

Великомасштабні ІП - це такі ІП, реалізація яких істотно впливає на економічну, соціальну або екологічну ситуацію в окремих регіонах або секторах економіки країни.

Локальні ІП – це інвестиційні проекти, реалізація яких не здійснює істотного впливу на економічну, соціальну і екологічну ситуацію і не змінює рівень і структуру цін у регіоні. [3]

Узагальнюючи все вище викладене, варто зробити висновок, що для оцінки ефективності ІП у регіонах необхідно проводити її розрахунки в два етапи. Пропонуємо на першому етапі розраховувати показники ефективності проекту в цілому для локальних проектів та оцінювати їхню комерційну ефективність тільки для суспільно значимих проектів. Тому на цьому етапі оцінюється насамперед суспільна ефективність ІП, а потім і комерційна ефективність. При незадовільній суспільній ефективності, ІП не рекомендується до реалізації. При недостатній комерційній ефективності суспільно значимого ІП рекомендуємо розглянути можливість різних форм його підтримки, що дозволила б підвищити комерційну ефективність ІП до прийнятного рівня. Другий етап оцінки ефективності ІП здійснюється після вибору схеми фінансування. На цьому етапі уточнюється склад учасників, визначається фінансове забезпечення та ефективність кожного учасника в проекті на основі різних показників ефективності (ефективність участі в ІП окремих підприємств, акціонерів, бюджету, регіональна секторальна ефективність тощо).

Список літературних джерел

1. Ковалев В.В. Фінансовий аналіз: Управління капіталом. Вибір інвестицій, Аналіз звітності / Ковалев В.В. – М.: Фінанси та статистика, 2007. – 430 с.
2. Шаров А.П. Модель оцінки капітальних активів / Шаров А.П., Веніамінов К.Д. – Економінвест, 2010.- 116 с.
3. Бірман Г. Економічний аналіз інвестиційних проектів / Шмидт С., Бірман Г., пер. с англ. - М.: Банки і біржі, ЮНИТИ, 2010. - 198 с.

Карп'як М.О., к.е.н., н.с.
ДУ «Інститут регіональних досліджень
НАН України імені М.І. Долишнього»

НОВІ ФОРМИ ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКИХ МОДЕЛЕЙ В СУЧАСНИХ ПІДХОДАХ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

Несприятлива економічна ситуація, що сформувалась в Україні останніми роками внаслідок глибокого економічного спаду та девальвації національної валюти призвела до того, що значна частина підприємств змушені були значно скоротити свій штат або взагалі зазнали ліквідації. В результаті це спричинило звільнення офісних приміщень, як в орендодавців, так і в орендарів, простій яких, своєю чергою, змусив компанії шукати нові бізнес-моделі. І деякі знайшли ефективну бізнес-модель – нею стала організація креативних просторів, яка вже давніше здобула собі певну популярність на Заході.

Креативні простори як явище відноситься до нових форм економіки та управління, які базуються на досягненнях інноваційного розвитку і передових інструментах діяльності людини. Поява подібних економіко-управлінських моделей зумовлена стрімкими трансформаціями класичних економічних умов організації підприємства. На думку багатьох авторів, економічні засади сучасного суспільства та суспільства найближчого майбутнього

не відповідають класичним уявленням та підходам до організації діяльності компанії, натомість вони базуються на нових принципах – самоорганізації, трансформації ролі компанії та вирішальної ролі індивіда, подальшого зростання значення інтелектуальної праці, віртуалізації.[1,2].

Креативний простір – це багатофункціональний майданчик для підприємців, організацій та окремих індивідів, які працюють віддалено, найчастіше із замовниками послуг з інших країн. Це такий, свого роду «центр концентрації інтелекту» із притаманною йому культурою. Крім цього, такий інноваційний культурний простір також може поєднувати в собі безліч різноманітних проектів, як наприклад стартап-бокси, коворкінги, антикафе, креативні ресторани, центри розвитку дітей, творчі майстерні, еко-парки, тощо. Окрім цього, креативний простір є також платформою для різноманітних культурних та освітніх подій, конференцій та фестивалів.

Креативні простори є динамічними структурами, які орієнтуються на своїх резидентів, тобто постійних учасників, які бажають працювати, навчатись або просто проводити час у цьому просторі. Резиденти приймають всі умови використання простору і здійснюють передоплату за користування послугами на місяць, півроку, рік або більше. В основному у креативних просторах відбувається міграція резидентів, які постійно то відпадають, то приєднуються. Спільнота резидентів, яка сформувалася у креативному просторі на певний період часу утворює екосистему даного простору. Відтак ці платформи дуже зацікавлені у розвитку ринків на свої послуги.

Традиційними джерелами доходів для креативних просторів є [3]:

- плата за використання простору (погодинна оплата),
- членство (плата за використання простору впродовж певного часу у місяць і т.п.),
- оренда приміщення для проведення заходів та організації платних навчальних програм.

Креативний простір пропонує компаніям та окремим підприємцям новітній підхід до організації своєї праці, - простір, де вони можуть працювати творчо, невимушено та ініціативно, маючи комфортну атмосферу самоорганізації та внутрішньої мотивації. Крім цього, подібні простори обладнані спеціальними лекторіями, у яких зручно проводити майстер-класи та лекції для різноманітної аудиторії. Своєю чергою, міжнародні компанії отримують своє представництво у відповідному регіоні, де можуть представити свої розробки.

У країнах ЄС плата за робоче місце переважає у доходах креативних просторів. Середній дохід з резидента на місяць становить 230 євро [4] і набагато перевищує показники в Україні.

Креативні простори можуть приймати нескінченну кількість варіацій, залежно від [3]:

- галузевого фокусу (ІТ чи медійники, інженери чи фінансисти),
- від типу талантів-головних клієнтів (креативні, підприємницькі чи управлінські),
- типу приміщення (для заходів чи майстерня),
- виду послуг, що надаються (виключно сервіс з надання приміщення чи інвестиції у компанії-резиденти),
- типу спільноти (відкрита спільнота чи закритий клуб),
- категорії членства (фіксоване чи гнучке),
- конструкції бізнес-моделі.

До чинників виникнення креативних просторів можемо віднести насамперед зростання кількості «вільних» працівників, які сьогодні працюють у режимі віддаленої праці.

Подібний вид зайнятості зумовив початок кризи в Україні, під час якої значна частина працівників змушені були залишати офіси і переходити на віддалений режим роботи. Отже, тенденція віддаленої праці або так званого «фрілансу» сьогодні вже не викликає здивувань, а вітчизняні спеціалісти активно співпрацюють із замовниками їхніх послуг з інших країн. Іншою причиною такого стрімкого розвитку віддаленої праці стало те, що ринок замовлень в Україні відносно невеликий, а потенціал українських фахівців (програмістів, дизайнерів та ін..) дуже високий. Багато підприємців успішно працюють через Інтернет, стабільно забезпечуючи собі високий рівень доходів ніколи віч-на-віч не зустрічаючись зі своїми роботодавцями.

До інших чинників виникнення креативних просторів в Україні і у світі можемо віднести також [3]:

- зміну структури зайнятості
- розширення переліку «вільних професій»
- особливість міського способу життя
- прагнення до міжособистісної комунікації
- розвиток інформаційних технологій.

Сьогодні дедалі більше підприємств переводять свій бізнес у віртуальний простір, тому розвиток креативних просторів як в Україні, так і в світі останніми роками набуває дедалі більшої популярності, а кількість їх користувачів зростає. Як зазначалося вище, найбільш відомими типами креативних просторів є коворкінги, бізнес-інкубатори, антикафе та навчальні центри.

Список літературних джерел

1. Christian Fuchs. Internet and Society: Social Theory in the Information Age. – New York: Routledge, 2008. - 408 p.
2. Nico Stehr. A World Made of Knowledge. Lecture at the Conference «New Knowledge and New Consciousness in the Era of the Knowledge Society», Budapest, January 31st 2002
3. Економіка креативних просторів // [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://pawillion.com/uk/ekonomika-kreativnih-prostoriv/>
4. Coworking Europe 2014// [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://prezi.com/epoe0ogs-wzq/coworking-europe-2014/>

Кончин В.І., к.е.н., доц.
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ТИПОЛОГІЯ РЕГІОНІВ В ГЛОБАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ ТА ВИБІР КРАЇНАМИ РЕГІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ І ДОБРОБУТУ

В умовах міжнародної економічної інтеграції країн з різним рівнем розвитку актуальною проблемою є дослідження якісних характеристик їх економік на регіональному рівні та виявлення потенціалу забезпечення економічного зростання й підвищення добробуту.

Важливими методологічними напрямками розкриття цієї проблеми є формулювання типології регіонів за економічним та технологічним розвитком в глобальному просторі, за