

V. РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПРОДУКТИВНИХ СИЛ УКРАЇНИ

УДК 911.3

Гладкий О. В., д.г.н., доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗМІЩЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА В МІСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Ключові слова: місто, міське середовище, економічна ефективність, розміщення підприємства.

Вступ. Актуальність теми. В умовах ринкових відносин ефективність комерційної діяльності в значній мірі визначається місцем її знаходження. Ті підприємства, що займають більш вигідне місце розташування по відношенню до ділових і громадських центрів у місті, транспортної мережі та масового споживача мають кращі можливості для отримання прибутку. Особливо сприятливі умови для зростання ефективності розміщення підприємства склалися у великих і найбільших містах, які концентрують в собі величезну кількість різних видів діяльності і створюють унікальне середовище високої ділової та комерційної активності. Саме тому, дослідження ефективності розміщення підприємств та організацій (переважно, комерційного спрямування) у великому місті є вкрай важливими та актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В радянські часи, в нашій державі дослідження вартості міських земель та рівня їх прибутковості для розвитку й розміщення підприємств майже не проводились, а ті з них, що мали місце, носили загальний народногосподарський характер без комерційної прив'язки та ринкового осмислення. Лише за часів трансформаційних змін в економіці України та з переходом її до ринкових засад господарювання інтерес до даної проблематики значно зріс. Важливу роль при дослідженні ефективності розміщення підприємств у великому місті відіграли праці О. І. Драпиковського, який чи не вперше в Україні розкрив механізми формування земельної ренти та ролі місцеположення фірми у формуванні її прибутків. Також заслуговують на увагу праці ряду економіко-географів, урбаністів-архітекторів, управлінців та економістів (В. Л. Глазичева, Н. Гринчука, О. В. Грицай, Г. В. Иоффе, А. І. Трейвіша, І. Б. Иванової, І. М. Салія) в яких аналізуються окремі передумови й фактори формування прибутковості місцеположення підприємства у великому місті.

Однак, комплексного дослідження оцінки ефективності розміщення підприємства в міському середовищі ще детально не проводилося.

Формулювання цілей статті. Постановка завдання. Саме тому, об'єктом даного дослідження є місто, як цілісна складна просторова соціально-економічна система, а предметом – механізми формування ефективності розміщення підприємства в ньому. Метою дослідження є оцінка ефективності розміщення підприємства в міському середовищі, а завданнями - розкриття основних механізмів формування прибутковості розміщення підприємства у великому місті та розробка методики оцінки ефективності розміщення підприємства з огляду на цінність міських земель та їх місце розташування.

Виклад основного матеріалу. На вибір місця розташування підприємства в просторі міста впливає безліч найрізноманітніших причин і факторів. Частина з них визначається особливостями сфери діяльності фірми, інша - особливостями міського середовища (характером і благоустроєм забудови, кількістю жителів, близькістю до важливих для міста громадських центрів і масового транспорту).

Давно відомо, що розміщення підприємства або ділового представництва компанії в історичному центрі міста вигідно. Таке представництво буде широко відомим, у нього буде безліч клієнтів, воно буде переживати діловий мейнстрім тощо. Проте навіть в ядрі міста деякі підприємства працюють збитково, закриваються, не витримавши конкуренції, витісняються іншими компаніями, чия продукція і послуги більш відповідають місцю і статусу центру.

Суть цих процесів полягає в тому, що історичний центр міста, так само як і інші його частини, виконує унікальний, репрезентативний (тобто властивий тільки йому) набір функцій. Основне його завдання - бути афішею міста для туристів і приїжджих, місцем дозвілля та відпочинку для публіки, представляти міську культуру, історію і владу на загальнодержавному та міжнародному рівні. В історичному центрі міста найвигідніше розміщувати підприємства інфраструктури відпочинку, туризму і розваг (що представляють культуру міста і країни в цілому), офіси міжнародних та світових організацій, компаній та корпорацій (їх дилерів) або національних компаній, що мають світову популярність. Також тут ефективно налагоджений продаж ексклюзивних товарів народного споживання, сучасних технологій, ринок нерухомості, який орієнтований на загальноміський і міжнародний рівень. І це не обов'язково епізодичні або унікальні види діяльності. Головна вимога до них - репрезентативність функцій саме цієї зони міста - історичного ядра, до якого стікається все населення і приїжджі, в якому люди відчують одночасно свою унікальність і відособленість, як міські жителі, а з іншого боку – інтеграцію до світових процесів, до ритму і життя глобалізованого суспільства.

Через те, що простір історичного центру вкрай замалий, там сформувалася монопольна рента розміщення підприємств, яка, відповідно, приносить найбільший прибуток компаніям, але за умови, що сама компанія відповідає функціям цього центру [3]. Якщо для роботи компанії необхідна велика мережа представництв по всьому місту (наприклад, в тому випадку, якщо вона пропонує високотехнологічну продукцію масового споживання, фінансові, освітні чи юридичні послуги населенню), то в центральному ядрі обов'язково повинен бути головний офіс, який буде виконувати функції сполучної ланки в масовій свідомості і підвищить престижність фірми. Прикладами такого розміщення є компанії мобільного зв'язку, банківських організацій, туристичних фірм тощо. Однак, надмірний розвиток торгових представництв і офісів в історичному ядрі міста стомлює відвідувачів і призводить до зниження економічного ефекту.

За історичним ядром в структурі міст йде центральний пояс. У його складі виділяються квартали торгових представництв і ділових бізнес центрів. Дрібні і середні підприємства, які мають зв'язки з роздрібною мережею тільки через посередників компактно розміщують свої офіси в діловому районі. Офіси таких підприємств не можуть існувати поодиночці і тим більше в житловій забудові, оскільки втрачається їх наочність і репрезентативність. Лише об'єднані на компактному просторі, вони разом створюють додатковий ефект прибутковості. Він виникає в результаті специфічного настрою споживачів, для яких розташування офісу компанії в діловому районі свідчить про її надійність, престижність та правильність вибору, а також в результаті різноманітності пропонованих видів діяльності та послуг.

В таких ділових кварталах переважає в основному історична забудова (надає ефект значимості й усталених традицій, характерних для підприємств нетехнологічних видів), а також розвиваються ультрасучасні види офісної архітектури на основі новітніх технологій (ефект технократичності, інноваційності, залучення до світового бізнесу, масштабності та престижності - для підприємств ноу-хау, комерційних наукових організацій і вузькопрофільних галузевих компаній) [1]. У цих кварталах ефективно розвивається банківська діяльність, юридичний і фінансовий консалтинг, знаходяться біржі, брокерські контори, підприємства маркетингових та PR досліджень.

У кварталах торгових функцій розміщуються в основному головні офіси, а також фірмові магазини різних марок, орієнтовані на масового споживача. Часто вони мають розвинену мережу представництв і в інших частинах міста. Їх вигода розміщення виникає, перш за все, в результаті різноманітності пропозиції товарів і послуг, через значний потік людей в центральних частинах міста, престижність та репрезентативність. Саме тут, а не в історичному ядрі (куди люди приїжджають, щоб відпочити, бездіяльно

провести час і відчути себе в центрі глобальних процесів) повинні розміщуватися основні офіси торгових компаній загальноміського значення.

В умовах України, квартали ділових і торгових функцій все ще формуються. І в той час, коли перед міською владою стоїть завдання їх всебічного розвитку, а також закріплення іміджу та репрезентативності в масовій свідомості, підприємці повинні прагнути потрапити в такий район і вигідно розмістити там свій головний офіс. Скажімо без перебільшення, в цьому - запорука популярності і престижності фірми [8].

Серединний пояс міст в наших умовах сформувався, як зона промислового виробництва, залізничних гілок, складських територій та індустріальної забудови. Поступово ці види діяльності будуть переноситися на окраїнні території міст або до міст-супутників. Однак, на території цього поясу доцільно розміщувати офіси компаній і організацій, що виготовляють складну техніку, точні прилади, конструкційні матеріали, орієнтовані не на масового споживача, а перш за все на замовників в сфері оптових поставок і серійного промислового виробництва. Ці підприємства пов'язані зі складними інженерними спорудами і вимагають високого рівня технічного облаштування. Також в цьому поясі міст недостатньо розвинена сфера торгівлі та послуг постійного масового попиту. Тому, в житлових районах вигідно розміщувати місцеві представництва різних торгових домів і торгових марок.

Периферійний пояс міст концентрує найбільшу кількість населення. Житлова функція тут є головною. В таких умовах, перш за все, ефективно розміщувати ті підприємства, які пов'язані з потребами населення. У кожному великому житловому районі мають перебувати представництва регіональної мережі офісів і торгових будинків центрального пояса (з дещо меншим асортиментом продукції і послуг для підтримки унікального попиту в центрі). Розміщення головних підприємств в периферійному поясі неефективно: через велику віддаленість від центру - ядра загальноміський згуртованості та міжнародної активності і через непрезентабельність житлової забудови - вони не принесуть відчутного доходу і вимушені будуть закритися [6].

Одним із вирішальних факторів ефективного розміщення підприємств у великому місті є їх наближеність до масового споживача і комунікацій. І тут вигода розміщення починається, здавалося б, з самих звичайних речей: підприємство має знаходитися на магістральній вулиці, а не в глибині кварталу, де залишиться ніким не поміченим і нікому не відомим; має тяжіти до зупинок міського транспорту і площ - центрів ділової активності та концентрації людей; має розташовуватися в стаціонарному приміщенні з виходами на основну вулицю, з чого складається враження про серйозність і довговічність фірми. Але те, що зрозуміло на інтуїтивному рівні має підтверджуватися досить складними розрахунками перспективного напрямку рухів масових потоків людей, ергономіки, відкритості простору,

привабливості. В таких речах мова йде навіть про метри простору, які відокремлюють підприємство від лінійно спрямованих комунікацій [6].

Сучасні міські жителі не буде витратити час і сили, щоб відійти буквально на кілька кроків від свого звичного шляху додому, на роботу або до зупинки автобуса для придбання різних товарів чи послуг. І їм не будуть цікаві ані яскраві неонові оголошення, ані унікальні рекламні плакати, а увага може повернути лише добре продумана система знижок. Отже, найбільша вигода розташування різних підприємств формується при максимальній близькості до пішохідних потоків людей і центрів їх перетину. Так, розташування офісу на розі перехрестя найбільш вигідно: він знаходиться на відкритому просторі, його розміщення добре запам'ятовується і він знімає два потоки людей. Є безліч прикладів того, коли підприємство, перебуваючи всього у якихось десяти метрах від перехрестя, вже не повертає до себе відвідувачів. Їм було легше проїхати кількасот метрів далі і на наступному перехресті біля зупинки звернутися в інший офіс тієї ж компанії.

Крім центральних площ міста, високу прибутковість мають й так звані ділові та торгові вулиці. Правда, доходи від місця розташування підприємств на таких вулицях теж поступово знижуються в міру віддалення від площ, зупинок транспорту та центрів масового скупчення публіки. Ось чому при оцінці вигідності розміщення офісу на таких вулицях конче важливо з'ясувати, де знаходиться основний центр тяжіння публічного простору (універмаг, супермаркет, місця масового відпочинку) [3].

Якщо такий центр розташований перед вашим представництвом, то ви ризикуєте залишитися без клієнтів: він може забрати на себе увесь потік людей. Якщо ж ваш офіс знаходиться далі по вулиці, то ви опиняєтеся в середовищі комунікацій, і ваше місце розташування буде приносити прибуток.

Слід зазначити, що вулиці і площі більш орієнтовані на торговельну функцію і не цілком придатні для ефективного розміщення офісів сфери послуг. Їх прибутковість багато в чому залежить від інших факторів. Так, комерційні та юридичні послуги найвигідніше розміщувати біля центрів ділової активності та адміністративної влади (в бізнес кварталах, біля районних адміністрацій, відділень державних банків та інших держустанов). На магістралях другорядного значення (малих вулицях без ліній громадського транспорту) вигідно розміщувати регіональні офіси комерційних банків, нотаріальних контор та інших видів послуг, орієнтованих на роботу з масовими клієнтами.

А от надшвидкісні магістралі швидше будуть відштовхувати від себе людей і не принесуть вигоди місця розташування підприємства. Вони виконують переважно лише транспортну функцію. З точки зору розміщення офісу вони зовсім не привабливі. Однак, поблизу таких магістралей вигідно розміщувати складські приміщення та оптові бази підприємства. Причому,

потрібно прагнути до того, щоб офіс і склад знаходилися по можливості в зоні дії однієї такої магістралі і були пов'язані лінійним сполученням. Це не тільки прискорить і полегшить процес роботи підприємства, але і принесе додаткову економію на транспортних витратах.

Попри безсумнівну важливість описаних вище чинників робота вашого підприємства повинна орієнтуватися на можливих клієнтів. Тому його розміщення в міському середовищі обов'язково має враховувати загальну кількість потенційних споживачів, їх віковий, статевий склад, рід занять, соціальний статус, рівень доходів і ін.

Розподіл населення в просторі міста і за часами доби здійснюється нерівномірно. Прийнято розрізняти постійне або «нічне» населення, яке лише прописане на певній території, і рухливе або «денне», що реально перебуває в певній частині міста (на роботі, навчанні, у справах). У робочий час лише дошкільнята, молодші школярі, домашні господині і пенсіонери не покидають межі житлових масивів «спальних районів». Інші ж групи населення є більш мобільними і збільшують навантаження на інші території міста, головним чином - на історичне ядро і центральний пояс. Сюди ж спрямовуються туристи, які прибули з інших регіонів країни та з-за кордону. Саме ця частина міста зосереджує в денний час найбільшу кількість ініціативних людей, які є активними діловими агентами та споживачами найрізноманітніших, в т.ч. дорогих товарів і послуг [2;7].

Тому в центральному поясі також і з позицій фактора суспільного вибору доцільно зосереджувати ділові, банківські, науково-виробничі офіси, універсальні і спеціалізовані торгові представництва та центри. Концентрація зазначених представництв в цій частині міста буде стимулювати у відвідувачів бажання комплексно вирішити свої ділові питання, що закономірно позитивно позначиться на ефективності роботи самих підприємств.

До серединному поясу можуть бути приурочені офіси промислових, транспортних та науково-технічних підприємств, персонал яких буде формуватися із жителів периферійного, серединного і частково центрального поясів. Можлива ефективна діяльність представництв з продажу та технічного обслуговування транспортних засобів, оскільки він незначно віддалений від елітних кварталів і має достатні площі для налагодження необхідних потужностей.

У периферійному поясі міста, враховуючи незначний попит в денний час, можна обмежитися розміщенням підприємств та установ, що надають товари та послуги повсякденного і періодичного попиту [2]. Найбільший прибуток буде формуватися в районах з високою концентрацією і щільністю населення. При цьому слід враховувати більш низьку платоспроможність його жителів у порівнянні з центром. Значний прибуток принесе розміщення в межах житлових масивів периферії установ з надання різних послуг

населенню. Особливо це стосується тренажерних залів, спортклубів, салонів краси, а також різних навчальних курсів комерційної спрямованості.

Розміщення об'єктів першого типу бажано проводити в окремих стаціонарних приміщеннях, а другого - в приміщеннях, що уже виконують освітні функції (школах, технікумах, училищах, бібліотеках). На закінчення хочеться відзначити, що офіси і підприємства доцільно розміщувати з урахуванням місць проживання їх персоналу. Вигідність такого становища в тому, що працівники компанії отримають більш комфортні умови для роботи, що стимулює їх продуктивність і творчу віддачу.

Отже, вигідне місце розташування підприємства залежить від: 1) репрезентативності (тобто від того, в якій частині міста знаходиться той чи інший офіс), 2) комунікативності (наявності транспортних шляхів і близькості місця до масових потоків людей), а також 3) від того, який споживач, з якими запитами і можливостями, найчастіше перетинається з представництвом вашої фірми в тому або іншому районі міста. Всі ці фактори можна оцінити та розрахувати математично.

Для такої характеристики прибутковості розташування підприємства в містах була розроблена система нормативних коефіцієнтів, затверджена Кабінетом міністрів України. Вона складається з окремих показників, які оцінюють різні умови і фактори місця розташування і є універсальними для кожного міста окремо [4;5]. За такою схемою прибутковість розміщення різних об'єктів у місті формується на основі трьох різних факторів: регіонального (K_1), зонального (K_2) і локального (K_3) і обчислюється за формулою:

$$K = K_1 \times K_2 \times K_3$$

де K_1 - коефіцієнт, що враховує значення та адміністративний статус населеного пункту у загальнодержавній, регіональній (обласній) і локальній (внутріобласній) системі розселення;

K_2 - коефіцієнт, що враховує ділову цінність території в межах населеного пункту (або його функціональної зони);

K_3 - коефіцієнт, що враховує місце розташування об'єкта в межах окремої функціональної зони по відношенню до історичних та громадських центрів, транспортних шляхів, інженерним об'єктів і ін.

Ці показники є універсальними і найбільш загальними для всіх великих міст України.

Отже, значення коефіцієнта K_1 розраховується на основі інших коефіцієнтів, які враховують:

$K_{1.1}$ - адміністративний статус населеного пункту та його місце в системі розселення і господарства (табл. 1).

$K_{1.2}$ - входження в приміську зону великих міст (табл. 2).

$K_{1.3}$ - наявність статусу курорту (табл. 3).

$K_{1.4}$ - входження в зону радіаційного забруднення (табл. 4).

Таблиця 1. Коефіцієнти, що характеризують адміністративний статус населеного пункту в системі розселення України ($K_{1,1}$)

Типи міст за адміністративним статусом і господарських функцій	Місце в системі розселення	Чисельність населення (тис. чол.)	Значення коефіцієнта
Міста обласного підпорядкування, які виконують переважно курортно-оздоровчі функції. В основному - центри адміністративних районів	Центри районних, а в деяких випадках і міжрайонних систем розселення	20-50	1,2
Міста обласного підпорядкування - промислові, промислово-транспортні, оздоровчі та курортні центри. В основному - центри адміністративних районів	Центри районних, а в окремих випадках і міжрайонних систем розселення.	50-100	1,4
Міста обласного підпорядкування - багатогалузеві промислові центри чи великі курортні центри. В основному - центри областей.	Центри обласних, а в окремих випадках - міжрайонних і районних систем розселення	100-250	1,6
Місто Севастополь і міста обласного підпорядкування - багатогалузеві промислові, а також адміністративні та культурні центри областей	Центри обласних, а в окремих випадках і міжрайонних систем розселення	250-300	2,0
Багатофункціональні міста обласного підпорядкування, великі адміністративні, наукові, економічні, організаційні і культурні центри областей	Центри обласних систем розселення	500-1000	2,5
Центри областей - багатофункціональні міста обласного підпорядкування - найбільші адміністративні, наукові, економічні, організаційні центри	Центри міжобласних систем розселення	понад 1000	3,0

Таблиця 2. Коефіцієнти, що враховують розміщення населених пунктів в приміських зонах великих міст ($K_{1,2}$)

Чисельність населення центральних міст (тис. чол.)	Значення коефіцієнта
100-250	1,1
250-500	1,1
500-1000	1,3
понад 1000	1,5

Таблиця 3. Коефіцієнти, які використовуються для оцінки населених пунктів, які мають статус курортів ($K_{1,3}$)

Розміщення населених пунктів, які мають статус курортів	Значення коефіцієнта
На Південному узбережжі Криму	3,0
На Південно-східному узбережжі Криму	2,5
На Західному узбережжі Криму	2,2
На Чорноморському узбережжі Миколаївської, Одеської та Херсонської областей	2,0

У гірських і передгірних районах Закарпатської, Львівської та Івано-Франківської та Чернівецької областей	2,3
В інших курортних населених пунктах	1,5

Таблиця 4. Коефіцієнти, що враховують місце розташування населених пунктів в зонах радіоактивного забруднення внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС ($K_{1,4}$)

Розміщення населених пунктів в зонах радіоактивного забруднення	Значення коефіцієнта
зона відчуження	
Зона обов'язкового відселення	
Зона гарантованого добровільного відселення	0,80
Зона посиленого радіоекологічного контролю	0,90

Як видно з наведених таблиць, найпершою і виключно важливою умовою вигідного розташування підприємства є роль і значимість міста в системі інших міст. І тут істотно впливає адміністративний статус, кількість населення, профільні функції та основні галузі господарства (табл. 1). Все це сприяє формуванню особливого клімату міста, такої своєрідної міської культури, яка вже сама по собі обумовлює успішність, або навпаки, безперспективність відкриття в ньому ваших представництв та розвитку вашого підприємства.

У таблиці 2, коефіцієнти якої входять до оцінки значення і статусу міста K_1 , показано як змінюється прибутковість розташування в залежності від близькості міст. І тут ми з вами спостерігаємо аналогічну картину: чим більше місто, в передмісті якого знаходиться наш населений пункт, тим більш вигідне місце розташування буде мати ваше підприємство, тобто тим більше буде на нього впливати престиж центру, його комунікації, зв'язки, ділова активність, а також масовий споживач.

Таблиці 3 і 4 показують, як залежить прибутковість розташування офісу в містах-курортах, а також на територіях радіаційного забруднення. У першому випадку додаткову вигоду отримує південний берег Криму, Чорноморське узбережжя і Передкарпаття. У другому випадку, що інтуїтивно зрозуміло, більш вигідні умови складаються на територіях незначного забруднення і радіаційного контролю.

В основному, прибутковість розташування представництва в місті залежить від ділової цінності території (K_2), або, іншими словами, від особливостей функціональної зони (історичного ядра, центрального, середнього і периферійного пояса). Межі таких зон встановлюються на основі економічної оцінки території з урахуванням таких чинників: 1) неоднорідності та престижності ділової активності; 2) доступності до громадського центру міста та місць концентрації людей, 3) рівня інженерного благоустрою; 4) рівня розвитку сфери обслуговування; 5) екологічної якості міського середовища і 6) привабливості - наявності пам'яток природи, історії і культури.

На основі всього перерахованого, для окремих ділянок території міст визначаються значення коефіцієнта K_2 , наведені в таблиці 5. Як видно з матеріалів таблиці, для кожного міста з визначеною кількістю населення існує свій діапазон балів. Їх значення збільшується в міру наближення до центру міста або до транспортних магістралей. Конкретні значення коефіцієнта при оцінці розташування підприємства встановлюються в межах діапазону в кожному випадку окремо, виходячи з особливостей міста і його функціональних зон. Така оцінка часто проводиться фахівцями, які володіють даними про вартість землі та її рентний ефект (тобто прибутковість) в кожному конкретному місті.

Таблиця 5. Граничні значення коефіцієнтів, що враховують ступінь цінності розміщення на території в межах населених пунктів (K_2)

Групи населених пунктів з різною чисельністю населення (тис. чол.)	Значення коефіцієнтів	
	Максимальні	Мінімальні
До 20	1,5	0,75
20-50	2,0	0,50
50-100	2,5	0,40
100-250	3,0	0,35
250-500	3,5	0,30
500-1000	4,0	0,25
1000-2000	5,0	0,20
понад 2000	7,0	0,15

З таблиці 5 стає очевидно, що чим більше місто, тим більшим є діапазон балів прибутковості розташування. І це дійсно так: адже у великих містах існує величезна різниця між центральними, елітними кварталами історичного ядра і дешевими, захаращеними, однотипними і монотонними територіями «спальних районів», про які вже аж ніяк не скажеш, що вони притягують масового клієнта. Для кожного міста з різним числом жителів існує свій, абсолютно унікальний набір функцій ділової активності, під особливості якого необхідно підлаштовуватися при виборі місця розташування підприємства.

Ну і, нарешті, вигідність розташування підприємства в просторі міста залежить від планувальних, інженерних, історико-культурних, природно-ландшафтних, екологічних і інфраструктурних особливостей. Всі вони представлені третім коефіцієнтом сумарної оцінки прибутковості - K_3 . Його значення, як і в минулому випадку, визначається по кожному населеному пункту окремо, виходячи з його особливостей. Для обчислення коефіцієнта K_3 використовують дані таблиці 6, перемножуючи між собою коефіцієнти кожного розділу - фактора, що формує прибуток ($K_{3.1}$, $K_{3.2}$, $K_{3.3}$ і т. д.). При чому їх сукупне значення має бути не нижче 0,75 і вище 1,50.

Таблиця 6. Локальні коефіцієнти на місце розташування в межах функціональної зони великих міст (K_3)

Назва фактору, що формує прибуток	Назви локальних коефіцієнтів	Значення коефіцієнтів
Функціонально-планувальні фактори $K_{3.1}$	Місцеположення ділянки:	
	У зоні пішохідної доступності від громадських центрів	1,04-1,20
	У зоні магістралей підвищеного містоформуючого значення	1,5-1,20
	У зоні пішохідної доступності швидкісного міського та зовнішнього пасажирського транспорту	1,04-1,15
	У зоні пішохідної доступності до національних, зоологічних і дендрологічних парків - пам'яток садово-паркового мистецтва, ботанічних садів, заказників, заповідних урочищ, пам'ятників природи, курортів, парків, лісопарків, лісів, зелених зон, пляжів.	1,04-1,15
	В приколійних зонах залізниці (ділянка прилягає до гілки залізниці, має під'їзні шляхи)	1,04-1,10
Інженерно-інфраструктурні фактори $K_{3.2}$	Ділянка, що примикає до вулиці:	
	Без твердого покриття	0,90-0,95
	без централізованого водопостачання	0,90-0,95
	без каналізації	0,90-0,95
	без тепломережі	0,90-0,95
	Без централізованого газопостачання	0,90-0,95
Інженерно-геологічні фактори $K_{3.3}$	Місцеположення ділянки:	
	У межах території, яка має ухил поверхні понад 20%	0,85-0,90
	На ґрунтах з несучою спроможністю менше 1,0 кг/см ² при потужності понад 2 м	0,85-0,95
	У зоні залягання ґрунтових вод менше 3 м	0,90-0,95
	У зоні затоплення паводком понад 4% (шар затоплення більше 2 м)	0,90-0,95
	В зоні високої заболоченості з ґрунтовим живленням, яке важко осушується	0,90-0,95
	В зоні небезпечних геологічних процесів (зсувів ґрунту, карсту, яружної ерозії - яри понад 10 м)	0,85-0,90
	На наливних (насипних) землях	1,02-1,07
Історико-культурні фактори $K_{3.4}$	Місцеположення ділянки:	
	У межах заповідної території	1,08-1,20
	У межах регулювання забудови	1,07-1,11
	У зоні охорони історичного ландшафту	1,06-1,12
	У зоні охорони поодиноких пам'яток	1,06-1,12
Природно-ландшафтні фактори $K_{3.5}$	Місцеположення ділянки:	
	В межах природоохоронних територій (національних, зоологічних і дендрологічних парків, парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, ботанічних садів, заказників, заповідних урочищ, пам'яток природи)	1,07-1,11
	У межах території оздоровчого призначення (курортів та округів санітарної охорони)	1,06-1,10
	У межах території рекреаційного призначення (земель туризму та відпочинку, парків та зелених зон)	1,05-1,09
Санітарно-гігієнічні фактори $K_{3.6}$	Місцеположення ділянки:	
	У санітарно-захисній зоні	0,80-0,96
	У водоохоронній зоні	1,02-1,05
	В зоні обмеженого будівництва за ступенем забруднення атмосферного повітря	0,80-0,95
	В зоні обмеженого будівництва за рівнем напруги електромагнітного поля	0,90-0,95
	У зоні перевищення допустимого рівня шуму	0,90-0,97
	В ареалі забруднення ґрунтів важкими металами	0,90-0,95

При детальному розгляді таблиці відразу впадає в око те, що найвищі коефіцієнти прибутковості склалися біля великих громадських центрів, магістралей загальноміського значення та біля ліній міського транспорту. Що стосується інфраструктурних факторів, то відсутність високого рівня благоустрою впливає на розміщення офісу негативно. І це яскраво видно з матеріалів таблиці, де коефіцієнти земельних ділянок без тих чи інших видів систем обслуговування істотно знижують загальний результат оцінки.

Геологічні умови, наведені в третьому розділі таблиці 6, здавалося б, більш потрібні для будівництва нового представництва фірми, аніж для пошуку вже наявного приміщення під офіс. Це не зовсім так. Якщо ви збираєтеся відкривати своє представництво в такому місці, де існує великий схил поверхні або є загроза підтоплення, то експлуатаційні й ремонтні витрати буду досить істотні.

Історичні та заповідні території, про які йде мова в наступному розділі таблиці, впливають позитивно на розміщення тільки тих офісів компаній, які представляють ексклюзивні і репрезентативні товари і послуги, пов'язані в першу чергу з відпочинком, туризмом, розвагами, а також з унікальними послугами (скажімо, торгівля антикваріатом, коштовностями, предметами мистецтва). Природно-ландшафтні та санітарні фактори, швидше за все, визначають зручність та екологічні умови розміщення підприємств, як для потенційних клієнтів, так і для персоналу фірми. Відносно їх прибутковості, як і в попередньому випадку, все вирішує репрезентативність і відповідність профілю вашої компанії особливостям навколишньої території.

Після того, як всі коефіцієнти визначені і прораховані, можемо переходити до визначення інтегрального показника оцінки додаткового прибутку (рентного доходу) від розміщення підприємства. Найбільший бал з декількох варіантів ділянок розташування і буде найбільш оптимальним.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Запропонована в статті методика оцінки ефективності розміщення підприємства у великому місті може стати у нагоді комерційно спрямованим підприємствам, які бажають підвищити прибутковість своєї діяльності у великому місті. Вона стану у нагоді представникам ділових кіл, менеджерам регіонального розвитку та всім тим, хто цікавиться механізмами формування прибутковості розміщення підприємства в міському середовищі.

Список використаних джерел:

1. Глазычев В. Л. Урбанистика. / Глазычев В. Л. – М.: Европа, 2008. – 220 с
2. Гринчук Н. Комплексний соціально-економічний розвиток міст: розгляд окремих методологічних підходів і механізмів / Н. Гринчук // Управління сучасним містом. – 2004. - № 4-6. – С. 10-16.
3. Грицай О. В. Центр и периферия в региональном развитии. / Грицай О. В., Иоффе Г. В., Трейвиш А. И. – М.: Наука, 1991. – 167 с.
4. Драпиковский А. И. Оценка земельных участков. / А. И. Драпиковский, И. Б. Иванова– Бишкек: «Ега-Басма», 2003. – 288 с.

5. Драпіковський О. І. Практикум з оцінки міських земель. / Драпіковський О. І. – К.: Вид-во УАДУ, 1998. - 116 с.
6. Іщук С. І. Київська господарська агломерація: досвід регіонального менеджменту: Монографія. / С. І. Іщук, О. В. Гладкий. – К.: ВГЛ „Обрії”, 2005. – 240 с.
7. Салій І. М. Урбанізація в Україні: соціальний та управлінський аспекти. / Салій І. М. – К.: Наукова думка, 2005. – 302 с.
8. Черненко Є. Основні питання розвитку економіки міста / Є. Черненко // Управління сучасним містом. – 2004. - № 7-9. – С. 30-33.

Гладкий О. В. Оцінка ефективності розміщення підприємства в міському середовищі Розкрито основні механізми формування прибутковості розміщення підприємства у великому місті. Запропоновано методику оцінки ефективності розміщення підприємства з огляду на цінність міських земель та їх місце розташування.

Ключові слова: місто, міське середовище, економічна ефективність, розміщення підприємства.

Гладкий А. В. Оценка эффективности размещения предприятия в городской среде Раскрыты основные механизмы формирования доходности размещения предприятия в большом городе. Предложена методика оценки эффективности размещения предприятия, учитывая ценность городских земель и их местоположение.

Ключевые слова: город, городская среда, экономическая эффективность, размещения предприятия.

Gladkey A. V. Evaluation of enterprise's location efficiency in urban environment The main directions of enterprises' spatial profitability growth in the city are explored. The methodic of enterprises' dislocation estimation based on urban lands values as well as on its location is disclosed.

Keywords: city, urban environment, economic efficiency, enterprise's location.