

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-136>

УДК 379.85

КОВОРКІНГИ ЯК НОВІТНІЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

COWORKINGS AS THE NEWEST DIRECTION OF BUSINESS TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

Сеньків Мар'яна Ігорівнакандидат географічних наук, доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2146-3456>**Момотюк Олександра Володимирівна**студентка,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2736-5072>**Senkiv Mariana, Momotiuks Aleksandra**

Lviv Polytechnic National University

У статті досліджується явище коворкінгів та його зв'язок із туристичною галуззю. Актуальність дослідження зумовлена популярністю коворкінгів як бізнесу, що може стати перспективним напрямом для впровадження сталих практик туризму. Метою статті є дослідження концепції коворкінгів, зв'язку цілей коворкінг-бізнесів та туризму, а також досвіду використання практик сталого розвитку у коворкінгах. У ході дослідження виокремлено основні підходи до розуміння поняття коворкінгу. Розроблено схему класифікації коворкінгів. Охарактеризовано кількість та географію поширення коворкінгів у світі та в Україні. Досліджено тренди ділового туризму останніх років, зокрема рівність, інклюзивність, інтеграція технологій та автентичність досвіду. З'ясовано, що коворкінг-бізнеси та туризм мають спільні цілі, зокрема сталий розвиток та екологічність. Прикладом впровадження таких практик є компанія IWG, усі простори якої є вуглецево-нейтральними. Розроблено рекомендації для успішного розвитку коворкінгів як важливих просторів ділового туризму в Україні.

Ключові слова: коворкінг, співпраця, війна, туризм, сталий розвиток.

The article examines the phenomenon of coworking and its connection with the tourism industry. The relevance of the study is due to the popularity of coworking as a business, which can become a promising direction for the implementation of permanent tourism practices. In the modern conditions of globalization and flexible working hours, coworking spaces are becoming increasingly popular among business tourists. They provide ease and efficiency of work processes for specialists working remotely and becoming important elements of tourism infrastructure that contribute to sustainable development. Due to their versatility, coworking spaces allow to combine work with travel, creating conditions for eco-conscious business trips that minimize environmental impact and at the same time support the local economy. The aim of the article is to study the concept of coworking, the connection between the goals of coworking businesses and tourism, as well as the experience of using sustainable development practices in coworkings. Such research methods as generalization, comparison, classification, as well as the statistical method and the method of literature analysis were used. The study identified the main approaches to understanding the concept of coworking. A classification scheme for coworkings was developed. The number and geography of coworkings in the world and in Ukraine are characterized. The trends of business tourism of recent years are studied, in particular equality, inclusiveness, integration of technologies and authenticity of experience. It is found that coworking businesses and tourism have common goals, in particular, sustainable development and environmental friendliness. An example of the implementation of such practices is the IWG company, all of whose spaces are carbon-neutral. These results of the study can be used by both tourism and coworking businesses to improve and enhance the efficiency of their work and develop partnerships. The recommendations presented in the article can become a good basis for the successful development of coworking spaces as important business tourism spaces in Ukraine.

Keywords: coworking, collaboration, war, tourism, sustainable development.



Постановка проблеми. Діловий туризм є важливою складовою світового ринку подорожей. Його актуальність зростає, а успішний розвиток вимагає ресурсів. Найбільшими постачальниками ділових (бізнес) туристів є Китай, США, Німеччина та Японія. Для України цей сегмент туризму також важливий, проте в умовах воєнного стану залучення додаткових ресурсів для його розвитку є надто витратним, тому доцільно шукати рішення ефективнішого використання потенціалу уже наявної інфраструктури, яка здатна виконувати ті самі функції. Це дозволить зекономити фінансові ресурси, зосередити зусилля на відновленні критичної інфраструктури та уникнути дублювання функцій. Такий підхід у випадку ділового туризму можливо реалізувати за допомогою коворкінгів – уже наявних просторів, які обладнані всім необхідним для роботи бізнес-туристів та проведення їхніх зустрічей. Використання цих просторів може сприяти залученню бізнес-туристів навіть у складних умовах України і допомогти з майбутнім відновленням її економіки. Крім того, інтеграція коворкінгів у програми розвитку туризму міст чи регіонів та її практичне втілення може не лише позитивно вплинути на фінансове становище обох сторін, а й сприяти регіональному розвитку та покращенню міжнародного іміджу держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У сучасних умовах вплив коворкінгів на розвиток туризму та економіки загалом цікавить багатьох вчених з різних галузей. Зокрема, часто аналізуються переваги та недоліки функціонування коворкінгів, історія їхнього виникнення і трансформації, способи фінансування, рідше – можливості коворкінгів для розвитку бізнес-туризму [1; 16]. Окремі дослідження сфокусовані на ролі коворкінгів для сталого розвитку, наприклад, у статті економістки Ненсі Бокен для цього використано Q-метод, в основі якого є точки зору опитуваних користувачів (власників, менеджерів та експертів коворкінгів). Дослідження складається з п'яти етапів (створення середовища для обговорення (Q sample); вибір учасників дослідження (P-set); сортування, де учасники обирають певні твердження; аналіз сортування за допомогою факторного аналізу; інтерпретація факторного аналізу та виведення результатів). У даному дослідженні було проаналізовано 42 коворкінги та наповнення їхніх сайтів і соцмереж [3].

Водночас, бракує досліджень, які комплексно розкривали б питання взаємовигідної

співпраці коворкінгів і туристичного бізнесу, зокрема, завдяки створенню умов для сталого розвитку.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження концепції коворкінгів, зв'язку цілей коворкінг-бізнесів та туризму, а також досвіду використання практик сталого розвитку у коворкінгах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слово «коворкінг» походить від англійських слів «collaboration» та «working», що в перекладі означає «спільна робота». Це поняття відображає сучасну тенденцію до гнучкості та колективної діяльності у професійному середовищі, де спеціалісти з різних галузей можуть працювати в одному просторі, обмінюючись ідеями та співпрацюючи над різними проектами. Проте варто розглянути також інші підходи до розуміння коворкінгів, адже вони є не лише просторами, а й процесом, стилем, тощо (табл. 1).

У наукових роботах коворкінг часто розглядається як сучасна форма організації праці, яка сприяє розвитку підприємницької діяльності, підвищенню продуктивності та створенню нових можливостей для професійного зростання.

Отже, коворкінг є не лише бізнес-моделлю, а й соціальним феноменом, що стимулює співпрацю та обмін досвідом. Це платформа для формування зв'язків, об'єднання людей різного віку, статі, походження та професії. Завдяки відкритості та інклюзивності, коворкінг сприяє формуванню нових підходів до вирішення проблем та розвитку культурного обміну [18].

Хоча коворкінги можна знайти у будь-якому великому місті світу, це відносно новий феномен. До періоду масовості, це був спеціалізований продукт для обмеженого переліку компаній. Явище коворкінгу у сучасному вигляді з'явилося відносно недавно – першим його прототипом став берлінський «Hackerspace», створений у 1995 році з метою започаткування робочого простору для обміну знаннями з програмування [16].

З того часу коворкінги суттєво еволюціонували, зокрема набули нових характеристик (з'явилися безкоштовні та платні коворкінги, коворкінги для людей певних професій та ін.). Враховуючи ці характеристики, зокрема спеціалізацію та форму власності, доцільно розробити класифікацію коворкінгів як просторів (рис. 1). За спеціалізацією коворкінги бувають: традиційні (великий простір, в якому можна орендувати місце як для однієї особи,

Таблиця 1

Підходи до визначення коворкінгу

| Автор (и) | Визначення |
|---|---|
| “WeWork”, американська компанія [19] | Коворкінг – це простір, який розділяють люди з різних сфер та компаній. Основна його мета – створення спільноти, в якій можна комфортно та продуктивно працювати над власними проектами, маючи можливість долучатися та співпрацювати з однодумцями. |
| Bouncken, R. B., Aslam, M. M., Reuschl, A. J. [4] | Коворкінги поєднують кілька форм відкритих просторів, які надають офісні послуги та інфраструктуру для людей з різних сфер діяльності, включаючи фрілансерів, програмістів, стартаперів, мікрокоманди та підрозділи великих компаній. |
| Howell T. [10] | Коворкінги – це орендовані приміщення, які здаються на коротко- або довготривалий період і використовуються як офіс із гнучким графіком та умовами користування. Зазвичай користувачами таких послуг є віддалені працівники, фрілансери та інші незалежні фахівці, які не можуть дозволити собі окремий офіс. |
| Clifton N., Fūzi A., Loudon G. [5] | Коворкінг – це простір, який об'єднує фрілансерів, програмістів та інших користувачів, що працюють під гаслом «працювати разом наодинці». |
| DeGuzman, G. V., Tang, A. I. [8] | Коворкінг – це динамічний процес або співпраця групи різних людей, які не обов'язково працюють на єдину компанію чи проект, поділяючи робочий простір та ресурси. |
| Kaihatsu Kouhou [11] | Коворкінг – це загальний термін нового способу організації роботи, в основі якого люди, які не належать до організацій або спільнот і мають різні можливості, надихають один одного і співпрацюють задля досягнення особистих цілей. |
| Satani, K. [14] | Коворкінг – це робочий стиль, в якому люди з різним походженням і посадами збираються разом і поділяють одне робоче місце, комунікують та діляться знаннями задля покращення своїх результатів. |

так і для компанії осіб або окремої фірми); нішеві (простори, в яких працює окрема група людей взаємопов'язаних професій у форматі оренди робочого місця або офісу); університетські (простори для роботи при університетах, доступ до яких мають лише студенти та викладачі). За формою власності коворкінги є: корпоративні (простори, які орендуються для окремої корпорації або є частиною її основного приміщення та закриті для відвідувачів поза цією корпорацією); мережі та франшизи (простори, які працюють під однією назвою і за загальними стандартами компанії та пропонують однаковий набір послуг); приватний бізнес.

Існує також трохи інший підхід до класифікації коворкінгів, зокрема, за типом бізнес-моделі (прибуткові та неприбуткові) і за рівнем доступу (публічні, напівпублічні, приватні) [12].

У коворкінгах традиційно пропонуються робочі місця з доступом до високошвидкісного інтернету, кімнати для переговорів, а також зони для відпочинку та неформального

спілкування. Окрім базових послуг, багато коворкінгів також пропонують додаткові можливості, такі як офісна техніка, приміщення для проведення заходів, індивідуальні кабінети, а також консьєрж-сервіс.

Основними клієнтами коворкінгів є представники ІТ-сектору, однак їхня частка поступово знижується порівняно з попередніми роками. Ця тенденція демонструє зростання популярності коворкінгів серед інших категорій працівників, зокрема тих, хто працює віддалено чи гібридно. Крім того, така динаміка відображає зміну ставлення до роботи в коворкінгах, які вже не сприймаються як вузькоспеціалізовані простори лише для ІТ-фахівців. Їхня функціональність, інфраструктура та можливість для нетворкінгу приваблюють усе більше представників творчих професій, фрілансерів, підприємців і навіть корпоративних команд, що шукають альтернативу традиційним офісам [5].

Припускаємо, що найбільш зацікавленою в організації коворкінгових заходів є категорія молодих та людей середнього віку

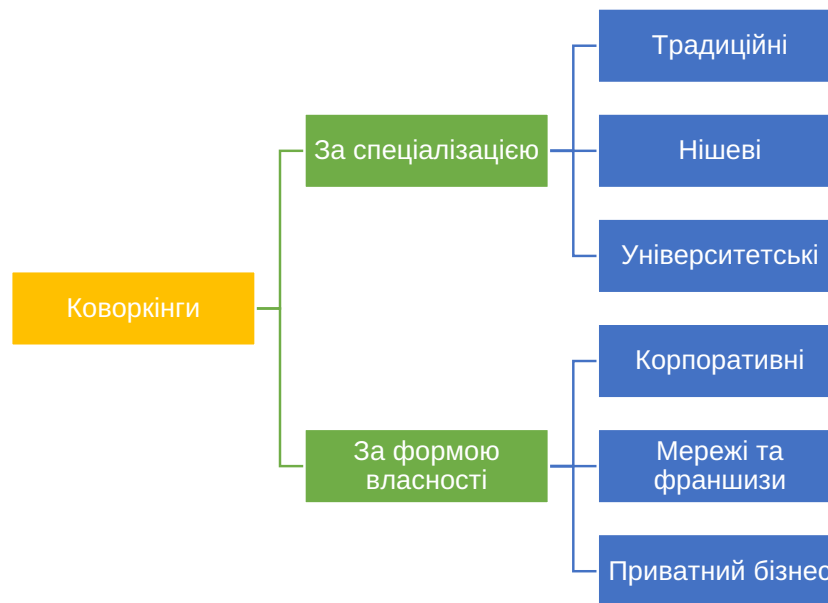


Рис. 1. Класифікація коворкінгів

Джерело: розроблено авторами на основі [12; 16] та ін.

(25–45 років), оскільки саме вони є найплатоспроможнішими та активно шукають платформи для професійного розвитку і ділової комунікації.

У 2021 році індустрія коворкінгів попри наслідки коронавірусної пандемії продовжила розширюватися (що свідчить про її стійкість), хоча й зазнала значних фінансових втрат. Протягом року кількість коворкінгів зросла на 28,3%, особливо в таких країнах як США, Індія та Велика Британія. У 2023 році на ринку з'явилася велика кількість малих бізнесів. Підприємства стали гнучкішими та індивідуалізованими, що дозволяє обирати простір не лише за набором послуг, а й за дизайном та специфічними подіями. Також у 2023 році відбувся перехід від розвитку глобальних мереж коворкінгів до акценту на сталий розвиток, технологічні інновації та популяризацію послуг розміщення [16].

Станом на травень 2024 року в світі налічувалось 41 975 коворкінгів [6]. Найбільші коворкінгові мережі, згідно з Global Coworking Space Market Report 2021–2030, це [7]: Regus (IWG) (займає 11% ринку та має представництво у 128 країнах світу), WeWork (займає 3% ринку та має представництво у 23 країнах світу, а переважна частина площ – у США), ImpactHUB, Industrious, тощо.

Першим коворкінгом в Україні був «Вулик», який відкрився у 2008 році в Києві. Заклад пропонував базові послуги коворкінгу: робоче місце, доступ до принтера, сканера та мар-

керних дошок та інтернету. «Kyivworking», що відкрився у 2012 році, мав розширений спектр послуг порівняно зі своїм попередником: у закладі можна було скористатись кухнею, бібліотекою та переговорними кімнатами. За даними дослідження URE Club та Асоціації коворкінгів України, у 2023 році в країні працює 125 коворкінгів та гнучких офісних просторів сумарною площею 130 тис. м². Зокрема, Київ посідає провідну позицію з площею 89 тисяч м², що становить приблизно дві третини від загальної площі. На другому місці за кількістю коворкінгів Харків (12%), далі Львів (7%), Дніпро (6%) та Одеса (4%). Більш ніж половина київського ринку контролюється великими міжнародними компаніями, серед яких бельгійська компанія IWG з брендами Regus та Spaces, естонська Lift99 та норвезька iHub [2].

В умовах війни в Україні функціонування коворкінгів є особливо актуальним через скорочення робочих місць в офісах, перехід суспільства до гібридної або онлайнної форми роботи, регулярні відключення електрики та ін. Коворкінги стали першими з бізнесів, які є повністю автономними за рахунок генераторів, що сприяє їхній популярності.

Коворкінги відіграють суттєву роль для розвитку ділового туризму, пропонуючи унікальні можливості для проведення ділових зустрічей, конференцій, тренінгів та інших заходів, які, у свою чергу, є важливим джерелом доходів для них (адже витрати ділових

туристів постійно зростають у глобальному масштабі) [13]. Організація таких заходів у коворкінгах має кілька переваг: сучасно обладнані простори, що відповідають вимогам для проведення конференцій, семінарів та ділових зустрічей; зазвичай розташовані в зручних місцях з хорошою транспортною доступністю, що полегшує організацію та відвідування заходів, а також близько до відомих туристичних об'єктів, що зручно для бізнес-туристів, які хочуть поєднати роботу з вивченням місцевої культури та пам'яток; створюють унікальну атмосферу співпраці та обміну досвідом, що підсилює ефект від проведених заходів; часто пропонують додаткові послуги, такі як кейтеринг, технічна підтримка та організація мережових подій, що робить їх ідеальними майданчиками для проведення ділових подій.

Прикладами популярних івентів та зустрічей, організованих у коворкінг-просторах є: The Future of Work USA, Future Workplaces Summit, Mindfulness, Leaders Retreat та ін. Окрім загальновідомих заходів, часто відбуваються і локальні івенти, такі як виставки художніх робіт, тренінги на різноманітну тематику або нетворкінг-зустрічі для бізнесів.

Коворкінги часто інтегрують екологічно чисті технології, раціональне використання енергоресурсів та мінімізацію відходів, що підкреслює їхню відповідальність перед навколишнім середовищем і підвищує імідж компаній на ринку та серед своїх робітників і споживачів. Також вони мають позитивний вплив на локальну економіку, адже забезпечують робочі місця для місцевого населення та активно підтримують місцеві підприємства, створюючи попит на різноманітні послуги, включаючи харчування, транспорт, та готельний бізнес. Ці впливи корелюють із глобальними трендами у діловому туризмі, серед яких: мінімізація вуглецевих відходів, автентичність подорожей, інтеграція технологій, робота дистанційно, робота у відпустці, інклюзивність та здоров'я працівників. Компанії переглядають свою корпоративну політику щодо подорожей, щоб врахувати програми компенсації викидів вуглецю та вибір ефективного транспорту, який мінімізує викиди вуглецю, а також обирають готелі, які віддані ініціативам сталого розвитку, таким як Green Globe Certification, Green Seal, Audubon International та ін. Отже, свідомі ділові туристи все частіше обирають коворкінги, які реалізують практики сталого розвитку [15].

Головними глобальними цілями сталого розвитку до 2030 року, якими керуються коворкінги, є [17]: № 8 «Гідна праця та економічне зростання», № 9 «Промисловість: інновації та інфраструктура» та № 12 «Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва». Сфера туризму тісно пов'язана з цілями № 8, № 12 та № 14. Отже, для досягнення спільних цілей варто розробляти програми співпраці для коворкінгів і туристичного бізнесу, що значно підвищить їхню конкурентоспроможність на шляху досягнення цих цілей.

Зважаючи на глобальні тренди, багато світових коворкінгових мереж переходять до екологічного споживання електроенергії, водних ресурсів, контролю відходів та викидів вуглекислого газу. Наприклад, світовий лідер світового ринку коворкінгів, компанія IWG перевела усі свої об'єкти на карбононейтральне функціонування. Також станом на вересень 2024 року, організація пожертвувала 474 тисячі фунтів на благодійні організації (що свідчить про її корпоративну соціальну відповідальність) та отримала рейтинг «В» за ефективне використання води від CDP [9]. Такі кроки сприяють популярності мережі серед відповідальних бізнес-туристів у всьому світі.

Отже, у сучасних умовах важливо будувати взаємовигідну співпрацю між туристичним бізнесом та коворкінгами. Виокремимо декілька способів такої співпраці, зокрема і в Україні (перелік не є вичерпним):

- туристичні оператори можуть включити коворкінги до своїх пакетних пропозицій, що забезпечить бізнес-туристам доступ до робочих просторів, транспортних послуг та проживання в рамках однієї пропозиції, а доповнення пакетних пропозицій культурними заходами, екскурсіями та іншими розвагами дозволить бізнес-туристам поєднувати роботу з відпочинком (т.зв. «bleisure» туризм);
- розвиток партнерських відносин з місцевими підприємствами, бізнес-асоціаціями та державними структурами, що сприятиме залученню інвестицій у діловий туризм. Це також дозволить створити інтегровану бізнес-екосистему, де коворкінги можуть стати важливим місцем для проведення різноманітних заходів і бізнес-форумів;
- розширення спектру обслуговування бізнес-туристів коворкінгами, зокрема через додаткові послуги (бізнес-консьєрж, який допоможе з організаційними питаннями, послуги перекладу для міжнародних зустрі-

чей, а також доступ до юридичних та фінансових консультацій, та ін.);

– розширення доступних площ для оренди, зокрема для проведення заходів різного формату, таких як тренінги, семінари та лекції. При цьому важливо забезпечити можливість одночасної індивідуальної роботи поза межами основного заходу, що підвищить функціональність просторів та задовольнить потреби мультизадачності учасників;

– розроблення спільних маркетингових кампаній, що просувають діловий туризм, тренінгових програм, досліджень, опитувань та ін.;

– взаємне просування через інтернет-платформи, соціальні мережі та спеціалізовані конференції, що дозволить залучити ширшу аудиторію та підвищити впізнаваність обох брендів.

Висновки. Отже, коворкінги є перспективними елементами туристичної інфраструктури в Україні. У багатьох країнах вони вже зараз відіграють важливу роль у розвитку ділового туризму. Україна, на жаль, не є клю-

човим гравцем на ринку ділового туризму у світі чи в Європі, але її геополітичне розташування є важливим чинником зростання потенціалу стати у майбутньому центром ділового туризму. Попри це і наявність певних ресурсів (бізнес-готелі та бізнес-центри, виставкові організації, тощо), складна безпекова ситуація, пов'язана з війною, перешкоджає розвитку туризму загалом. Проте Україна продовжує приймати урядові делегації, політичних та державних діячів з різних країн, представників дипломатичних установ і великих міжнародних корпорацій. Перспективним рішенням поступового виходу країни зі складної для ділового туризму ситуації може бути активне використання коворкінгів у туристичній сфері. Схожість цілей сталого розвитку туризму та коворкінгів може сприяти формуванню партнерських зв'язків між туристичними компаніями та коворкінгами. Така співпраця вигідна не лише для обох сторін, а й для сталого місцевого розвитку, формування позитивному іміджу України серед міжнародних бізнес-туристів, тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Блага В. Зростання ринку бізнес-туризму завдяки розвитку коворкінгу в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. URL: <https://api.dspace.khadi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/84ee168f-7ac8-44fa-98de-6bb75e10a963/content> (дата звернення: 18.11.2024).
2. Ковтун О. Коворкінг до та після: як пандемія вплинула на столичний ринок гнучких офісних просторів і кому на ньому вдається вижити. *Український капітал*, 2021. URL: <https://ucap.io/kovorking-do-ta-pislya-yak-pandemiya-vplynula-na-stolychnyj-rynok-gnuchkyh-ofisnyh-prostoriv-i-komu-na-nomu-vdayetsya-vyzhyty/> (дата звернення: 07.10.2024).
3. Bocken, N.M.P.; Short, S.W.; Rana, P.; Evans, S. A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. 2014, pp. 42–56. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652613008032> (дата звернення: 07.10.2024).
4. Bouncken, R.B., Aslam, M.M., Reuschl, A.J. The Dark Side of Entrepreneurship in Coworking-Spaces. In: Tur Porcar, A., Ribeiro Soriano, D. (eds) *Inside the Mind of the Entrepreneur. Contributions to Management Science*. 2018. Springer, Cham. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-62455-6_10 (дата звернення: 18.11.2024).
5. Clifton N., Füzi A., Loudon G. Coworking in the digital economy: Context, motivations, and outcomes. *Futures*, Volume 135. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.futures.2019.102439> (дата звернення: 20.11.2024).
6. Coworking Map: Spaces Around The World. *Coworker*. 2024. URL: <https://www.coworker.com/map> (дата звернення: 20.11.2024).
7. Coworking Spaces Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Corporate /Professional), By Application, By Industry Vertical, By Region And Segment Forecasts, 2024-2030. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/coworking-spaces-market-report> (дата звернення: 30.12.2024).
8. DeGuzman, G. V., & Tang, A. I. (2011). *Working in the UnOffice: A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits*. Night Owls Press LLC.
9. Dixon M. The IWG story. 2024. <https://www.iwgplc.com/en-gb/about-us> (дата звернення: 07.10.2024).
10. Howell T., *Coworking spaces: An overview and research agenda*, Volume 51, Issue 2, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104447>. (дата звернення: 18.11.2024).
11. Kaihatsu Kouhou. *The PR Brochure of Hokkaido Development Association*, No. 593, p. 2.
12. Kojo, I., & Nenonen, S. (2014). Evolution of co-working places: drivers and possibilities. *Intelligent Buildings International*. 9(3), 164–175. DOI: <https://doi.org/10.1080/17508975.2014.987640> (дата звернення: 20.11.2024).

13. Profitability of Coworking Spaces. Deskmag. 2023. URL: <https://coworkingstatistics.com/coworkingstatistics/the-profitability-of-coworking-spaces-slidedeck-deskmag-global-coworking-survey> (дата звернення: 20.11.2024).
14. Satani K. Let us start coworking: Tsunagari no shigotojutsu (Japanese Edition): Kindle edition. PAXi Publishing, 2021. 39 p.
15. Stuart S. Revolutionising Travel: The Latest Trends in Sustainable Tourism for 2024. Hiphotels, 2024. URL: <https://www.hiphotels.com/stories/revolutionising-travel-the-latest-trends-in-sustainable-tourism-for-2024> (дата звернення: 07.10.2024).
16. The complete history of coworking from 1995 until today. Helio. URL: <https://helio.se/en/magazine/the-colorful-history-of-coworking-from-the-90s-until-today/> (дата звернення: 20.11.2024).
17. The 17 goals. Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. United Nations. 2024. URL: <https://sdgs.un.org/goals> (дата звернення: 20.11.2024).
18. Uda T. What is Coworking? A Theoretical Study on the Concept of Coworking. *SSRN Electronic Journal*. 2013. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2937194> (дата звернення: 20.11.2024).
19. Workspace made simple. WeWork, 2024. URL: <https://www.wework.com/en-GB> (дата звернення: 18.11.2024).

REFERENCES:

1. Blaha V. Zrostannia rynku biznes-turyzmu zavdiaky rozvytku kovorkinhu v Ukraini. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. URL: <https://api.dspace.khadi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/84ee168f-7ac8-44fa-98de-6bb75e10a963/content> (дата звернення: 18.11.2024).
2. Kovtun O. Kovorkinhu do ta pislia: yak pandemiia vplynula na stolychnyi rynek hnuchkykh ofisnykh prostoriv i komu na nomu vdaetsia vyzhyty. *Ukrainskyi kapital*, 2021. URL: <https://ucap.io/kovorking-do-ta-pislya-yak-pandemiy-vplynula-na-stolychnyj-rynok-gnuchkykh-ofisnykh-prostoriv-i-komu-na-nomu-vdayetsya-vyzhyty/> (дата звернення: 07.10.2024).
3. Bocken, N.M.P.; Short, S.W.; Rana, P.; Evans, S. A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. 2014, pp. 42–56. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652613008032> (дата звернення: 07.10.2024).
4. Bouncken, R.B., Aslam, M.M., Reuschl, A.J. The Dark Side of Entrepreneurship in Coworking-Spaces. In: Tur Porcar, A., Ribeiro Soriano, D. (eds) *Inside the Mind of the Entrepreneur*. Contributions to Management Science. 2018. Springer, Cham. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-62455-6_10 (дата звернення: 18.11.2024).
5. Clifton N., Füzi A., Loudon G. Coworking in the digital economy: Context, motivations, and outcomes. *Futures*, Volume 135. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.futures.2019.102439> (дата звернення: 20.11.2024).
6. Coworking Map: Spaces Around The World. Coworker. 2024. URL: <https://www.coworker.com/map> (дата звернення: 20.11.2024).
7. Coworking Spaces Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Corporate /Professional), By Application, By Industry Vertical, By Region And Segment Forecasts, 2024-2030. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/coworking-spaces-market-report> (дата звернення: 30.12.2024).
8. DeGuzman, G. V., & Tang, A. I. (2011). *Working in the UnOffice: A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits*. Night Owls Press LLC.
9. Dixon M. The IWG story. 2024. <https://www.iwgplc.com/en-gb/about-us> (дата звернення: 07.10.2024).
10. Howell T., Coworking spaces: An overview and research agenda, Volume 51, Issue 2, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104447>. (дата звернення: 18.11.2024).
11. Kaihatsu Kouhou. The PR Brochure of Hokkaido Development Association, No. 593, p. 2.
12. Kojo, I., & Nenonen, S. (2014). Evolution of co-working places: drivers and possibilities. *Intelligent Buildings International*. 9(3), 164–175. DOI: <https://doi.org/10.1080/17508975.2014.987640> (дата звернення: 20.11.2024).
13. Profitability of Coworking Spaces. Deskmag. 2023. URL: <https://coworkingstatistics.com/coworkingstatistics/the-profitability-of-coworking-spaces-slidedeck-deskmag-global-coworking-survey> (дата звернення: 20.11.2024).
14. Satani K. Let us start coworking: Tsunagari no shigotojutsu (Japanese Edition): Kindle edition. PAXi Publishing, 2021. 39 p.
15. Stuart S. Revolutionising Travel: The Latest Trends in Sustainable Tourism for 2024. Hiphotels, 2024. URL: <https://www.hiphotels.com/stories/revolutionising-travel-the-latest-trends-in-sustainable-tourism-for-2024> (дата звернення: 07.10.2024).

16. The complete history of coworking from 1995 until today. Helio. URL: <https://helio.se/en/magazine/the-colorful-history-of-coworking-from-the-90s-until-today/> (data zvernennia: 20.11.2024).
17. The 17 goals. Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. United Nations. 2024. URL: <https://sdgs.un.org/goals> (data zvernennia: 20.11.2024).
18. Uda T. What is Coworking? A Theoretical Study on the Concept of Coworking. *SSRN Electronic Journal*. 2013. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2937194> (data zvernennia: 20.11.2024).
19. Workspace made simple. WeWork, 2024. URL: <https://www.wework.com/en-GB> (data zvernennia: 18.11.2024).