

региона / В. Крымов // Федерализм. – 2008. – № 3. – С. 59–76.

3. Кузнецова Е. Стратегическая концепция устойчивого развития экономики / Е. Кузнецова // Проблемы теории и практики управления. – 2007. – № 6. – С. 33–43.

4. Лапыгин Д.Ю. Методическое обеспечение процесса разработки плана стратегического развития региона / Д.Ю. Лапыгин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – № 6. – С. 40–52.

5. Лапыгин Д.Ю. Разработка плана стратегического развития региона / Д.Ю. Лапыгин // Менеджмент в России и за рубежом – 2006. – № 2. – С. 85–100.

6. Швецов А. Соотношение централизации и децентрализации в государственной региональной политике: о сложившейся ситуации, необходимости ее изменения /А. Швецов // Российский экономический журнал. – 2006. – № 5–6. – С. 14–35.

7. Пчелинцев О.С. Проблемы социально-экономического обоснования региональной политики /О.С. Пчелинцев // Проблемы прогнозирования. – 2002. – № 1. – С. 3–17.

8. Нерета О. Стратегічне планування соціально-економічного розвитку малих міст / О. Нерета // Управління сучасним містом. – 2003. – № 1–3 (9). – С. 169–176.

9. Жук В.А. Новые формы управления финансами в регионе / В.А. Жук, А.М. Ходачек // Инновации. – 2005. – № 7 (84). – С. 40–43.

УДК: 332.146.2:004.77

Бавико О.Є.,
к.політ.н., доцент кафедри менеджменту
Міжнародний університет бізнесу і права, м. Херсон

ВІРТУАЛЬНІ МЕХАНІЗМИ КООРДИНАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

Постановка проблеми. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, спрощення та здешевлення їхнього використання на рівні локальних виробничо-організаційних процесів з обробки інформації, були першим етапом розвитку мережевої економіки. Її подальший розвиток пов'язаний з тим, що конкурентоспроможність економічної діяльності в умовах постіндустріальної модернізації регіонального економічного простору обумовлюється спроможністю його суб'єктів до створення та використання інновацій, оскільки, в мережеві економіці за умов інверсійного ціноутворення, дорого можуть коштувати лише товари що вирізняються принциповою новизною характеристик. Процес продукування інновацій як на технологічному рівні, так і на рівні формування організаційних механізмів економічної діяльності, пошуку креативних рішень для подальшого розвитку, безпосередньо пов'язаний з наявністю і можливістю отримання специфічних знань, формування відповідних навичок, підвищення кваліфікації персоналу і використання відповідних форм координації розсіяного знання. Відповідно, основним підґрунтям економічного розвитку виступають процеси навчання і трансферу знань, що включають функції отримання й використання вже існуючих та формування нових знань. Ці процеси потребують тісної практичної взаємодії учасників.

На сучасному етапі розвитку економіки відбувається трансформація організаційних механізмів координації економічної діяльності, впровадження мережевих моделей, як на рівні принципів організації, так і в якості її засобів, на основі віртуального середовища Інтернет. Саме використання віртуального середовища виступає в якості сучасного засобу інтенсифікації трансферу знань. Завдяки вільному доступу до каналів комунікації, можливості передачі великих обсягів інформації, роботі в режимі он-лайн, постійному характеру віртуальної взаємодії, на основі інформаційно-комунікаційних технологій формується незалежний від фізичного розташування суб'єктів, простір обміну знаннями, який необхідно розглядати як основу віртуального механізму координації розсіяного знання.

У відповідності з основними законами економічної кібернетики, технологічний розвиток регіонального економічного простору має бути синхронізованим з процесом організаційної модернізації існуючих механізмів координації розсіяного знання. Таким чином, в економічній теорії і практиці регіональної економіки набувають актуальності проблеми впровадження віртуальних механізмів координації діяльності економічних суб'єктів, основними організаційними формами яких виступають віртуальні підприємства та кластери, застосування технологій краудсорсингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зростаюча значимість мережевих відносин, які розвиваються на фоні переходу до постіндустріальної цивілізації відображається у великій кількості відповідних досліджень вітчизняних науковців, які здійснюються у контексті таких, що стали класичними з цієї проблеми, робіт Р. Вайбера, Б. де Лона, Джона В., М. Кастельса, К. Келлі, Ф. Котлера, А. Маршалла, І. Прігожина.

На вирішальний вплив інформаційних технологій щодо розвитку нових механізмів організації економічних відносин, зокрема, і мережевої економіки вказують вітчизняні дослідники Т.В. Дзякун [3], Г.В. Жаворонкова [4], А.Є. Литвин [6], Л.П. Марчук [7], В. Плескач [8].

Мережеві організації, що представляють собою систему горизонтальної координації діяльності економічних суб'єктів, у якості основного фактору сучасного економічного розвитку визначають у своїх роботах С.А. Бульба [1], А.А. Гриценко [2], Д. Русак, Є. Говорун [9] та ін.

Прискорений розвиток галузей «ядра» п'ятого технологічного укладу у розвинених країнах детермінує подальшу реорганізацію організаційних механізмів координації економічної діяльності. З'являються, вже згадані інноваційні форми віртуальних підприємств та різноманітних видів краудсорсингу.

Формування концепції віртуального підприємства розпочалося приблизно 20 років назад з публікації монографії У. Девідоу і М. Мелоуна «Віртуальна корпорація» [11]. Поняття краудсорсингу вперше було застосовано у 2006 році журналістом Дж. Хауї у статті «The Rise of Crowdsourcing» [13].

Навздогінний характер соціально-економічного розвитку нашої країни знаходить свій прояв у тому числі й у характері і спрямованості наукових досліджень. На теперішній час у вітчизняній економічній науці є поодинокими дослідження проблем віртуальних підприємств, і практично відсутні дослідження, що пов'язані з впровадженням засобів краудсорсингу у практику економічного розвитку.

Постановка завдання. В контексті проблем модернізації регіонального економічного простору, основними цілями представленої статті визначено:

- аналіз та визначення сутності, механізму функціонування, факторів економічної ефективності віртуальних підприємств і засобів краудсорсингу, як інноваційних механізмів координації економічної діяльності;
- розробка методики формування інфраструктури інноваційного розвитку регіонального економічного простору на основі застосування засобів краудсорсингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Віртуальне підприємство створюється шляхом добору людських, фінансових, матеріальних, організаційно-технологічних та інших ресурсів з різних підприємств, їх інтеграції на основі використання комп'ютерних мереж. Це дозволяє сформувати гнучку й динамічну організаційну систему, що є найбільш пристосованою до якнайшвидшого випуску й оперативної поставки нової продукції на ринок.

Відповідний механізм віртуальної організації, забезпечує інтенсивну взаємодію, підвищення рівню кооперації та координації діяльності окремих фахівців і підрозділів різних підприємств, а в остаточному підсумку, конкурентоспроможність виробленої ними продукції.

З маркетингової точки зору, функціонування віртуального підприємства є повністю орієнтованим на замовника, його основні характеристики – швидкість виконання замовлення (minimal time-to-market) і повнота задоволення потреб клієнта. Створення віртуального підприємства забезпечує інтеграцію унікального досвіду, виробничих можливостей і передових технологій ряду підприємств-партнерів, навколо окремого проекту, який вони не в змозі здійснити самостійно.

До найважливіших переваг механізму віртуальної організації відносяться:

- зменшення розміру стартового капіталу, необхідного для започаткування нової справи, оскільки більшість необхідних ресурсів залучається на контрактній основі й оплачується по мірі надання послуг;
- істотне скорочення часу, необхідного для організації та безпосереднього здійснення окремих проектів;
- можливість добору й використання найефективніших ресурсів (технологічних, інформаційних, матеріальних, фінансових, інтелектуальних).

Віртуальні підприємства спроможні постійно перебудовувати свою конфігурацію й архітектуру процесів, за для збереження максимальної ефективності в умовах динамічного ринку. Завдяки своїй здатності створювати й експлуатувати більш новаторські й цілеспрямовані служби при менших капіталовкладеннях, у більш стислий термін і зі значно меншим фінансовим ризиком, вони складають серйозну конкуренцію великим традиційним підприємствам.

Таким чином, найважливішою характеристикою віртуального підприємства є гнучка, адаптивна, динамічна мережева структура. Оскільки така мережа не існує в реальному фізичному просторі, а створюється шляхом інформаційної інтеграції ресурсів партнерів, її можна визначити як квазіпідприємство. У той же час віртуальне підприємство поєднує цілі, культуру, традиції, ресурси, досвід цілого ряду окремих фахівців та підприємств-партнерів, координуючи їх розвиток та представляючи собою «підприємство над підприємствами».

Класичними прикладами віртуальних підприємств слугують європейський консорціум Airbus Industries, що виготовляє широко відомі аеробуси, а також об'єднаний проект Powerbook фірм Apple і Sony.

Основними елементами організаційного механізму функціонування віртуального підприємства є наступні:

1. Створення єдиного мережевого інформаційного середовища.

2. Відбір, визначення мети, специфічних вимог та завдань бізнес-проектів.
3. Визначення критеріїв, пошук та оцінка можливих партнерів (виконавців).
4. Відбір виконавців, які оптимально відповідають завданням конкретного бізнес-проекту.
5. Залучення виконавців та розподіл виробничих функцій.

6. Здійснення постійного контролю та управління діяльністю партнерів, включаючи, по мірі необхідності, перерозподіл ресурсів і завдань між ними.

У науковій літературі виділяються два головні класи віртуальних підприємств: віртуальна корпорація та віртуальне товариство (партнерство).

Інтеграція господарських процесів віртуальних підприємств слугує основою для формування віртуальних кластерів. Економічний потенціал віртуальних кластерів на відміну від традиційних, визначається не ефектом агломерації, а сукупністю характеристик процесу взаємодії його учасників – рівнем взаємної довіри і технічною сумісністю.

Розширення простору кластерів за межі їх географічних границь та утворення віртуальних кластерів дозволяє забезпечити досягнення наступних результатів:

- інтенсифікувати інноваційні процеси за рахунок доступу до нових знань, компетенцій і технологій;
- стимулювати процеси інтерактивного навчання;
- забезпечити гнучкість й адаптивність структури традиційного кластера;
- підвищити ефективність і конкурентоспроможність традиційних кластерів.

Дослідження міжнародного досвіду створення сучасних інтелектуальних економік США, Ірландії, Китаю, Індії доводить, що ключовим фактором успіху модернізації економіки на макро- і мезорівнях є впровадження механізмів координації, що забезпечують масове використання наукових знань у процесі розробки й виробництва товарів і послуг широкої номенклатури в різних сферах діяльності. Для досягнення відповідної мети необхідно забезпечити умови для залучення широких науково-освітніх і виробничих сил у процеси генерації нових знань і креативних ідей з наступним їхнім розповсюдженням. Ключовою проблемою розвитку наукоємних виробництв є відсутність на регіональному рівні ефективної **комплексної системи управління**, що дозволяє створити необхідну інфраструктуру формування інноваційних кластерів, комерціалізувати результати наукових досліджень, одержати переваги в ринковій конкуренції, інтегруватися в глобальні процеси. Існуюча в регіонах інфраструктура, переважно вирішує завдання щодо надання інноваторам нерухомості на більш-менш комфортних умовах, але не дозволяє забезпечити ефективне цільове інкубування малих підприємств, створення технологій, що є конкурентними на глобальному ринку.

Необхідність інтенсифікації інноваційного розвитку, як однієї з головних умов модернізації регіонального економічного простору, вимагає використання нових можливостей, спричинених розвитком інформаційно-комунікаційних технологій.

По-перше, стратегічне визнання та врахування факту перетворення віртуального середовища Інтернет у глобальну ділову мережу, фактор виробництва та новий інститут економічного розвитку, що відкриває нові можливості для реалізації інноваційного потенціалу та підвищення конкурентоспроможності регіонального економічного простору.

По-друге, Інтернет вирівнює умови міжнародної конкуренції для великих і малих компаній. Відповідний феномен знайшов своє відображення у **«парадоксі Нейсбітта»**: «Чим вище рівень глобалізації економіки, тим сильніше її дрібні учасники» [12]. Парадокс Нейсбітта має кілька аспектів. В умовах розвитку сучасних технологій, транснаціональні корпорації змушені персоналізувати свої товари й послуги, тобто діяти як невеликі компанії, і навпаки малі компанії можуть розширювати свою діяльність, збільшуючи збутові ареали до міжнародних масштабів на основі налагоджених систем глобальних поставок.

По-третє, новою організаційною можливістю для розвитку та модернізації регіонального економічного простору виступає загальна зв'язаність людей мобільним зв'язком і соціальними мережами. Усі сфери життя, починаючи з особистого і закінчуючи економічною діяльністю окремих фірм, регіонів та країн змінюються, опиняючись розміщеними у віртуальному просторі і глобальних соціальних мережах. Наприклад, новим курсом адміністрації президента США Б.Обами стала «цифрова дипломатія», заснована на використанні соціальних мереж. При цьому спостерігаються широка соціальна та культурна інтеграція, що веде до формування специфічних віртуальних співтовариств. Мережі віртуального спілкування й відпочинку засновані на феномені «граудсвелл» (від англ. groundswell – масовий ентузіазм, суспільна підтримка) – соціальний тренд, за якого, люди для задоволення своїх потреб звертаються засобами мережевих технологій до інших людей в обхід традиційних інститутів.

Однак, в них розвиваються ініціативи, що дозволяють залучити експертне співтовариство для вироблення конструктивних пропозицій модернізації економіки й стимулювання інновацій. Наприклад, до механізму функціонування російського проекту «Відкритий Уряд» включені соціальні мережі для суспільного обговорення законопроектів, збору пропозицій щодо удосконалення системи управління економікою. Кращі пропозиції планується включити в підсумкові документи й подати на розгляд Уряду Російської Федерації. Відповідні проекти розвиваються в країнах Європейського Союзу на регіональному,

муниципальному та галузевому рівнях управління економічним розвитком («Відкритий регіон», «Відкрите міністерство»). В європейських країнах поширені державні соціальні мережі з використанням геоінформаційних систем, що забезпечують зворотний зв'язок урядових структур з громадянами, за їхньою допомогою люди можуть вказати місце розташування на карті визначеної проблеми, повідомити про правопорушення, прийняти участь у голосуванні з питань соціально-економічного розвитку.

Використання соціальних мереж одержало широке розповсюдження у бізнес-середовищі для вирішення маркетингових завдань розвитку багатьох галузей від текстильної промисловості, ІТ, банківського сектору, закладів харчування до автомобільної і навіть військової галузі. Наявний досвід доводить, що за допомогою мережевого спілкування можна ефективно вирішувати завдання будь-якої складності.

Для позначення нового типу підприємств, що діють в економіці знань на основі загальних віртуальних зв'язків, сучасними дослідниками до наукового обігу введені категорії «епістемічне підприємство», «мережеве підприємство з виробництва знань», або «хмарне» (Witology), «соціальне» (Gartner) підприємство. Основною характеристикою нового типу підприємств є впровадження технологій краудсорсингу, за допомогою яких формуються своєрідні надструктурні утворення без чітких зовнішніх і внутрішніх границь та ієрархій.

Термін **краудсорсинг** (від англ. crowd – натовп і sourcing – джерело, використання ресурсів) означає передачу окремих виробничих функцій невизначеному колу осіб, що об'єднані віртуальним середовищем на підставі публічної оферти, яка не передбачає укладання трудового договору. При цьому використовуються колективний інтелект і синергія взаємодії великої кількості людей. Краудсорсинг дозволяє агрегувати інформацію, досвід, думки, прогнози, уподобання й оцінки, та на цій основі продукувати нові ідеї і приймати маркетингові рішення. Методи краудсорсингу успішно використовують компанії Nike, Pepsi, Starbucks, Ford, P&G та ін., для розробки дизайну товарів, створення рекламних продуктів, здійснення наукових досліджень. В багатьох країнах технології краудсорсингу використовуються для оптимізації діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування (обговорення законодавчих ініціатив, визначення проблем соціально-економічного розвитку).

Механізми роботи відповідних проектів дуже схожі: в Інтернеті (на окремому спеціалізованому сайті або сторінці організатора) розміщується інформація про завдання та цілі, які ставляться перед волонтерами. Усі бажаючі залишають свої ідеї та пропозиції (рішення завдань). Журі (самі волонтери, рада експертів, або представники установи, компанії-організатора) оцінює отриману інформацію й вибирає найбільш популярну ідею, яка у підсумку реалізується. До переваг краудсорсинга, окрім налагодження зворотного зв'язку з цільовою аудиторією, належать економія часу і фінансових ресурсів. За кілька місяців і десятків тисяч доларів часто реалізуються проекти, на які при звичайних процедурах у компанії пішли б роки й мільйони інвестицій.

Мотивацією участі людей у проектах краудсорсингу є самореалізація, лідерство, визнання з боку колег, бажання поліпшити якість товарів, робіт, послуг. Матеріальна винагорода при цьому або взагалі не передбачається або приймає форму участі в доходах, фіксованого призу за кращі ідеї або разові премії у відповідності зі значимістю пропозицій. Можлива також реальна або віртуальна монетизація активності учасників на спеціалізованих біржах ідей з купівлею-продажем акцій ідей, за допомогою якої оцінюється її потенціал.

Вироблені за допомогою краудсорсингу інноваційні рішення компаній більш привабливі для споживачів, оскільки вони приймають участь у створенні кінцевого продукту (мотиваційний фактор участі в управлінні). У результаті використання краудсорсингу поступово стираються грані між традиційними векторами інформаційних потоків, трансформуючись у бік відкритих консультацій, координації розсіяного знання, взаємного визнання досвіду, пошуку шляхів взаємодії між компанією, співробітниками, споживачами й постачальниками.

Оптимізація зазначених механізмів координації призвела до формування концепції «розумного» або «синтелектуального» краудсорсингу, яка знайшла своє втілення в межах російського стартапу Witology, що являє собою онлайн-платформу для колективного вирішення проблем зусиллями співробітників організації, або відкритого он-лайн співтовариства.

Одним з перших великих клієнтів Witology, став Ощадбанк Росії, у 2012 році метод синтелектуального краудсорсингу був застосований для пошуку нових ідей у рамках проекту «Ощадбанк XXI». Суть ініціативи – зібрати найцікавіші ідеї від зареєстрованих на майданчиках проекту користувачів («Професіонали.ру», Wikivote!, Witology) щодо безпосередньої організації роботи представництв банку, нових напрямів та інструментів підвищення ефективності банківської діяльності і на їхній основі сформувати три доповіді: «Ощадбанк-XXI-Майбутнє», «Росія-XXI-Прогрес» і «Інновації-XXI-Краудсорсинг». Проект залучив до спільної роботи 100 тис. осіб. Було запропоновано близько 2,5 тис. ідей. Серед учасників були визначені 24 фіналіста.

Впровадження нових механізмів організації та координації завжди супроводжується ускладненнями та недоліками. Досвід реалізації проекту «Ощадбанк XXI» показав, що у процесі реалізації відповідних проектів, потенційно, можуть виникнути проблеми із забезпеченням всебічного висвітлення та публічності

обговорення й оцінки пропонованих ідей. На даний момент на сайті проекту так і не були показані кращі відібрані ідеї, а сам процес вибору переможців був непрозорим. Ця обставина (враховуючи особливості слов'янського менталітету) викликала недовіру учасників проекту по відношенню до його результатів. Тепер Ощадбанку необхідно думати ще й про ризики погіршення власної репутації, а розробникам проекту про подальше удосконалення методології і технології краудсорсинга.

На підтвердження ефективності краудсорсингу спеціалісти Witology наводять ряд прикладів успішної реалізації подібних проектів за кордоном. Ці приклади ілюструють наступний за синтелектуальним краудсорсингом етап розвитку – соціальна організація.

Трансформація краудсорсингу в соціальну організацію відбувається на тлі намагання великих сучасних компаній залучити своїх співробітників до вирішення проблем подальшого розвитку на основі внутрішніх соціальних мереж. Одним з прикладів успішної розбудови та функціонування соціальної організації є досвід страхової компанії Allstate (США), що поєднала близько 70 тис. її співробітників.

Проект здійснювався у декілька етапів: перший – створення внутрішньої соціальної мережі компанії; другий – підготовка програмного забезпечення й розміщення завдань у соціальній мережі; третій – збір ідей, провокація обговорення, фільтр вдалих і невдалих рішень; четвертий – виїзні мозкові штурми із кращими креаторами, які були відібрані після третього етапу; п'ятий – поєднання управління ідеями із захоплюючою грою (гейміфікація).

На кожному етапі вирішувался ряд завдань, серед яких об'єднання співробітників, пошук кращих ідей і креативних людей, підвищення економічних показників, розвиток командного духу та ін. Методи залучення співробітників передбачали грошові винагороди, підвищення по службі або соціальний ліфт, створення ігрової, азартної атмосфери, захоплюючі виїзні групи.

Впровадження краудсорсингу у вигляді соціальної організації забезпечило компанії Allstate лідерство серед страхових компаній практично у всіх номінаціях та входження до ТОП-100 самих бажаних роботодавців серед усіх компаній США.

В Україні на сьогоднішній день краудсорсинг знаходиться на початковій стадії розвитку і представлений лише його різновидом – краудфандінгом, що представляє собою колективне співробітництво людей, які добровільно об'єднують свої гроші через Інтернет для надання підтримки іншим людям та організаціям. У чистому вигляді механізм краудфандінгу було започатковано у межах проекту «Спільнокошт» на сайті «Велика Ідея». Цікавим є той факт, що сам проект «Спільнокошт» був організований на основі краудфандінгу. За даними сайту «Велика ідея» на підтримку цього проекту було зібрано 38260 грн. [10]. Існують також проекти, які мають спільні з краудфандінгом риси. Це «Українська біржа благодійності», організована Фондом Віктора Пінчука та «X-Ideas» від «Nescafe». На «Українській біржі благодійності» можна пожертвувати певну суму на «добру справу», переважно, на благодійність. «X-Ideas» та «Велика ідея» надають можливість представити свою ідею і отримати грант на її реалізацію [5].

Конвергенція соціальних і бізнес-мереж, відкриває нові можливості для вирішення актуальних проблем модернізації регіонального економічного простору на основі використання технологій краудсорсинга та формування комплексної інфраструктури інноваційного розвитку територій.

На основі відповідних технологій розроблено спеціальну методику формування інфраструктури інноваційного розвитку регіонального економічного простору, яка складається з чотирьох етапів: формування коопераційних зв'язків у кластері інноваційного розвитку, стійкого кадрового забезпечення, інфраструктурного забезпечення в режимі «єдиного вікна», інтеграції у міжнародний поділ праці та глобальні інноваційні процеси. У результаті реалізації методики формується інфраструктура, що забезпечує повний цикл супроводу інновації від глобальної креативності до міжнародного маркетингу і вирішення виробничих завдань.

На кожному етапі здійснення методики формування інфраструктури інноваційного розвитку передбачається застосування інструментів краудсорсингу, що об'єднані у межах відповідного алгоритму. Перший етап алгоритму використання краудсорсингу передбачає визначення цілей проекту. Цілями краудсорсингу можуть бути проведення «мозкового штурму», експертизи для розв'язання проблем, що складають зміст основних етапів методики, забезпечення глобальної й локальної комунікації суб'єктів економічної діяльності, їхньої участі у виробленні стратегії та пошуку необхідних ресурсів розвитку, формування «зворотного зв'язку» з системою органів державної влади та місцевого самоврядування.

На **наступному етапі** відбувається вибір онлайн-платформи та інструментів краудсорсингу. Відповідна платформа може бути як закритою, внутрішньою системою, що доступна тільки для ідей і знань співробітників компанії, їх клієнтів і постачальників, так і повністю відкритим для інновацій та інших форм участі електронним майданчиком. Основним критерієм відбору онлайн-платформи виступають її функціональні характеристики (галузєва спрямованість, види інструментів краудсорсингу, характеристики онлайн-співтовариства, візуалізації результатів, наявність мобільних комунікацій і т.п.).

На третьому **етапі** засобами інформування, мотивації, фільтрації, формується онлайн-співтовариство. При цьому, в якості основних умов ефективності краудсорсингу слід виділити масовість і незалежність учасників, їх децентралізацію в просторі, різноманітність учасників (за досвідом, віком, соціальним статусом), прозорість дій користувачів, наявність відкритого доступу до історії проекту та всього процесу одержання кінцевого результату, використання мотиваційних чинників.

Особливе значення має максимальне спрощення процедури приєднання до онлайн-співтовариства та подальшої взаємодії з ним. В цьому контексті, доцільно використовувати вже існуючі міжнародні та національні онлайн-платформи краудсорсингу.

На **четвертому етапі**, у відповідності з виробленими раніше правилами, відбувається запуск онлайн-платформи краудсорсингу й управління її роботою (формування тем, визначення експертів, модерування пропозицій і коментарів).

На **п'ятому етапі** відбуваються аналіз та відбір запропонованих співтовариством пропозицій, нагородження переможців, ухвалюється рішення про закінчення або продовження роботи проекту.

Не менш важливим за генерацію нових ідей виступає їх подальша реалізація, перетворення в інновацію та готовий продукт або послугу. На шостому етапі формуються алгоритми організації та здійснення нових бізнес-проектів, впровадження нових технологій для розвитку соціально-економічної інфраструктури, підвищення комфортності проживання.

Реалізація алгоритму використання краудсорсинга передбачає постійну оцінку соціально-економічної ефективності за критеріями відповідності результатів поставленим цілям інноваційного розвитку та формулювання подальших цілей стратегічного розвитку регіонального економічного простору.

Висновки з даного дослідження. Умовою успішної модернізації регіонального економічного простору в умовах розбудови постіндустріальної цивілізації, що характеризується надвисоким ступенем ентропії, виступає впровадження віртуальних форм координації економічної діяльності – віртуальних підприємств та краудсорсингу, основою функціонування яких виступає віртуальне середовище Інтернет.

Гнучка, адаптивна, динамічна, мережева структура віртуального підприємства дозволяє вирішувати питання обмеженості фінансових ресурсів та конкурентоспроможності окремих суб'єктів економічної діяльності. Результатами застосування інструментів краудсорсингу для формування інфраструктури інноваційного розвитку регіонального економічного простору виступають: налагодження зворотного зв'язку з населенням регіону, активізація державно-приватного партнерства у сфері інноваційного розвитку, досягнення консолідації інтересів на різних бюджетних рівнях, залучення необхідних людських, інноваційних та інвестиційних ресурсів для модернізації економіки, інтеграція у систему міжнародного розподілу праці та міжнародний інноваційний простір, підвищення комфортності проживання на території.

Література

1. Бульба С.А. Економічна сутність підприємницьких мереж / С.А. Бульба // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 11 (113). – С. 78-82.
2. Гриценко А.А. Иерархия и сетевые структуры в институциональной архитектонике экономических систем / А.А. Гриценко // Научные труды ДонНТУ. – Серия экономическая. – 2010. – Вып. 31-1. – С. 51-55.
3. Дзякун Т.В. Формування та розвиток мережевої економіки : автореф. дис. ... канд. екон. наук / Т.В. Дзякун. – К., 2011. – 22 с.
4. Жаворонкова Г. В. Розвиток інноваційних інформаційно-комп'ютерних технологій в Україні / Г.В. Жаворонкова, І.О. Борисюк // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 3. – С. 68-72.
5. Краудфандінг – нове джерело еко фінансування / А. Шевченко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.climateinfo.org.ua/content/kraudfanding-nove-dzherelo-eko-finansuvannya>.
6. Литвин А. Є. Особливості розвитку галузі інформаційних технологій / А. Є. Литвин // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 11 (125). – С. 300-307.
7. Марчук Л.П. Сучасна інформатизація суспільства та її вплив на інформаційні процеси / Л.П. Марчук // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2012. – № 1 (65). – С. 37-44.
8. Плєскач В. Проблеми становлення електронних ринків в умовах розвитку інформаційного суспільства / В. Плєскач // Науково-технічна інформація. – 2008. – № 2. – С. 45-48.
9. Русак Д.М. Передумови створення нової мережевої моделі управління сучасними корпораціями / Д.М. Русак, Є.П. Говорун // Вісник Донецького національного університету, серія: Економіка і право. – 2009. – № 1. – С. 326-328.
10. Що таке Спільнокошт? [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://biggggidea.com/spilnokosht/>.
11. Davidow W., Malone M. The Virtual Corporation: Structuring and Revitalizing the Corporation for the 21st Century. – New York: Harper Collins. – 1992.
12. Naisbitt J. Global paradox: the bigger the world economy the more powerful its smallest players. - N.Y., Morrow, 1994.
13. Howe J. «The Rise of Crowdsourcing» / Jeff Howe // Wired. (June 2006). [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.wired.com/wired/Archive/14.06/crowds.html>.