

3. ДСТУ 4281. Заклади ресторанного господарства. Класифікація [Текст]. – [Чинний від 01.07.2004]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2004. – 24 с.

4. Роздрібна торгівля України у 2008 році [Текст]: статист. зб. – К. : Державний комітет статистики України, 2009. – 173 с.

Отримано 31.03.2010. ХДУХТ, Харків.

© В.А. Антонова, 2010.

УДК 658.818:339.372.84

**О.В. Ольшанський**, канд. екон. наук (ХДУХТ, Харків)

**К.С. Ольшанська**, асп. (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)

**В.В. Тютюнник**, магістр (ХДУХТ, Харків)

## **ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ**

*Розглянуто теоретичні основи формування інноваційних та інвестиційних процесів на туристичних підприємствах, визначено напрями аналітичної роботи інноваційно-інвестиційної діяльності та розроблено систему показників інноваційно-інвестиційної привабливості туристичних підприємств.*

*Рассмотрены теоретические вопросы формирования инновационных и инвестиционных проектов на туристических предприятиях, определены направления аналитической работы инновационно-инвестиционной деятельности и разработана система показателей инновационно-инвестиционной привлекательности туристических предприятий.*

*The theoretical basis of the investment and innovation processes in tourism enterprises, defined areas of analytical work, innovation and investment and developed a system of indicators of innovation and investment attractiveness of tourist enterprises.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** У світовій економіці відбуваються суттєві зміни, щодо пошуку з подальшим залученням джерел і ресурсів, які визначають економічний розвиток. Недостатні й обмежені можливості традиційних підходів зумовлюють переорієнтуватися на вияв різноманітних технологічних, соціальних та організаційних інновацій, які перетворюють наукоємність у головну стратегічну складову економічного зростання.

Завдання з реалізації інновацій займають чільне місце в загальній системі чинників, які визначають інвестиційну привабливість туристичного підприємства. Реалізація інноваційних та інвестиційних проектів підвищує ефективність господарської діяльності, якість виро-

бленої продукції і її конкурентоспроможність на ринку, що забезпечує посилення інвестиційної привабливості туристичного підприємства. За підсумками складання бізнес-плану реалізації інновацій уточнюються очікувані розміри прибутку, доходу підприємства, а також потреби в інвестиціях. Складовими частинами інноваційного плану є науково-технічні, технологічні та організаційно-управлінські нововведення, які утворюють складову частину бізнес-плану, реалізація яких забезпечує підвищення ефективності господарської діяльності туристичного підприємства, якості послуг та його конкурентоспроможності. Завдяки цій діяльності посилюється інвестиційна привабливість підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання аналізу інноваційно-інвестиційної діяльності перебували у колі досліджень провідних вчених-економістів: Я.Д. Крупи, І.А. Бланка, А.П. Соколова, С.М. Ілляшенка, А.А. Пересади, М.А. Йохна та ін. Проте дослідженню аналітичних показників інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств сфери туризму потрібно приділити більше уваги.

**Мета та завдання статті.** Метою дослідження є визначення інноваційно-інвестиційної привабливості підприємств сфери туризму, як самостійної економічної категорії, яку пропонується розглядати як узагальнене уявлення про економічний об'єкт, що відображає потенційні можливості підвищення його вартості за рахунок розробки і ефективного використання в його діяльності нових і удосконалених продуктів, послуг, процесів на основі можливих інвестиційних ресурсів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для підвищення конкурентоспроможності підприємства сфери туризму здійснюють діяльність за такими напрямками: підвищення якості продукції, продуктивності праці, оптимізація структури управління підприємством, впровадження нових технологій. Здійснення кожного з цих заходів прямо чи опосередковано пов'язано зі здійсненням інноваційної діяльності за її основними напрямками. Аналіз підприємств сфери туризму, які успішно здійснюють інноваційну діяльність, показує, що спонукальним мотивом для розробки інновацій є бажання і прагнення керівництва вести стратегічну діяльність в цілому і зокрема інноваційну. Іншою основною умовою для впровадження інновацій є наявність ефективної системи маркетингу, збуту і сервісу, що забезпечує зв'язок підприємства з кінцевим споживачем з метою постійного виявлення нових явних і прихованих потреб споживачів щодо якості продукції, товарів, робіт і послуг. Ця умова є визначальною оскільки успіх мають лише ті нововведення, які надають кінцевому споживачу нових вигод. Одним з основних чинників підвищення привабливості туристичних підприємств є інвестиції в реальні та фінансові активи підприємства, що забезпечує його конкурентоспроможність та вартість. З іншого бо-

ку прийнято вважати, що основним інструментом підвищення вартості підприємства є інновації. Саме тому система формування інвестиційного бюджету підприємства пов'язана з процесом довгострокового планування всієї його діяльності у процесі якого обирається чи коригується інноваційний напрям, плани фінансування, виробництва, маркетингової політики. Така система ухвалення інноваційних рішень одержала назву інноваційно-інвестиційної діяльності, індикатором ефективності якої може служити динаміка ринкової вартості підприємства [1]. Ефективна інноваційно-інвестиційна діяльність повинна включати аналіз вимог замовника, технологій, конкурентоспроможності, внутрішнього потенціалу, основних організаційних ідей, фінансових механізмів. На основі проведеного аналізу виробляється комплекс інноваційних заходів, які включають нововведення в галузі випуску нового кінцевого продукту, у виробничих процесах, в оперативному середовищі підприємства, нововведення, які стосуються кінцевого продукту, технологій і організації виробництва, збуту, післяпродажного сервісу [2].

З урахуванням величезного впливу інновацій на економічне зростання і перспективний розвиток підприємств у сучасних умовах, доцільно визначити інноваційно-інвестиційну привабливість туристичного підприємства як самостійну економічну категорію, яку пропонується розглядати яку узагальнене уявлення про економічний суб'єкт, що відображає потенційні можливості підвищення його вартості за рахунок розробки і ефективного використання в його підприємства нових і удосконалених продуктів, послуг, процесів на основі можливих інвестиційних ресурсів. При цьому очевидним є взаємозв'язок інноваційно-інвестиційної привабливості підприємства і стану його інноваційної інфраструктури. Елементи інноваційної інфраструктури є основою для економічних показників, які визначають поточний виробничо-технологічний стан підприємства і його можливості ефективного залучення інновацій у господарський оборот [3].

З урахуванням вищевикладеного вважаємо, що аналіз інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства сфери туризму є процесом дослідження економічної інформації з метою:

- аналізу інноваційно-інвестиційного стану підприємства сфери туризму;

- оцінки досягнутого рівня інноваційно-інвестиційної привабливості та стійкості фінансового стану підприємства сфери туризму, оцінки зміни цих рівнів з урахуванням інвестиційних витрат у порівнянні з попереднім періодом, з бізнес-планом і нормативними значеннями під впливом різних чинників;

– ухвалення інвесторами обґрунтованих управлінських рішень з фінансування інноваційних проєктів;

– поліпшення інноваційно-інвестиційної привабливості підприємства сфери туризму.

При цьому аналіз елементів інноваційної структури дозволяє визначити поточний виробничо-технологічний стан підприємства сфери туризму і його початкові інвестиційні можливості ефективного залучення інновацій у господарський об'єкт [4].

Виходячи із суті та мети аналізу інноваційно-інвестиційної привабливості підприємства сфери туризму, можна зробити висновок про те, що його основним завданням є оцінка:

1. Інноваційно-інфраструктурного стану туристичного підприємства на основі розрахунку й аналізу групи економічних показників, що характеризують його можливості в освоєнні та комерціалізації інновації.

2. Майнового стану туристичного підприємства, структури його розподілу і ефективності використання.

3. Достатності власного і залученого капіталу для поточної господарської діяльності, раціональності його використання, а також вибір стратегії подальшого розвитку підприємства сфери туризму.

4. Досягнутого рівня стійкості фінансового стану туристичного підприємства, його фінансової стабільності, забезпеченості власними оборотними коштами, достатності основних засобів, виробничих запасів для забезпечення конкурентоспроможності і рентабельності продукції, що виробляється з урахуванням інноваційних витрат.

5. Платоспроможність підприємства і ліквідність майна.

Узагальнену систему показників, яка дозволяє оцінити інноваційно-інвестиційну привабливість туристичного підприємства, представлено у таблиці.

*Таблиця – Система показників оцінки інноваційно-інвестиційної привабливості туристичних підприємств*

Показник	Характеристика
1	2
Коефіцієнт забезпеченості інтелектуальною власністю	Визначає наявність у підприємства інтелектуальної власності та права на неї у вигляді патентів, винаходів, промислових зв'язків, свідоцтв, комп'ютерних програм, товарних знаків і торгових марок
Коефіцієнт персоналу зайнятого в НДР, ДКР	Характеризує професійно-кадровий склад підприємства. Він показує частку персоналу, що займається безпосередньо розробкою нових продуктів і технологій, виробничим і інженерним і проектуванням для випуску нових продуктів або впровадження нових послуг

Продовження таблиці 1

1	2
Коефіцієнт майна призначеного для НДР, ДКР	Характеризує частку майна експериментального і дослідницького призначення, придбаних машин і устаткування, пов'язаного з технологічними інноваціями, у загальній вартості всіх виробничо-технологічних машин і устаткування
Коефіцієнт освоєння нової техніки	Відображає здатність підприємства до освоєння нового устаткування і новітніх виробничо-технологічних ліній
Коефіцієнт впровадження нової продукції	Характеризує здатність підприємства до впровадження інноваційної продукції або продукції, що піддалася технологічним змінам
Коефіцієнт інноваційного зростання	Характеризує стійкість технологічного зростання, показує частку засобів, що виділяються підприємством на власні та спільні дослідження з розробки нових технологій, навчання і прийом персоналу, пов'язаного з інноваціями, господарські договори щодо проведення маркетингових досліджень
Коефіцієнт поточної ліквідності	Характеризує ступінь, за який поточні активи перекривають поточні зобов'язання, тобто розмір гарантії, забезпечуваної оборотними активами
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Показує, яка частина короткострокових зобов'язань підприємства може бути негайно погашена за рахунок грошових коштів, короткострокових цінних паперів, а також надходжень за розрахунками
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Показує, яку частину поточної короткострокової зобов'язаності підприємство може погасити найближчим часом за рахунок грошових коштів і короткострокових фінансових вкладень
Коефіцієнт концентрації власного капіталу	Характеризує ступінь фінансової незалежності від зовнішнього капіталу, а також частку власників підприємства в загальній сумі коштів, вкладених у нього
Коефіцієнт позикового капіталу	Характеризує частку позикових засобів у загальній сумі джерел засобів підприємства
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Визначає, яка частина власного капіталу використовується для вкладення в оборотні кошти, а яка частина капіталізована
Коефіцієнт фінансового ризику	Показує, скільки позикових засобів підприємство привернуло на 1 грн вкладених в активи власних засобів
Коефіцієнт фінансової стійкості	Показує, яка частина активу фінансується за рахунок стійких джерел
Коефіцієнт оборотності виробничих засобів	Показує величину собівартості реалізованої продукції з розрахунку на 1 грн виробничих запасів і період оборотності засобів підприємства у формі запасів

*Продовження таблиці 1*

<b>1</b>	<b>2</b>
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	Показує, скільки виручки-нетто міститься в 1 грн власного капіталу і який період його обсягу
Рентабельність активів	Показує ефективність використання всього майна підприємства
Рентабельність продажів	Показує скільки прибутку припадає на одиницю реалізованої продукції
Рентабельність продукції	Характеризує ефективність основної діяльності підприємства з виробництва та реалізації продукції
Рентабельність власного капіталу	Визначає ефективність використання власного капіталу підприємства

**Висновки.** Таким чином, інвесторів, що представляють інтереси капіталу, цікавить, перш за все, ступінь вигідності інвестицій, вкладених у туристичне підприємство, що здійснює інноваційні розробки і впроваджуватиме їх у свою діяльність, і потенційний ризик втрат вкладених засобів. Чим стійкіше фінансове становище підприємства сфери туризму, тим менш ризикові й більш вигідні вкладення в нього. З вищевказаного випливає, що економічні інтереси лежать в галузі оцінки ризику та прибутковості інноваційних проектів, а також здатності туристичного підприємства генерувати прибуток і виплачувати дивіденди. При цьому реалізація інновацій дозволяє підвищити техніко-економічний рівень виробництва і фінансової стійкості підприємства. У цьому випадку вже існуючі інвестори можуть вкласти в нього додаткові засоби. Отже, саме здатність до розробки і реалізації ефективних інноваційно-інвестиційних проектів у великій мірі забезпечує можливість додаткового залучення інвестицій у розвиток підприємства сфери туризму.

Підводячи підсумки викладеного матеріалу, зазначимо, щоб посилити інвестиційну привабливість туристичного підприємства, потрібно здійснювати інноваційну діяльність за її основними напрямками. Пропонується здійснювати оцінку майбутніх об'єктів інвестування як з допомогою методів маркетингового, так і фінансового аналізу. Запропоновані показники сприятимуть більш чіткому уявленню підприємця про його реальний фінансовий стан та основні шляхи його зміцнення.

*Список літератури*

1. Бланк, И. А. Инвестиционный менеджмент [Текст] / И. А. Бланк. – К. : ИТЕМ, 1999. – 460 с.

2. Майорова, Т. В. Інвестиційна діяльність [Текст] : навч. посібник / Т. В. Майорова. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 318 с.

3. П'ятницька, Г. Т. Управління підприємством в епоху глобалізму [Текст] : монографія / Г. Т. П'ятницька. – К. : Логос, 2006 – 568 с.

4. Червоньов, Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку України [Текст] / Д. М. Червоньов, Л. І. Рейкова. – К. : Знання, 1999. – 280 с.

Отримано 31.03.2010. ХДУХТ, Харків.

© О.В. Ольшанський, К.С. Ольшанська, В.В. Тютюнник, 2010.

УДК 658.27.001.76:640.432

**О.В. Борисова**, ст. викл.

## **ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ, НАПРЯМИ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ**

*Розглянуто сутність інноваційної політики, її особливості у ресторанному господарстві, тенденції, напрями і методичні підходи щодо оцінки ефективності. Акцентовано увагу на прийняття рішення щодо реалізації інноваційної політики, враховуючи рівень ефективності її інтегрального показника.*

*Рассмотрена сущность инновационной политики, ее особенности в ресторанном хозяйстве, тенденции, направления и методические подходы по оценке эффективности. Акцентировано внимание на принятие решения по реализации инновационной политики, учитывая уровень эффективности ее интегрального показателя.*

*Considered essence of innovation policy, her particularities in restaurant facilities, trends, directions and methodical approaches on determination of efficiency. Accented attention on decision making on realization innovation policy, considering level to efficiency her integral factor.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Економічний розвиток підприємства базується не тільки на ресурсному, але й на загальноекономічному потенціалі, в основі якого формується інноваційна політика фірми. Якщо така політика відсутня на підприємстві або розвивається вкрай повільно й стихійно, то для підприємства існує реальна небезпека розвитку глибокої економічної кризи, особливо за умов переходу на більш високий технологічний рівень. Це може викликати серйозну кризу підприємства, майже до припинення його існування. Але різноманітність інновацій та заходів з їх реалізації, а разом з тим, самостійність підприємців у виборі різних напрямів інноваційної політики підприємства ускладнюють проблему обґрунтування найбільш прийнятної й ефективного з них.