

УДК 658.152

**Блага В.В.***кандидат економічних наук, доцент  
Харківського національного автомобільно-дорожнього університету***Благой В.В.***кандидат економічних наук, доцент  
Харківського національного університету будівництва та архітектури***Гніденко О.В.***студентка  
Харківського національного університету будівництва та архітектури*

## ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ БІЗНЕС-ЦЕНТРУ МЕГАПОЛІСУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

### INNOVATION AND INVESTMENT POTENTIAL OF BUSINESS CENTER OF METROPOLIS IN THE CONTEXT OF BUSINESS TOURISM DEVELOPMENT

#### АНОТАЦІЯ

У статті розроблено теоретично-методичні положення і практичні рекомендації щодо прийняття обґрунтованих управлінських рішень стосовно заходів розвитку ділового туризму на основі окремо вибраного бізнес-центру в м. Харкові за допомогою тривимірного показника інноваційно-інвестиційного потенціалу.

**Ключові слова:** діловий туризм, розвиток, мегаполіс, бізнес-центр, інноваційно-інвестиційний потенціал.

#### АННОТАЦИЯ

В статье разработаны теоретико-методические положения и практические рекомендации по принятию обоснованных управленческих решений относительно мероприятий развития делового туризма на основе отдельно выбранного бизнес-центра в г. Харькове с помощью трехмерного показателя инновационно-инвестиционного потенциала.

**Ключевые слова:** деловой туризм, развитие, мегаполис, бизнес-центр, инновационно-инвестиционный потенциал.

#### ANNOTATION

The theoretical and methodological provisions and practical recommendations for making informed management decisions regarding the development of business tourism are developed, based on a separate business center in Kharkov using a three-dimensional indicator of innovation and investment potential.

**Keywords:** business tourism, development, metropolis, business center, innovation and investment potential.

**Постановка проблеми.** Діловий туризм – це значний важіль економіки, за умов зростаючої глобалізації бізнес-туризм виступає як джерело формування інновацій. Це розвиток індустрії ділових контактів, покращення іміджу бізнес-центру у світових колах, інтеграція бізнес-структури та мегаполісу у глобальний світ. Увага та сприяння вжиттю міжнародних заходів важливі для розвитку економіки, освіти, культури, медицини міста. Тому питання розвитку бізнес-індустрії має актуальне значення, адже це не просто бізнес-поїздки. Після розгляду теоретичних аспектів ділового туризму в контексті розвитку національної економіки виникла необхідність проведення оцінки інноваційно-інвестиційного потенціалу бізнес-центрів мегаполісу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемі, що досліджується нами, присвячено

багато праць як вітчизняних, так і зарубіжних авторів, серед яких можна відзначити Д. Боуена, Р. Браймера, С. Ванхілла, Д. Гілберта, В.В. Безуглого, В.Г. Жученко, Н.Є. Конона, І.С. Гордієнко, О.Є. Шайда, С.І. Нікітенко та багатьох інших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на очевидний прогрес у бізнес-сфері, невирішеними залишаються питання розвитку бізнес-центрів мегаполісу. З цією метою необхідно провести оцінку фінансової стійкості вибраного бізнес-центру у м. Харкові за рахунок включення до її складу аналізованих витрат, пов'язаних з розробкою і впровадженням нових або поліпшувючих технологій у сфері ділового бізнесу та розрахунку тривимірного показника інноваційно-інвестиційного потенціалу, що дає змогу проаналізувати фінансову стійкість підприємства до інноваційного розвитку та уникнути можливого заморожування коштів.

**Мета статті** полягає в розробці теоретично-методичних положень і практичних рекомендацій щодо прийняття обґрунтованих управлінських рішень стосовно заходів розвитку ділового туризму на основі окремо вибраного бізнес-центру у м. Харкові за допомогою тривимірного показника інноваційно-інвестиційного потенціалу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Уся багатогранність поїздок, що здійснюються з найрізноманітнішими діловими цілями, зветься діловим туризмом [1]. Дефініція ділового та корпоративного туризму з'явилися у зв'язку з глобалізацією світового простору. В Україні діловий туризм почав розвиватися тільки на початку 90-х років. Це пов'язане з тим, що українські компанії змогли нарешті вийти на світовий рівень [2].

Поняття ділового туризму включає в себе організацію і супровід як приватних ділових візитів, так і роботи багатотисячних міжнародних конгресів, симпозіумів, конференцій, виставок, ярмарків [3].

Діловий туризм дає змогу знайомитися з новими технологіями, сприяє зустрічам з інвесторами, партнерами, постачальниками і споживачами товарів або послуг фірми. Ділові поїздки дають поштовх свіжим ідеям для розвитку бізнесу. Бізнес-сфера пов'язана з налагодженням зовнішньоекономічних зв'язків, прагненням використовувати передовий досвід розвинутих країн і народів у створенні духовних і матеріальних цінностей, що сприяє розширенню міжнародного співробітництва серед наукової спільноти різних країн. Бізнес-туризм позитивним чином впливає на національну економіку країн, де він здійснюється. Якщо не вдаватися у подробиці, то цей вплив є аналогічним тому, який надають інші види туризму, проте є й свої відмінності.

По-перше, у діловому туризмі все дуже дорого коштує, тому він є прибутковим. Якщо проаналізувати структуру бізнес-туристів, то більшість складуть менеджери вищої та середньої ланок компаній, зрозуміло, що продавці дорогих, першокласних послуг мають неабияку перевагу (наприклад, готелі, бізнес-центри вищого класу, транспортні компанії з першокласним обслуговуванням). Згідно з підрахунками Всесвітньої туристської організації бізнес-туристи витрачають в поїздках в три-чотири рази більше, ніж туристи на відпочинку (\$1 200 замість \$300). Річний грошовий обіг у сфері бізнес-туризму обчислюється десятками мільярдів доларів. З цього стає зрозумілим, чому у розвинутих країнах бізнес-туризму приділяється така увага [4].

По-друге, багато ділових подорожей зазвичай відбувається в досить завантажений для мегаполісу період, тому бізнес-індустрія існує незалежно від сезонності.

По-третє, бізнес-туристів мало бентежить навколишнє середовище. Майже весь свій час вони проводять на засіданнях, зустрічах, обговорюють різні службові питання, тому у них залишається мало часу і сил на відвідування пляжів, зон відпочинку, лижних трас тощо.

По-четверте, відвідувачі бізнес-центрів беруть участь у конференціях або виставках, а також вчиняють інсентив-подорожі, вони є хорошими агентами для цього центру і рекламують його безкоштовно. Зрозуміла зацікавленість місцевої влади в залученні якомога більшої кількості ділових гостей, які будуть повертатися знову. Вживаючи подібних заходів, місцева влада розраховує на те, що бізнес-туристи розкажуть про бізнес-центр, місто, регіон та країну [1].

За умов глобалізації бізнес-туризм в розвинутих країнах існує як економічний сектор, що всебічно розвивається, та забезпечує приплив іноземної валюти та створення робочих місць. Розвиток інфраструктури бізнес-туризму відбивається на покращенні іміджу мегаполісу [5].

В роботі проведено аналіз ПАТ «Приват бізнес-центр «Слобожанський»» (далі – підприємство). Підприємство має добре географічне положення, що дає змогу розвиватися далі.

Середньооблікова кількість працівників облікового складу (осіб) становить 10. Середня кількість позаштатних працівників та осіб, які працюють за сумісництвом (осіб), становить 1. Кількість працівників, які працюють на умовах неповної робочої години (дня, тижня) (осіб), дорівнює 0. Фонд оплати праці складає 216 426,00 грн. Розмір оплати праці проти 2010 року збільшився на 45 384,00 грн. Кадрової програми немає [6].

Підприємство має високі коефіцієнти фінансової стабільності (висока ліквідність активів підприємства, висока фінансова незалежність), що вказує на його впевнену позицію на ринку. Однак через низькі коефіцієнти рентабельності можна зробити висновок про те, що підприємство не є прибутковим. Підприємство має потенціал до стрімкого розвитку за рахунок вигідного географічного положення.

Для більш детального аналізу стану підприємства проведено його SWOT-аналіз. З огляду на результати проведеного SWOT-аналізу підприємство потребує внутрішніх перетворень. Найбільш слабкі сторони визначені у сфері маркетингу, а також знайдені невідповідності умовам зростаючого ринку.

Задля поліпшення фінансового стану підприємства розроблені заходи та запропоновані два фінансово-економічні забезпечення, які мають умовні назви «Нова технологія» та «Поліпшуюча технологія».

По перше, як нова технологія запропоновано розширення площі під оренду. Згідно з попередніми розрахунками це буде коштувати 21,4 тис. грн.

Поліпшуюча технологія має на увазі проведення рекламної компанії. Згідно з попередніми розрахунками це буде коштувати 10,7 тис. грн.

Для оцінки впливу впровадження кожної технології на фінансове положення підприємства використовувався тривимірний показник. За допомогою цього показника встановлено тип інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства.

На основі цих розрахунків визначено, які саме дії потрібно зробити для підвищення конкурентоздатності та некритичного зниження фінансового положення підприємства.

Проведений трьохфакторний аналіз показав, що перед початком впровадження підприємство має високі фінансові та інвестиційні показники (S(1;1;1)), що дає змогу активізації інвестиційної діяльності.

Розвиток методики оцінки фінансової стійкості та включення до її складу аналізованих витрат, пов'язаних з розробкою та впровадженням нових та/або поліпшуючих технологій, дадуть змогу відповісти на запитання про те, чи під силу цьому бізнес-центру разом із формуванням ресурсів, необхідних для поточної виробничо-господарської діяльності, ще й реалізація вибраної стратегії інноваційного розвитку. Іншими словами, чи можна за такого

підходу аналізувати інноваційні можливості (потенціал) підприємства за ефективного забезпечення наявних та нових впроваджуваних технологій? Для цього під час оцінювання відповідності наявних і необхідних засобів для забезпечення виробничо-господарської діяльності у склад аналізованих витрат слід включити також інноваційні потреби, які не потрібні для впровадження в господарський обіг нової або базової технології і/або поліпшуючої.

Якщо би бізнес-центр приступив до освоєння нової технології без попередньої оцінки свого інноваційно-інвестиційного потенціалу, то, як показують розрахунки, у нього не вистачило б коштів на завершення розпочатого проекту. Це могло б виявитися в нестачі коштів на забезпечення поточної виробничо-господарської діяльності або призвело б до тимчасового припинення та заморожування розпочатого інноваційного проекту. Затягування термінів реалізації інновацій призводить до збільшення незавершеного виробництва, що небажано та розцінюється як нерациональне використання інвестованого капіталу. Призупинення реалізації інноваційного проекту може сприяти також розвитку ризику запізненої комерціалізації та лізингу. Коли оновлений бізнес-центр буде готовий до відкриття, він може виявитися вже застарілим.

Після розрахунку фінансових показників під час впровадження нової технології (переобладнання приміщень для оренди) виявлено, що показники підприємства значно впали. Значення показника  $S(0;0;1)$  говорить про перехід підприємства в критичний стан.

Однак під час впровадження поліпшуючої технології (проведення рекламної компанії) негативних змін у фінансовому становищі не виявлено. Підприємство і надалі зможе займатися інноваційною діяльністю.

Після впровадження поліпшуючої технології очікується значний приріст прибутку, а також зміна коефіцієнта рентабельності (0,05 проти 0,01), що, безумовно, є позитивною динамікою.

Використання розробленого підходу дає змогу вибраному бізнес-центру у м. Харкові позбавитись можливого заморожування коштів, а отже, більш ефективно використовувати свої економічні ресурси. В цьому сенсі варто застосувати таке поняття, як оверрейдінг, коли в погоні за перспективними можливостями через збільшення поточних інвестиційних вкладень підприємства скорочують свої фінансові резерви нижче розумного рівня та виявляються в положенні банкрутів. В результаті багато підприємств вимушені зупиняти на невизначений термін започатковані інвестиційні про-

екти. Розроблений метод може застосовуватися для прогнозування подібних ситуацій. Щоб не допускати подібних проблем, досить на етапі розробки перспективних планів виключити з числа альтернатив, що розглядаються підприємствами, неможливі (з точки зору фінансового забезпечення) проекти.

**Висновки.** Діловий туризм відіграє найважливішу роль в розвитку національної економіки будь-якої країни, активно сприяючи її інтеграції у світовий ринок. У статті запропоновано теоретично-методичні положення та практичні рекомендації щодо прийняття обґрунтованих управлінських рішень стосовно заходів розвитку ділового туризму на основі окремо вибраного бізнес-центру у м. Харкові за допомогою тривимірного показника інноваційного потенціалу. Вирішено взаємозалежні завдання, а саме проаналізовано теоретичні аспекти ділового туризму в контексті розвитку національної економіки; проаналізовано фінансове положення ПАТ «Приват бізнес-центр «Слобожанський»»; здійснено його SWOT-аналіз; розроблено рекомендації щодо розвитку підприємства; проведено їх оцінку за допомогою тривимірного показника інноваційно-інвестиційного потенціалу.

У ході дослідження використовувалися такі методи, як аналіз та узагальнення, системний аналіз, математична статистика, SWOT-аналіз.

Наукова новизна роботи полягає у вдосконаленні методики оцінки фінансової стійкості підприємства за рахунок включення до її складу аналізованих витрат, пов'язаних з розробленням і впровадженням нових або поліпшуючих технологій у сферу ділового бізнесу та розрахунку тривимірного показника інноваційно-інвестиційного потенціалу, що дає змогу проаналізувати фінансову стійкість підприємства до інноваційного розвитку та уникнути можливого заморожування коштів.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Технологія організації бізнес-типів. URL: <http://ukrbukva.net/66033-Tehnologiya-organizacii-biznes-turov.html>.
2. Деловой и корпоративний туризм. URL: [http://tourlib.net/statti\\_otdyh/delovoy-turizm.htm](http://tourlib.net/statti_otdyh/delovoy-turizm.htm).
3. Теоретические основы индустрии делового туризма. URL: [http://studbooks.net/715018/turizm/teoreticheskie\\_osnovy\\_industrii\\_delovogo\\_turizma](http://studbooks.net/715018/turizm/teoreticheskie_osnovy_industrii_delovogo_turizma).
4. Деловой туризм. URL: <http://www.tiernapojat.tk/news/sushnos-156.html>.
5. Суцність и значение делового туризма. URL: [http://studbooks.net/645219/turizm/suschnost\\_znachenie\\_delovogo\\_turizma](http://studbooks.net/645219/turizm/suschnost_znachenie_delovogo_turizma).
6. SMIDA. URL: <https://smida.gov.ua>.