отримані з бітумінозних мінералів

- 1,76% (3,09 млрд USD) - 8542 - Схеми електронні інтегральні

- 1,57% (2,76 млрд USD) - 8544 - Проводи ізолювані (включаючи емальовані чи анодовані), кабелі (включаючи коаксіальні кабелі) та інші ізолювані електричні провідники зі з'єднувальними деталями або без них; кабелі волоконно-оптичні, складені з волокон

- 1,24% (2,18 млрд USD) - 9401 - Меблі для сидіння (крім зазначеної у товарній позиції 9402), перетворюються або не перетворюються на ліжка, та її частини [Рис.2.6]

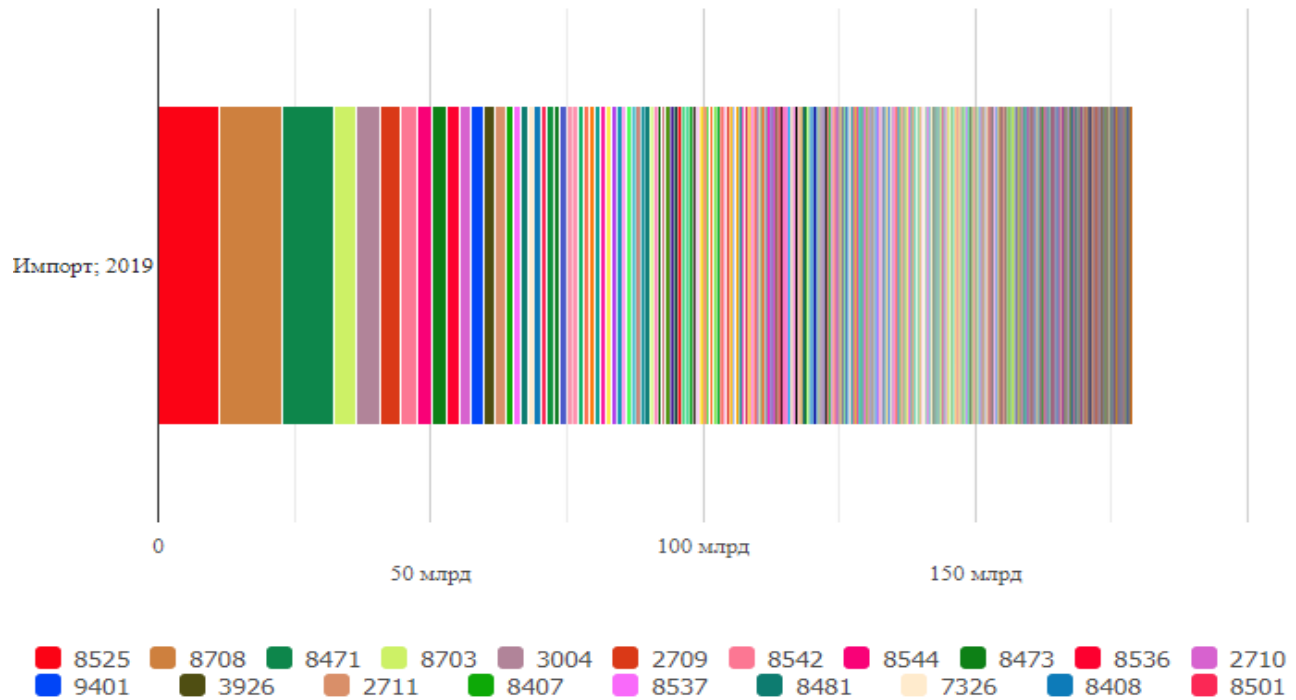


Рис. 2.6 Імпорт, 2019 р.

[Дані: trendeconomy.ru CzechRepublicTOTAL]

2.2 Масштаби та основні напрямки прямого закордонного інвестування у Чехію

Цей графік показує загальну інфляцію за кожен рік. Інфляція знаходиться на безпечному рівні і мінімізує ризики для інвесторів. [Рис.2.7]

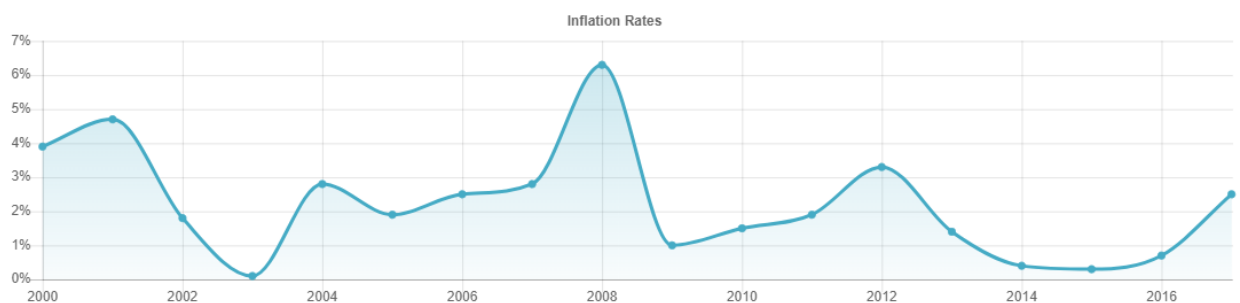


Рис.2.7 Рівень інфляції

Використовуючи цю діаграму, ми можемо легко побачити вартість кредитування як на міжбанківському, так і на споживчому рівнях. Низькі процентні ставки свідчать про те, що запозичення є доступним для всіх гравців ринку. [Рис.2.8]

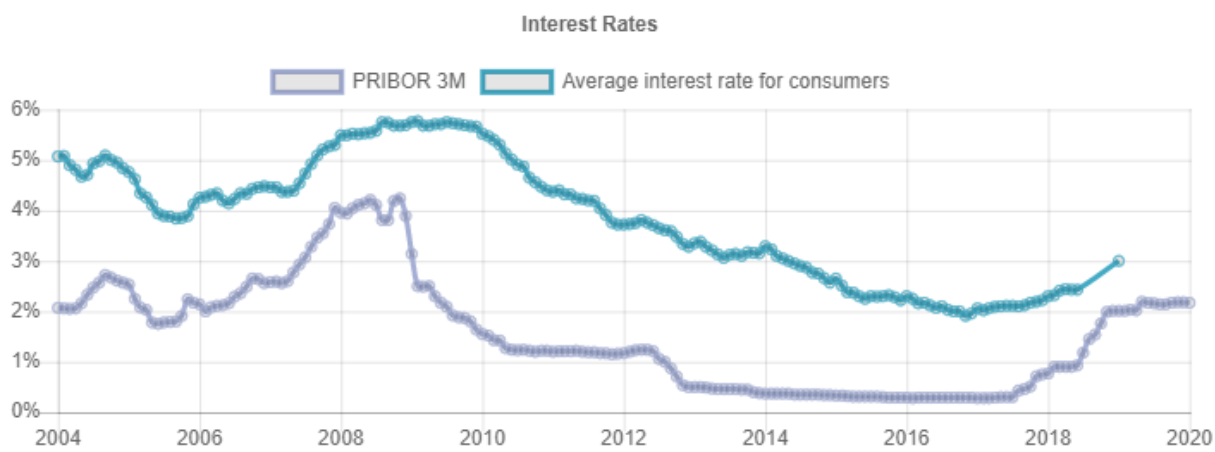


Рис.2.8 Процентна ставка

На цій діаграмі ми бачимо, що чеська крона (CZK) є досить стабільною валютою. [Рис.2.9]



Рис.2.9 Коефіцієнт валюти, євро

Цей графік показує значення ВВП за кожний рік у поточних цінах. На графіку чітко видно річний приріст ВВП, виняток становить 2009-2011 роки, спричинений глобальною економічною кризою. [Рис.2.10]

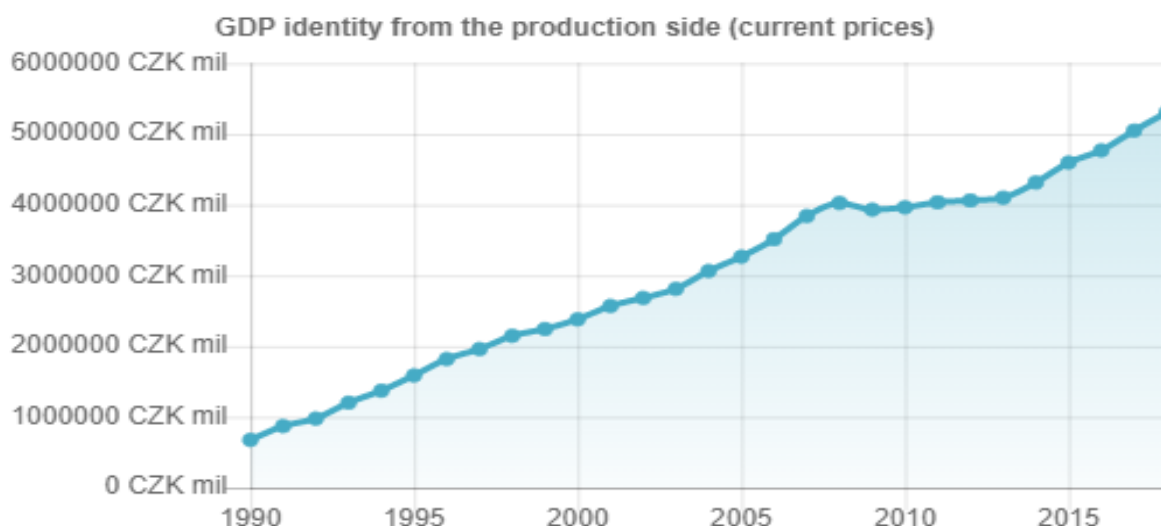


Рис.2.10 Ідентичність ВВП з боку виробництва (поточні ціни)

В середньому, в Чехію, яка по території в сотні разів менше Росії, притікає щорічно приблизно стільки ж прямих іноземних інвестицій. Всього за останні 10 років в чеську економіку їх надійшло майже 38 млрд. доларів.

Чималу роль відіграє система заохочення припливу прямих іноземних інвестицій. Це податкові пільги, часто символічні ціни земельних ділянок під будівництво, участь держави у фінансуванні створення нових робочих місць і підготовці так званих промислово-інвестиційних зон. Створення 76 таких зон, які посіли площу 2,5 тисячі гектарів, обійшлося бюджету країни з 1998 року в три мільярди крон.

Велике виробництво розгорнули в Чехії такі концерни, як Toyota Peugeot Citroen, Philips, Matsushita, LG, Panasonic, Honeywell і інші. Свої дочірні підприємства тут мають компанії Bosch, Continental, Danone, Ford, Nestlé, Phillip Morris, Procter & Gamble, Renault, Siemens, Volkswagen і інші. Сьогодні в країні працює 1200 виробничих підприємств, що належать іноземним компаніям. Лідером в реалізації інвестиційних проектів і вкладенні коштів в чеську економіку є Німеччина (32%).

Компанія Mercedes Benz Engineering, що входить в концерн Daimler-Chrysler, почала будівництво в місті Пльзень свого конструкторського центру. Інвестиції складають 4,5 млн. Євро. Півмільярда доларів планує вкласти в будівництво

заводу з виробництва автомобільних шин південнокорейська компанія Hankook Tire Manufacturing.

Крім представників світової автомобільної промисловості, останнім часом Чехія привертає увагу виробників електроніки, зокрема, комп'ютерів. Їх збирають, наприклад, тайванські компанії Foxconn в Пардубіце, FIC CZ в Рудні у Праги, Lite-On в Опаве та інші. Свій стратегічний центр, розрахований на європейський ринок, має намір створити в Оставі ще одна тайванська компанія - ASUSTeK COMPUTER INC (Asus). Обсяг запланованих інвестицій складе 648 млн. Крон.

Особливо зацікавлені в залученні іноземних інвесторів райони з високим рівнем безробіття. В Оломоуці, де на обліку перебувають 40 тисяч безробітних і рівень незайнятості населення в районі третій по країні (13,3%), американський концерн Honeywell International вкладає у виробництво компонентів для авіаційних двигунів близько 50 млн. доларів.

Якби західні інвестори ставили собі за мету знайти дешеву робочу силу, то вони цілком могли б знайти країни з більш вигідними умовами. В останні роки намітилася тенденція розміщення в країні стратегічних центрів і конструкторських бюро, створення виробництв з високим рівнем доданої вартості. Це проекти світового лідера в області логістики компанії DHL, американської корпорації IBM World Trade Corporation, швейцарської фірми Rieter, компаній Honeywell Automation and Control Solutions і Ricardo Group і ряду інших.

2.3 Оцінка інвестиційного клімату Чехії та ступені його привабливості для українських інвесторів

В даний час Чехія – це одна з найбільш розвинених індустріальних країн центральної та східної Європи. Це самодостатня країна, де добре розвинені всі галузі економіки.

У Чехії в столиці Празі та в Південно-Західній області в 2018 році було зафіксовано найнижчий рівень безробіття серед всіх регіонів ЄС.

Втім, є в Чехії і безробіття, і надлишок фахівців в певних областях. Так, кількість юристів та економістів з кожним роком зростає, однак, кількість робочих місць для них строго обмежена. Проте, ці спеціальності є найбільш затребуваними серед абітурієнтів. Кадровий голод спостерігається в хімічній промисловості, металургії, машинобудуванні. Чеські роботодавці відправляють в агентства трудового ресурсу запити про кваліфікованих інженерів, хіміків, технологів і конструкторів, але, на жаль, власний ринок праці не пропонує таких фахівців, тому дуже часто на роботу наймають тих, хто відповідає вакансії, але не є громадянином країни.

Вигодою інвестування в Чехію є:

- Державні законодавчі гарантії щодо захисту інвестицій.
- Вигідне оподаткування.
- Участь в міжнародному інвестиційному кліматі.
- Можливість розширення бізнесу по всій Європі.
- Можливість користування банківською системою обслуговування і можливість отримання кредитування від європейських банків.
- Можливість побудови свого європейського бізнесу.
- Можливість проживання в Європі і отримання європейських стандартів життя (медицина, освіта, безпека своїх близьких і т.д.)

Розглянемо структуру інвестиційної привабливості Чехії.

ВВП. GDP – 245,23 (billion US dollars) у 2018

ВВП на душу населення – це валовий внутрішній продукт, поділений на середньорічну чисельність населення. ВВП являє собою суму валової доданої вартості, створеної всіма виробниками-резидентами в економіці плюс будь-який податок на продукти і мінус будь-які субсидії, не включені у вартість продукції. ВВП на душу представлений в доларах США на людину.

Трудові ресурси. Workforce.

У зв'язку з нестачею трудових ресурсів в останні роки зростає масова економічна міграція, перш за все з країн ЄС.

Кожен восьмий найманий працівник в Чехії – іноземний громадянин. Чеська економіка все більше спирається на трудові ресурси з-за кордону. У 2019 їх частка перевищила 13%, в той час як в 2010 році цей показник становив лише 6%. Перші місця на ринку праці серед іноземців займають українці, словаки і в'єтнамці. Також в Чехії працює чимало громадян Росії, Польщі, Болгарії та Румунії.

Українці в Чехії за ту ж роботу отримують в п'ять разів більше суми, яку їм би заплатили на батьківщині. Буває, іноземці заробляють навіть більше чехів, проте за рахунок додаткового часу. Вони більше переробляють, оскільки приїжджають сюди на заробітки і віддають цьому максимум часу. В середньому робочий день у іноземця довше, ніж у громадянина Чехії.

Бізнес-сегмент. Business

Основна особливість ведення бізнесу в Чехії – відносна свобода дій. Так, представників малого бізнесу очікує всього 1 податкова перевірка протягом 7 років! Від роботодавців вимагається лише надання щорічного фінансового звіту. Для початку своєї справи в Чехії потрібно невеликий стартовий капітал.

Пріоритетні напрямки бізнесу в Чехії:

- готельний бізнес;
- ресторанний бізнес;
- продаж товарів народного споживання.

У Чехії проживає трохи більше 10 млн. Чоловік, а тому внутрішній ринок досить обмежений. Ось чому найбільш затребуваний серед підприємців туристичний сегмент (відкриття готелів, кафе і ресторанів). Адже Чехію щороку відвідує понад 50 млн. Іноземців, які потребують розміщенні та харчуванні.

Інфраструктура. Infrastructure

У Чехії є не одне напрямки інфраструктури. Але більше воно все-таки схильна до транспорту. Адже за допомогою його, всі жителі і туристи можуть швидко і без зусиль переміщатися по території. У Чехії транспортний рух правосторонній, всі знаки і правила повністю збігаються зі стандартами Західної Європи.

Що стосується інфраструктури в туристичному напрямку, то такий фонд нараховує близько 275 тис. номерів, які можуть розмістити відразу приблизно 525 тис. людей (туристів). Якщо говорити про працівників в готельному бізнесі, то вони займають близько 90% співробітників з усього готельного господарства Чехії.

Валюта. Currency

Грошова одиниця Чехії – чеська крона (CZK). Чеська крона CZK (203) (чеш. Koruna česká) – грошова одиниця Чехії. Складається зі 100 гелерів (чеш. Haléř). У 1993 році, після розпаду Чехословаччини чеська крона змінила на території нової держави чехословацьку крону. Одночасно в Словаччині з'явилася словацька крона.

Обмінні пункти знаходяться на всіх основних туристичних вулицях і в готелях. Багато банків або обмінні контори беруть комісійний збір в розмірі від 1% до 10%, тому варто звертати увагу на комісію, щоб зробити більш вигідний обмін. В обмінних пунктах в готелі і в аеропорту найвищий відсоток комісійного збору.

Банки зазвичай працюють в будні дні з 9:00 до 17:00 з годинною перервою на обід. Деякі відділення банків закриваються о 16:00. Приватні обмінні пункти, як правило, відкриті довше.

Ніколи не міняйте гроші на вулицях, який би вигідний курс Вам не пропонували.

У банках, готелях і багатьох ресторанах до оплати приймаються кредитні картки і єврочеки.

Чеські крони краще витратити на всі сто, так як поміняти їх назад досить складно, причому це можна зробити тільки при наявності квитанції про обмін валюти.

РОЗДІЛ 3.

РОЗРОБКА МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ЩОДО СТВОРЕННЯ САЛОНУ КРАСИ З НАДАННЯ ПОСЛУГ ЧЕХАМ ТА ТУРИСТАМ

3.1 Аналіз ринку послуг та конкурентів у Празі

ЧР має великі можливості для розвитку туризму – сприятливий клімат та природні умови, значну кількість історичних пам'яток, всесвітньовідомі курорти. За даними агенції „Czechtourism” у 2007р. Чехію відвідали близько 6,7 млн. іноземних туристів (без урахування тих, хто не зупинявся в готелях – їх кількість оцінюється експертами на рівні близько 2,5 млн.), у 2008 р. – 6,65 млн.туристів, за перше півріччя 2009 р. – 2,72 млн.туристів. Аналіз даних „Czechtourism” також свідчить про незначне але стаłe зниження кількості туристів з країн Західної Європи, США та Японії і тенденцію до зростання кількості туристів з балканських країн, Китаю та Румунії. У 2008 р. відвідали Чехію 76,1 тисяч туристів з України (1,1% від загальної кількості), у першому півріччі 2009 р. – 32,9 тисяч туристів (1,2%).

На ринку туристичних послуг продовжує мати місце тенденція до зменшення кількості та рентабельності малих (до 20 штатних працівників) турагенцій і збільшення долі ринку у найбільших турфірм (35% ринку туристичних послуг покривається сімкою туристичних фірм з кількістю понад 100 штатних працівників).

Аналіз конкурентів. Рекламна кампанія

Для правильного підбору послуг необхідно провести аналіз конкурентів, що діють на території Чехії. Таким чином ми зможемо визначити рівень цін, спектр послуг, види товарів домашнього догляду та особливості іноземного ринку.

Щоб визначитися з конкурентами можемо звернутись до мережі Інтернет. Хочу сказати, що головне – не кількість конкурентів, а їх якість

Основні клієнти будуть постійні жителі міста та туристи, яких в декілька разів більше, чим жителів.

Необхідно получить дозвіл на розміщення реклами на фасаді будівель. Бажано вказати тендер з акціями та рекламою точки. Один із видів дієвої локальної реклами є роздача листівок, обов'язково зі знижками, або подарунками.

Дієвим способом розповісти про себе новим клієнтам – розміщення білборду на прохідному місці, недалеко від точки розміщення. Це досить ефективний спосіб, який має порівняно невеликі витрати та розташовується у потрібному підприємцю місці.

Наступним кроком є розробка сайту та сторінок в соціальних мережах (Instagram та Facebook), активна їх контекстна реклама (вид Інтернет-реклами, коли рекламне оголошення впливає відповідно до змісту Інтернет-сторінки).

Такий вид реклами діє вибірково та відображається користувачеві, сфера інтересів якого співпадає або перетинається з темою товару, або послуги, що рекламується. Це збільшує шанси на вірогідність переходу до Інтернет магазину.

Сторінки в соціальних мережах наповнюватимуться новинками, пропозиціями та порадами від салону.

3.2 Система сервісу та послуг в салоні

Салон краси надає послуги по 5 основними напрямками. Серед них:

- Перукарські послуги (чоловіча, жіноча, дитяча стрижка);
- Манікюр та педикюр (догляд, нарощування, дизайн, корекція);
- Косметологічні послуги (догляд за шкірою і чистка обличчя, догляд за бровами, догляд за віями, епіляція, пілінг);
- Догляд за шкірою тіла;
- Солярій;

В якості конкурентних переваг салону краси можна назвати широкий спектр послуг, що надаються, відносно невисокий прайс, доступний більшості

населення, якість сервісу. Ціновий сегмент проекту - середній. При цьому якість послуг салону краси - вище середнього, що є основним засобом залучення клієнтів і підвищення їх лояльності. Прейскурант салону містить близько 120 позицій. Наведено в табл. 3.1

Таблиця 3.1

Перелік послуг та їх орієнтовні ціни

Вид послуг	Перелік послуг	Вартість послуг, грн
Стрижка волосся	Жіноче, чоловіче, дитяче, модельна, авангардна, підрівнювання волосся, стрижка чубчика, окантовка	250-800
Укладка волосся	На короткі, середні, довгі волосся, з праскою, укладання на бігуді, святкова укладка	350-2500
Фарбування волосся	Класична, мелірування пудрою, тонування, креативна забарвлення	750-2200
Хімія	Випрямлення волосся, нарощування вій, довготривала укладка брів	350-2500
Манікюр	Класичний, апаратний, європейський, комбінований, гарячий, лікувальні і сольові ванночки, полірування, парафіноterapia, SPA-догляд, підпилювання, масаж рук, зняття лаку, покриття лаком, лікувальна основа під лак, дизайн нігтів, дизайн з декором, ремонт нігтів	250-800
Педикюр	Класичний, апаратний, SPA-педикюр, корекція нігтів, масаж стоп, випрямлення врослого нігтя, полірування	250-1000
Косметологія	Чистка обличчя, уходові процедури, воскова депіляція, шугаринг, контурний татуаж, маски, відбілюючі процедури, шліфування кремом, хімічний пілінг, SPA-догляд за руками, обгорання ніг, хімічна завивка вій	350-2500
Масаж	Класичний, дитячий, спортивний, антицелюлітний, точковий, сегментарний, розслабляючий	600-1050
Солярій	Хвилина, 10, 15, 20	50, 500, 750, 1000

Крім послуг в салоні краси здійснюється роздрібна торгівля косметичними засобами (20 товарних позицій). Основна перевага перед покупкою в звичайному магазині - можливість на місці отримати консультацію фахівця щодо особливостей продукції. Список товарів, що реалізуються наведено в Табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Список товарів, що реалізуються, та їх орієнтовні ціни

Найменування	Вартість, крон
Ампули для волосся	300-350
Бальзами	150-550
Крем-гелі	230-530
Маски	350-670
Шампуні	400-1000
Набори (шампунь + молочко + ампули від випадіння)	950-1050

Вигода ще в тому, що подібні послуги потрібні регулярно, що гарантує постійний потік клієнтів. Зараз багато жінок готові витратити купу грошей, щоб виглядати молодше, яскравіше і ефектніше. Дуже важливо, щоб клієнти відчували себе комфортно. Кава, чай, шампанське - все це клієнти можуть спробувати, чекаючи процедуру або прямо на ній! Дуже важливо зацікавити людину, щоб вона не нервувала, очікуючи, або просто провела кілька хвилин, розслабилася перед процедурою, або проконсультувалася і добре провела час. В салон, де враховують не тільки якість, але ще і обслуговування, люди захочуть повернутися і з радістю провести час.

3.3 Розрахунок очікуваних доходів

Формат і спеціалізація. Салон краси являє собою приміщення на першому поверсі багатоповерхового житлового будинку на першій лінії будинків з окремим входом і вивіскою. Площа салону становить 55 кв. метрів. У салоні є зал із зонами

перукарських послуг, візажу, манікюру, педикюру та зал косметології, масажу, солярію, зона відпочинку персоналу. Салон відкритий для клієнтів з 9.00 до 21.00, Графік роботи співробітників (обслуговуючий персонал) 2/2, 2 робочих дні та 2 вихідних. (15 днів на місяць) Власник та адміністратор працюють позмінно 3/3.

Структура управління салону краси складається з адміністратора та обслуговуючого персоналу (манікюрщиця, косметолог-масажист, перукар)

Вартість проекту складе 490 850 тис. грн (420 000 крон)

Фінансові показники. Для реалізації проекту салону краси планується залучити 400 000 тис грн кредитних коштів, що складе 80% вартості проекту. Решта 10% будуть взяті з власних накопичень. (100 тис. грн) Кредит залучається на 2 роки (24 місяці) під річну відсоткову ставку 22%. За даним кредитом надається відстрочка по платежах протягом 3 місяців, після чого повернення кредитних коштів здійснюється щомісяця протягом 21 місяця.

Цільовою аудиторією салону краси є молоді люди віком від 18 до 35 років, які складають 70% клієнтури. Порядку 20% припадає на людей віком від 35 до 45 років, ще 10% клієнтів - на підлітків і людей похилого віку. Основними споживачами послуг салону краси є жіноча частина населення (до 70%). З огляду на цінову політику закладу, розташування і платоспроможність населення, потенційними клієнтами салону є близько 50-80 тис. чоловік.

Надання послуг салону краси проводиться за допомогою попереднім телефонним записом або по живій черзі без запису. В якості методів реклами планується використання основного каналу залучення клієнтів обрані соціальні мережі (Facebook, Вконтакте, Instagram). Даний вибір обумовлений відсутністю постійних витрат (ведення груп) і великою концентрацією цільової аудиторії (таргетингової реклами). На підтримку роботи груп і акаунтів і наповнення їх контентом планується виділяти до 2 тис. грн у місяць.

Разом з тим велике значення надається іншим методам створення іміджу салону, включаючи: розробку фірмового логотипу, створення і просування сайту (7 тис. грн.), друкований роздатковий матеріал - рекламні листівки (2 тис. грн),

створення зовнішньої вивіски (13 тис. грн.), рекламі в глянцевому журналі (6 тис. грн.) та ін.

Салон краси орендує площу 55 кв. метрів. Приміщення включає: зону ресепшн з гардеробом і зоною очікування (відпочинку), зона для миття, фарбування, завивки волосся, зона для візажу та нарощування вій (25 кв. м), кабінет манікюру і педикюру та косметології, масажу (25 кв. м), підсобне приміщення для зберігання дезінфікуючих засобів і туалет (5 кв. м.). Вартість оренди – 14 300 тис. грн. в міс. (Вартість 1 метра квадратного в центрі Праги 13 євро). У нашому районі приблизно 9 євро.

Термін дії договору з орендодавцем - 3 роки.

Витрати на запуск салону краси, включаючи витрати ремонт і перепланування приміщення (120 тис. грн.), Підбір персоналу (5 тис. грн.), Закупівлю обладнання (290 тис. грн.), Монтаж устаткування (30 тис. грн.), маркетингові акції відкриття - 35 (тис. грн.) та інші нематеріальні активи становитимуть 490 850 тис. грн. (420 000 Чеських крон)

В основі постійних поточних витрат є витрати на закупівлю витратних матеріалів. Постійні витрати включають орендну плату (14 300 тис. грн.), витрати на маркетинг (в середньому, 2 тис. грн.), комунальні платежі, електроенергія і вивезення сміття (всього близько 6 тис. грн.) Та заробітну плату (близько 80 тис грн).

Таблиця 3.3

Витрати загальні (одноразові)

Перепланування, ремонт	106 330,39 крон
HR (підбір персоналу)	4 430,43 крон
Обладнання	256 965,10 крон
Монтаж	26 582,60 крон
Маркетинг	24 810,42 крон
<u>Всього</u>	<u>420 000,94 крон</u>

Таблиця 3.4

Витрати поточні (кожного місяця)

Оренда	12 600 крон
Маркетинг	До 2 000 крон
Комунальні платежі	5 800 крон
Заробітна плата (манікюр) (косметолог) (перукар) (адміністратор)	Всього 66 100 крон (з соціаль- ними платежами 88 500 крон) (14 100) (17 000) (16 000) (19 000)
<u>Всього</u>	<u>108 900 крон</u>

Реалізація проекту потребує високого рівня стартових витрат, що безпосередньо пов'язано з широким спектром послуг, що надаються, а отже закупівлею дорогого обладнання та витратних матеріалів. Однак зі зростанням окупності і виходом на планові обсяги продажів ризики стають мінімальними.

Доцільним буде розрахувати очікуваний прибуток від продажу. Як показує практика, перший місяць роботи не є показником подальшої роботи магазину. Кожен робітник приймає по 3 клієнти за день у середньому. Хочу ще зауважити, що напередодні свят (Новий рік, 8 березня і тд) місячний прибуток та заохочення клієнтів буде вдвічі більшим.

Таблиця 3.5

Прибуток від продажу за місяць

Найменування	Середня ціна, грн	Кількість	Всього, крон
Масаж	950	45	42 750
Косметологія	850	60	51 000
Догляд за волос- сям	1100	45	49 500

Манікюр	550	55	30 250
Педикюр	600	30	18 000
Солярій	500	40	20 000
Роздрібна торгів- ля косметикою			23 000
<u>Всього</u>			<u>234 500</u>

У Чехії передбачено 4 типи ставок ПДВ для юридичних осіб: стандартна ставка – 21%, знижена ставка – 15%, зменшена – 10% (застосовується до поставок певних категорій товарів) і нульова ставка – 0%.

Цей податок виникає в разі продажу товарів і надання послуг. У Чехії ПДВ на імпорتنі товари стягується за такими ж ставками, як і на вітчизняні товари. Експорт товарів за межі ЧР не обкладається ПДВ.

Зареєструватися платниками ПДВ в Чехії необхідно компаніям, розмір виручки яких перевищує 1 мільйон крон протягом 12 місяців поспіль. Іноземна компанія повинна зареєструватися відразу, як тільки входить на ринок Чехії, а значить, для неї поріг обороту відсутній. Існує також спрощена форма реєстрації платника ПДВ, вона застосовується в разі роботи у сфері B2B («бізнес для бізнесу») або якщо закупівлі з інших держав перевищують 326 000 чеських крон протягом року.

Далі доцільним буде розрахувати наш прибуток.

1. Розрахуємо валовий дохід без ПДВ.

$$2340 \times 12 = 2\,814\,000$$

$$814\,000 / 1,21 = 2\,325\,600$$

2. Розрахувати валовий прибуток, для чого від валового доходу відняти річні поточні витрати та амортизацію.

$$2\,325\,600 - (108\,900 \times 12) - 25\,000 = 1\,000\,600 \text{ крон}$$

3. Розрахувати чистий прибуток. Для цього потрібно відняти від валового прибутку податок на прибуток. Ставка податку на прибуток становить не 21%, а 19%

$$1\,000\,600 \times 0,81 = 810\,500 \text{ крон}$$

$$\text{Чистий прибуток за рік склав } 810\,500 \text{ крон} \times 3 \text{ роки} = 2\,431\,500 \text{ крон.}$$

Період окупності капіталовкладень

З попередніх таблиць необхідно вирахувати період окупності капіталу – відношення середньої величини власного капіталу компанії до величини чистого прибутку.

Необхідно розрахувати наступні показники:

1. Перш за все, треба підрахувати грошовий потік за кожний рік:

1 й рік = чистий прибуток + амортизація.

Те ж саме за другий та третій рік.

$$810\,500 + 25\,000 = 835\,500$$

$$835\,500 \times 3 = 2\,506\,500$$

2. Далі розраховуємо ставку дисконтування.

Облікова ставка дисконтування у Національному Банку 20% на 13.03.20)

Очікуваний рівень інфляції 4%

Поправка на ризик 10%

$$i = (1 + Hn) * (1 + \pi) * (1 + rk) - 1$$

$$i = (1 + 0,2) * (1 + 0,04) * (1 + 0,1) - 1$$

$$i = 0,372$$

3. Далі розраховуємо коефіцієнт дисконтування для кожного року.

$$Ki\,1 = 1 / (1 + 0,372) = 0,728$$

$$Ki\,2 = 1 / (1 + 0,372)^2 = 0,531$$

$$K_i 3 = 1 / (1 + 0,372)^3 = 0,387$$

4. Наступний крок – розрахунок дисконтованого вхідного потоку за три роки.

$$835\,500 \times 0,728 = 608\,244$$

$$835\,500 \times 0,531 = 443\,650$$

$$835\,500 \times 0,387 = 323\,338$$

Дисконтований вхідний потік склав 1 375 232 крон

5. І на завершення розраховуємо чисту теперішню приведену вартість.

$$1\,375\,232 - 420\,000 = 955\,232$$

PI (індекс рентабельності)

$$PI = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+i)^k}$$

$$PI = \sum_{k=1}^n \frac{1375232}{420\,000} = 3,2$$

PP(період окупності)

$$PP = \frac{I}{P_k}$$

$$PP = \frac{420\,000}{458\,410} = 0,9$$

Таблиця 3.6

Показники даного інвестиційного проекту

Показник	Значення
Ставка дисконтування, %	0,372
Чиста приведена вартість (NPN), крон	955 232
Термін окупності (PP), міс.	0,9
Індекс рентабельності (PI), %	3,2

Ці показники дуже важливі для оцінки рентабельності інвестованого капіталу. Виходячи з них, проект вийшов привабливим для інвестора. Проект гарантує достатній прибуток, щоб виправдати вартість залучення капіталу.

Чим швидше період окупності тим ефективніше, в даному проекті він склав 9 місяців, що є непоганим показником.

ВИСНОВОК

Провівши всі необхідні розрахунки, проаналізувавши ринок, конкурентів, знайшовши цільову аудиторію для відкриття «Салону краси під ключ», можу сказати, що цей інвестиційний проект є дуже цікавим, та що не менш важливо, актуальним сьогодні.

Період окупності власного капіталу склав близько 9-ти місяців роботи. Це непоганий показник.

Чехи дуже люблять все затишне і домашнє, тому тут можна почати справу з мінімумом початкових витрат.

Чому розвивати свій бізнес в Чехії вигідніше?

- «Зручна» законодавча база для підприємців.
- Низький рівень корупції та злочинності.
- Відкрита шенгенська зона.
- Легко створити підприємство, зареєструвати власність і отримати кредит в банку.
- Низькі ставки на кредити.
- Тільки в Чехії приватні підприємці надають такий сильний вплив на економіку (приватники тут - найбільший роботодавець).
- Третина всіх трудящих країни працює у індивідуальних підприємців.
- Лояльна система оподаткування.
- Прозорість ведення діяльності.
- Бізнес в Чехії є підставою для отримання візи.

У Чехії ці показники на багато вищі, ніж в Україні. В такому випадку трохи більший час на окупність власного капіталу піде на другий план, адже перспектива отримувати більше коштів за такі ж вкладення цікавіша.

Тому, це дійсно вигідне комерційне підприємство з мінімумом ризику.

Сфера діяльності дуже цікава та різноманітна, вона охоплює новітні тенденції та контактує з технологіями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Take-profit.org биржевой портал №1. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://take-profit.org/kurs/>
2. Radio Prague International [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://english.radio.cz>
3. Интеграционный центр Прага, (2015) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/immigratsiya-v-chehiyu-prityagatelno-rastyot>
4. Экономика предприятия (фирмы): учебник / под ред. О. И. Волкова, О. В. Девяткина; Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова. 3-е изд., перераб. и доп. М., 2004. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://portal.tpu.ru/SHARED/1/LAZARCHUKEV/Ucheba/Tab3/econfirmi.pdf>
5. Игонина Л.Л. Инвестиции: Учеб. пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф. В.А. Слепова. - М.: Экономистъ, 2003. Анализ рынка [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://laws.studio/investirovanie-biznes-besplatno/zachem-nujen-analiz-28814.html>
6. Мазур И. И. Управление проектами: учеб. пособие / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге; под ред. И. И. Мазура. 2-е изд. М., 2004. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/257078/>
7. Ушаков И. И. Как привлечь инвестиции. СПб., 2006. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://library.dstu.education/indexing.php?r2=16238>
8. Тренев Н. Н. Управление финансами: учеб. пособие. М., 2003. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://scholar.google.ru/citations?user=Bo8CgVYAAAAJ&hl=ru>
9. Инвестиционная деятельность: учебное пособие/Н. В. Киселева, Т. В. Боровикова; под ред. Г. П. Подшиваленко-2-е изд, стер.-М.:КНОРУС, 2006.-432 с. [Электронный ресурс] Режим доступа:

<http://bwbooks.net/index.php?author=podshivalenko-gp&book=2006&category=biznes&id1=4>

10. [Цапенко, 2012] Мировая экономика и международные отношения [Электронный ресурс] Режим доступа:

https://www.imemo.ru/jour/meimo/index.php?page_id=690&id=15&at=a&jid=2491

11. Цапенко, И. (2004) "Роль иммиграции в экономике развитых стран", МЭиМО, № 5, сс. 27-39. [Электронный ресурс] Режим доступа:

https://www.imemo.ru/jour/meimo/index.php?page_id=690&id=15&at=a&jid=2491

12. Податки Чехії [Электронный ресурс] Режим доступа:

<https://news.eurabota.ua/uk/czech/biznes>

13. Построение миграционных партнерств (ПМП), 2010 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.pragueprocess.eu/ru/about/projects/building-migration-partnerships>

14. Foreigners., 2014 [Электронный ресурс] Режим доступа:

https://books.google.com.ua/books?id=6VBtDwAAQBAJ&pg=PT54&lpg=PT54&dq=Foreigners.,+2014&source=bl&ots=MhTDfh8YbM&sig=ACfU3U3EYsdSJEvzjpoUh3SLD6svs_4LIQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiMwems1YjqAhXQmIsKHVT2DLwQ6AEwAHoECAoQAQ#v=onepage&q=Foreigners.%2C%202014&f=false

15. EUROSTAT – New Cronos. Science and Technology Statistics [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database>

16. TrendEconomy.ru [Электронный ресурс] Режим доступа:

<https://trendeconomy.ru/data/hsm?partner=CzechRepublic>

17. czech-invest.eu [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://czech-invest.eu/commerce/>