

УДК 379.851

Благой В.В.*кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний університет будівництва
та архітектури***Блага В.В.***кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет***Тихомирова А.О.***студентка
Харківського національного університету будівництва
та архітектури*

КОВОРКІНГ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ТУРИЗМУ

COWORKING IN THE CONTEXT OF BUSINESS TOURISM

АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано екосистемне значення коворкінгу. Обґрунтовано необхідність розвитку бізнес-туризму, що є «точкою зростання» туристичної галузі у цілому. Проаналізовано ринок колективного простору в Україні. Встановлено переваги і недоліки коворкінгу. Розроблено рекомендації щодо зростання ринку бізнес-туризму завдяки розвитку коворкінгу в Україні.

Ключові слова: туристична галузь, бізнес-туризм, колективний простір, коворкінг, екосистемне значення.

АННОТАЦИЯ

В статье проанализировано экосистемное значение коворкинга. Обоснована необходимость развития бизнес-туризма, который является «точкой роста» туристической отрасли в целом. Проанализирован рынок коллективного пространства в Украине. Установлены преимущества и недостатки коворкинга. Разработаны рекомендации для роста рынка бизнес-туризма вследствие развития коворкинга в Украине.

Ключевые слова: туристическая отрасль, бизнес-туризм, коллективное пространство, коворкинг, экосистемное значение.

ANNOTATION

In the course of the work, the ecosystem significance of coworking was analyzed. The necessity of development of business tourism, which is the «growth point» of the tourism industry as a whole, is grounded. The market of collective space in Ukraine is analyzed. Advantages and disadvantages of coworking were established. Recommendations for the growth of the business tourism market have been developed due to the development of coworking in Ukraine.

Keywords: tourist industry, business tourism, collective space, coworking, ecosystem significance.

Постановка проблеми. Бізнес-туризм – порівняно новий продукт, який пропонується на українському і зарубіжних ринках туристських продуктів і вимагає всебічного дослідження та визначення ролі держави в його просуванні. В українській економічній науці поки не склалися комплексні уявлення про бізнес-туризм як пріоритет розвитку туристичного ринку в Україні. Інтенсивний розвиток ділових, культурних і наукових зв'язків між регіонами і країнами, загальний економічний розвиток, будівництво нових і модернізація наявних підприємств у різних галузях економіки визначають важливість розвитку індустрії ділового туризму, з одного боку, і відсутність сезонного спаду як невід'ємна умова успішного бізнесу – з іншого.

Це, своєю чергою, значно впливає на розвиток національної економіки та її інтеграцію у світовий ринок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням туристичної діяльності, зокрема бізнес-туризму, займалися такі вчені, як: Федорченко В.К., Гасиев М., Мальська М.П., Горбань Г.П., Титова Н.В. та ін. [1, с. 35; 2, с. 18; 3, с. 67; 4; 5]. Усе частіше лунає думка щодо доцільності використання коворкінгу в контексті розвитку бізнес-туризму [6–10].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Бізнес-туризм є не тільки перспективним і прибутковим видом туристичного бізнесу, але також характеризується високим і стабільним зростанням і відносною стійкістю до дії економічних, політичних, кліматичних та інших факторів. Це свідчить про те, що бізнес-туризм сам по собі є ключовим елементом стимулювання зростання національної економіки. Як наслідок, економічна криза не здатна вплинути на бізнес у діловому туризмі, оскільки феномен індустрії зустрічей полягає в тому, що розвиток будь-якої держави, так само як і будь-якого бізнесу, неможливий без активного обміну інформацією, оволодіння новими технологіями, підвищення кваліфікації на всіх рівнях ділового освіти, участі в міжнародних конгресах і виставках. Саме тому в контексті ділового туризму необхідно приділити увагу створенню колективних просторів, зокрема коворкінгів, бізнес-інкубаторів, антикафе та навчальних центрів. Коворкінги як тип колективних просторів є найбільш поширеним у світі.

Мета статті полягає в аналізі екосистемного значення коворкінгу, розробленні рекомендацій щодо зростання ринку бізнес-туризму завдяки розвитку коворкінгу в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У нашому світі умови праці можуть обмежувати творчу людину: напруга через дисципліну, ієрархічна структура, довга дорога до офісу, докори з боку управління, коли вона працює в офісі компанії. Для художників, архітекторів,

дизайнерів та інженерів в їх діяльності головне – креативність і знання, які забезпечують досягнення творчого результату.

Коворкінг – це можливість придумати проєкт і завтра почати повноцінно над ним працювати (повноцінно – у комфортному офісі з переговорними кімнатами, а не вдома). Аналогічним чином залишити коворкінг можна в будь-який момент. У такому місці творчій особистості буде краще і комфортніше.

Коворкінг дає змогу працювати в орендованому місці певний час, залишаючись незалежними і вільними, використовуючи спільне приміщення для своєї діяльності. Не кожен починаючий фахівець має можливість орендувати власний офіс, а робота на підприємстві не приносить успішного результату через деякі умови праці. Це може бути нетворча атмосфера і почуття залежності. За таких умов робота не принесе відчуття радості працівнику.

Зазвичай коворкінг має приміщення для самої праці, для перемовин, для відпочинку, тобто будь-яка творча особа має все для повноцінної роботи. Також це місце є платним і це дає стимул до роботи і прогресивного результату.

Але проблемою є те, що в Україні коворкінг практично не урегульований. Контролюючі органи ще не мають можливості належно доглядати за таким видом діяльності, оскільки люди, які працюють у таких приміщеннях, незалежні від цієї установи, і відповідальність за бізнес конкретних осіб управління коворкінга не несе.

Але в Європі, Америці вони активно впроваджені в роботу. У Москві є коворкінг для архітекторів, це об'єднання людей для створення нового архітектурного типу суспільства, заснованого на професійному підході до роботи і дотримання професійної етики. Тут збираються не тільки архітектори, але й конструктори та інженери. Це дає змогу обмінюватися ідеями, поглядами різних професій.

Такі місця дають змогу поєднувати роботу і відпочинок, що позитивно відображається на результатах молодих спеціалістів.

Коворкінг-центри виникають за принципом клубів. У них збираються як одинаки, так і невеликі команди для роботи над чим-небудь. Вільне середовище у цілому має певну специфіку: працюючи в оточенні таких же фрілансерів, їм легше створити оригінальний креативний продукт, ніж одному у себе вдома. Найбільш успішні рішення зазвичай є відображенням колективної свідомості. Інтелекту потрібне особливе середовище, де є безпосереднє спілкування, обговорення ідей, оцінка задумів, критика та обкатка проєктів.

Завдання коворкінгу – задовольнити максимум потреб клієнтів, щоб ті продуктивно працювали і не відволікалися на побутові питання. Охорона, ресепшен, Wi-Fi, зони відпочинку, шафи для речей, чай-кава без ліміту – необхідний мінімум у будь-якому гідному коворкінзі.

У нашій країні це поки ще дуже молодий рух. Але вони більш розповсюджені за кордоном у великих містах. Коворкінг-центри відкриваються в Санкт-Петербурзі, Москві, Пермі, Єкатеринбурзі, Новосибірську, скрізь, де є можливість орендувати приміщення й отримати робоче місце з юридичною адресою.

Працюють такі центри за різними схемами оплати (погодинної або щомісячної). Крім того, деякі за додаткову плату дають змогу найняти кур'єра, бухгалтера, менеджера, навіть скористатися послугами консультанта з бізнесу. Ці блага забезпечують можливість ефективної праці для архітекторів і людей різних професій.

Для відкриття коворкінгу необхідна велика кількість часу, оскільки треба обрати вдале місце, врахувати безліч чинників: розташування (поруч із метро, або транспортними зупинками та площа для можливості паркування), планування та стан приміщення, умови, щоб це місце розвивалося і мало достатньо високе відвідування клієнтами.

Нині для відкриття власного офісу потрібні великі затрати, коворкінг-центри значно дешевші та зручніші особам, які тільки починають вести власний бізнес.

У 2015 р. вартість оренди приміщення в бізнес-центрі Харкова становила \$25, у минулому році – \$20 за 1 кв. м на місяць. Коворкінг «Харківський простір «Новое Место» пропонує орендувати його лише за \$5.

Коворкінг-центри мають певні недоліки та переваги.

Переваги коворкінгу:

1. Можливість розширити коло спілкування. Чим більше продуктивних контактів у своєму бізнесі, тим краще, є можливість обмінятися оригінальними ідеями.
2. Під одним дахом можна легко зібрати однодумців для реалізації окремого проєкту.
3. Атмосфера незалежності в роботі дає ефективні результати, фактор відсутності керівників дає імпульс до творчості.
4. У центрі можна підвищувати професійний рівень, відвідуючи тренінги і семінари. Для учасників центру такі заходи проводяться безкоштовно.
5. Об'єднані спільним простором люди різних спеціальностей відчують себе як вдома, але немає «гнітючої необхідності виконання домашніх робіт». Часто саме побутова обстановка заважає зосередитися на процесі виконання багатьох проєктів, знижує ефективність праці.
6. Підприємець може приймати відвідувачів за видом підприємницької діяльності не вдома, що небезпечно, а в переговорній кімнаті центру.
7. Організатори центру подбали про все необхідне устаткування для роботи.
8. Навіть у домашніх умовах фактор безкоштовної віддаленої роботи зовсім не безкоштовний, це: оплата електричної енергії, швидкісного сполучення з мережею.

9. У коворкінг-центрі працююча людина за всієї вдаваної незалежності не залишається наодинці зі своїми завданнями. Навколо нього завжди знайдеться фахівець, у якого можна грамотно проконсультуватися.

10. Часто для приватників центру організатори проводять навчальні семінари, тренінги, конференції.

Недоліки такого виду діяльності:

1. Можливість утратити в громадському місці особисті речі, необхідність подбати про збереження речей.

2. За всіх вимог до тиші залишається специфічний шум від роботи на клавіатурі.

3. Деяких людей може відволікати наявність сусідів.

Але головним недоліком є те, що праця в такому місці є не безкоштовною. Але зараз платити треба за все, тому це є необхідним. У країнах Європи такі місця діють на державній основі для підтримки розвитку початкових підприємців. Зважаючи на екосистемне значення колективних просторів, мери міст повинні замислитися про можливість фінансування їх створення для зростання ринку бізнес-туризму в місті.

Цей вид діяльності є досить вигідним, оскільки конкуренції практично не має. Коворкінг – це один із найбільш цікавих видів бізнесу. За оцінкою директорів трьох таких об'єктів, за останній рік попит на ці послуги виріс у середньому на 30–40%. Тобто є потреба в таких центрах, де можна займатися своєю працею. Така небувала популярність пов'язана з декількома факторами. Головний із них – криза в країні, у результаті якої деякі люди втрачають роботу, а інші звільняються самостійно. Зараз саме час замислитися про власну справу. Інвестори часто готові підтримати такі проекти, бо нині більша кількість не довіряє банкам і не часто користується депозитом. Також коворкінг часто орендують і самі інвестори, щоб можна було співпрацювати з підприємцями.

Наші спеціалісти в будівельній галузі зможуть повноцінно працювати в таких умовах, відчути комфорт і отримати масу нових знань, відвідуючи мастер-класи в коворкінгу, обмінюючись досвідом з іншими фахівцями. Найбільш перспективні проекти працівників

зможуть знайти інвесторів. Сама атмосфера надихає на роботу, оскільки люди приходять до коворкінгу не тому, що треба, а тому, що важливо і хочеться.

Висновки. Дослідження проводилися на прикладі підприємства «Харківський простір «Новое Место» – простір у ТРЦ, яке проводить великі заходи (конференції, виступи, виставки) для залучення бізнес-туристів та пропонує традиційний коворкінг, його перевагою є площа 1 500 кв. м із мінімальною орендною платою. Були розроблені рекомендації щодо зростання ринку бізнес-туризму завдяки розвитку коворкінгу в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Федорченко В.К. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг: [навч. посіб.] / В.К. Федорченко, І.М. Мініч. – К.: Логос, 1999. – 76 с.
2. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии МICE в России и за рубежом: сравнение и тенденции / М. Гасиев. – М., 2004. – 145 с.
3. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: [підручник] / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
4. Горбань Г.П. Особливості формування попиту на туристичний продукт / Г.П. Горбань [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourlib.net>.
5. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення / Н.В. Титова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.proconf.ru/turism.html>.
6. Альтернатива офисам. В Україні становляться популярними коворкінги [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://hi.dn.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=58314:2015-07-27-14-21-30&catid=54:uknews&Itemid=148.
7. Актуальний бізнес в Україні 2016–2017: ТОП-7 ідей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lemarbet.com/ua/biznes-v-ukraine/aktualnyj-biznes-v-ukraine-top-7-vostrebovannyh-idej/>.
8. Економіка креативних просторів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pawillion.com/uk/ekonomika-kreativnih-prostoriv/>.
9. 50 ідей для розвитку будь-якого українського міста [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://inspired.com.ua/ideas/50-ideas-for-cities/>.
10. Всім на користь: як мережі знань допомагають бізнесу і громадськості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://projects.platfor.ma/merezh-znan/>.